



**MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DEL
FIDEICOMISO DE TURISMO DE LOS CABOS
(FITURCA).**

En Los Cabos Baja California Sur,
a 19 de septiembre de 2025.

ELABORÓ	PRESENTÓ	APROBÓ
<p>Lic. Víctor Alejandro Téllez Campi. Gerente Jurídico del Fideicomiso de Turismo de Los Cabos.</p>	<p>Mtro. Rodrigo Esponda Cascajares. Director General del Fideicomiso de Turismo de Los Cabos.</p>	<p>Mtra. Bertha Montaña Cota, Secretaria de Finanzas y Administración del Gobierno del Estado de Baja California Sur, en su calidad de Presidenta del Comité Técnico del Fideicomiso de Turismo de Los Cabos.</p>

CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	4
2. ORGANIGRAMA	6
3. MARCO JURÍDICO	7
4. OBJETIVO DE MANUAL	10
5. PRESENTACIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS	11
Planeación estratégica e integración del Programa Anual de Promoción Turística de Los Cabos.	
Comunicación Estratégica y Medios.	
Gestión, participación, coordinación y ejecución de ferias y eventos para promoción del destino.	
Promoción del destino en Industria de Reuniones.	
Promoción del destino.	
Seguimiento Planeación Estratégica.	
Control de Archivo.	
Seguimiento de atención a requerimientos por parte del particular a través de la Plataforma Nacional de Transparencia.	
Programa de Presupuesto y Control Presupuestal.	
Gestión de pagos a proveedores.	
Desarrollo de producto turístico (<i>Leisure</i>).	
Gestión de relaciones Interinstitucionales.	
Desarrollo y posicionamiento de Marca.	
Creatividad y producción.	
Programa de mercadotecnia y compra de medios.	
Eventos de marketing experiencial.	
Marketing digital.	
Administración del Ecosistema Digital.	
Contenido Digital.	
Alianzas estratégicas con socios comerciales para desarrollo de producto turístico en los diferentes segmentos especiales.	

1. INTRODUCCIÓN.

El presente Manual de Procedimientos del Fideicomiso de Turismo de Los Cabos (FITURCA) tiene como objetivo formalizar y documentar los procesos operativos que sustentan las acciones estratégicas del Fideicomiso. Este instrumento normativo contribuye a fortalecer la eficiencia en la ejecución de sus actividades, promoviendo la transparencia, la disciplina administrativa y la rendición de cuentas, principios fundamentales en la gestión de un organismo público de esta relevancia. A través de procedimientos claros y definidos, el FITURCA busca garantizar que cada acción realizada esté alineada con los objetivos institucionales y las metas estratégicas de desarrollo turístico.

Los Cabos se ha consolidado como uno de los destinos turísticos de clase mundial más importantes de México, desempeñando un papel estratégico en la promoción económica y social de Baja California Sur. La infraestructura del destino, que incluye los aeropuertos internacionales de San José del Cabo y Cabo San Lucas, ha sido clave para atraer visitantes nacionales e internacionales. En 2023, estos aeropuertos movilizaron aproximadamente 3.86 millones de pasajeros, con un predominio de viajeros internacionales, y lograron una ocupación hotelera promedio del 71%. Este nivel de actividad turística no solo fortalece el posicionamiento del destino en mercados clave como Estados Unidos, Canadá y Europa, sino que también genera importantes beneficios económicos para la región, tales como la creación de empleos y el incremento de la derrama económica.

En un entorno competitivo y en constante evolución, el FITURCA enfrenta el desafío de mantener la competitividad de Los Cabos en un escenario postpandemia, donde otros destinos han intensificado sus inversiones en promoción turística y conectividad aérea. Esta realidad resalta la importancia de contar con procedimientos sólidos que no solo aseguren la correcta implementación de estrategias, sino que también permitan ajustar las acciones operativas con base en diagnósticos y análisis integrales. Este Manual de Procedimientos, enmarcado en los principios del Plan Estatal de Desarrollo de Baja California Sur 2021-2027, especialmente el EJE III.1 TURISMO, funge como una herramienta clave para orientar los esfuerzos del Fideicomiso hacia metas comunes que potencien el desarrollo sostenible del destino.

La documentación de estos procedimientos no solo busca mejorar la ejecución de las actividades del Fideicomiso, sino también fomentar una mayor colaboración entre las gerencias operativas, la Dirección General y los actores externos que participan en la promoción turística. Esto incluye la coordinación con organismos públicos y privados, aerolíneas, operadores turísticos y asociaciones de la industria, asegurando una visión integral que responda tanto a las necesidades locales como a los requerimientos de los mercados internacionales.

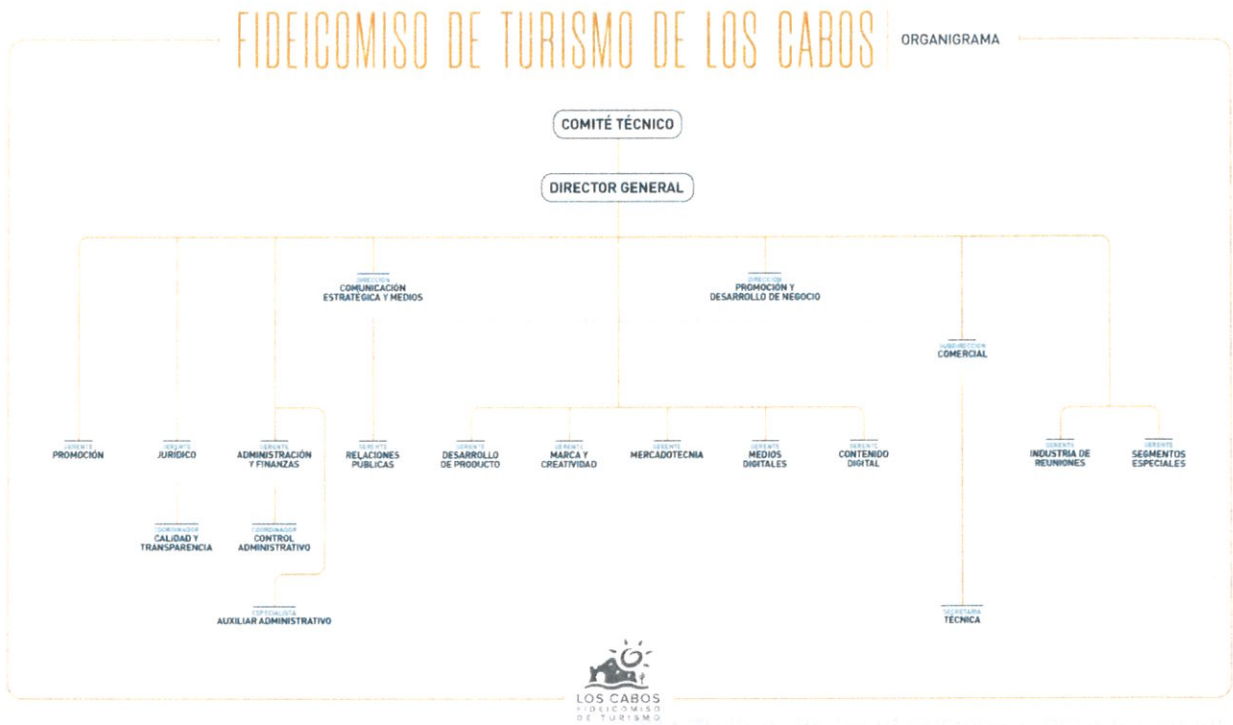
El Manual de Procedimientos se alinea con el marco jurídico aplicable, incluyendo la Ley General de Turismo, la Ley de Turismo para el Estado de Baja California Sur y el Reglamento de Operación del FITURCA. Asimismo, adopta las mejores prácticas contenidas en la Guía Técnica para la Elaboración de Manuales de Procedimientos de la Contraloría General del Gobierno del Estado de



Baja California Sur, así como las disposiciones establecidas en su Manual de Organización. En este contexto, establece procesos que permiten alcanzar los objetivos institucionales bajo principios de legalidad, eficiencia y rendición de cuentas, reforzando la misión del Fideicomiso como promotor estratégico de Los Cabos. Además, este instrumento facilita la integración de todas las áreas operativas en un sistema de control interno que garantiza el cumplimiento de las acciones y la evaluación continua de sus resultados.

Con este marco normativo, el FITURCA reafirma su compromiso con el desarrollo social y económico de Baja California Sur, integrando a todos los actores de la cadena productiva turística y fomentando la sostenibilidad como eje central de su gestión. Así, este Manual de Procedimientos contribuye no solo a la promoción turística, sino también a la construcción de un entorno que beneficie a la comunidad local, asegurando un desarrollo inclusivo y respetuoso con las generaciones futuras.

2. ORGANIGRAMA.



Handwritten signatures and initials in blue ink.

3. MARCO JURÍDICO.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

D.O.F. 05 febrero 1917

Última reforma publicada el 20 de diciembre de 2024

Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Baja California Sur:

B.O.G.E. 15 de enero de 1975

Última reforma publicada el 11 de julio de 2024

LEYES FEDERALES:

Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

D.O.F. 04 de mayo de 2015

Última reforma publicada el 20 de mayo de 2021

Ley General de Turismo.

D.O.F. 17 de junio de 2009

Última reforma publicada el 01 de abril de 2024

LEYES ESTATALES:

Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Baja California Sur.

B.O.G.E. 09 de septiembre de 2015

Última reforma publicada el 30 de abril de 202

Ley de Remuneraciones de los Servidores Públicos del Estado y los Municipios de Baja California Sur.

B.O.G.E. 20 de marzo de 2011

Última reforma publicada el 20 de abril de 201

Ley de Turismo para el Estado de Baja California Sur.

B.O.G.E. 20 de diciembre de 201

Última reforma publicada el 21 de julio de 2023

Ley de Hacienda del Estado de Baja California Sur.

B.O.G.E. 21 de febrero de 2006

Última reforma publicada el 16 de diciembre de 2022

Ley de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria del Estado de Baja California Sur.

B.O.G.E. 20 de enero de 2020

Texto vigente

Ley de Protección de Datos Personales de Posesión de Sujetos Obligados para el Estado de Baja California Sur.

B.O.G.E. 17 de junio de 2017

Texto vigente

Ley de Transparencia y Acceso a la Información del Estado de Baja California Sur.

B.O.G.E. 04 de mayo de 2016

Última reforma el 14 de diciembre de 2021

Ley de Responsabilidades Administrativas del Estado y Municipios de Baja California Sur.

B.O.G.E. 27 de junio de 2017

Última reforma publicada el 14 de diciembre de 2021

Ley de Fiscalización y Rendición de Cuentas del Estado de Baja California Sur.

B.O.G.E. 17 de julio de 201

Última reforma publicada el 27 de diciembre de 2022

Ley de Ingresos del Estado de Baja California Sur para el ejercicio fiscal de 2023, publicada el 27 de diciembre de 2023, así como las leyes de ingresos que se emitan en ejercicios fiscales posteriores a la formalización de este Manual.

Decreto de Presupuesto de Egresos del Estado de Baja California Sur, junto con los decretos que se publiquen para cada ejercicio fiscal posterior a la formalización de este Manual.

REGLAMENTOS FEDERALES:

Reglamento del Código Fiscal de la Federación.

D.O.F. 02 abril de 2014

Texto vigente

Reglamento de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental.

D.O.F. 11 de junio de 2003

Texto vigente.

Reglamento de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria.

D.O.F. 28 de junio de 2006

Última reforma publicada el 13 de noviembre de 2020

OTRAS DISPOSICIONES NORMATIVAS:

Normas de las Naciones Unidas para medir el turismo.

Organización Mundial de Turismo.

- IRTS 2008
- TSA 2008

- MST

Marco Integrado de Control Interno para el Estado de Baja California Sur.

B.O.G.E. 30 de noviembre de 2016

Normas Generales de Control Interno para la Administración Pública de Baja California Sur.

29 de abril de 2015

Norma para el Registro, Afectación, Baja y Disposición Final de Bienes Muebles, del Poder Ejecutivo del Estado de Baja California Sur.

B.O.G.E. 10 de marzo de 2018

Guía Técnica para la Elaboración de Manuales de Procedimientos.

B.O.G.E. 10 de abril de 2019

Contrato de Fideicomiso Irrevocable de Inversión, Administración y Fuente de Pago para el Municipio de Los Cabos, Baja California Sur.

26 de junio de 1997

Manual General de Organización del Fideicomiso de Turismo de Los Cabos.

6 de junio de 2024

Reglamento de Operación del Fideicomiso de Turismo de Los Cabos.

5 de abril de 2024

4. OBJETIVO DEL MANUAL.

El presente Manual de Procedimientos tiene como objetivo establecer, documentar y normar los procesos operativos y administrativos del FITURCA, asegurando que sus actividades se ejecuten de manera eficiente, eficaz, transparente y alineada con las disposiciones legales aplicables. Este instrumento normativo busca proporcionar una guía clara para la correcta implementación de estrategias y acciones, facilitando la coordinación entre las áreas operativas y promoviendo el cumplimiento de los objetivos estratégicos del Fideicomiso.

Asimismo, el Manual fomenta la rendición de cuentas, la optimización de recursos y la mejora continua, garantizando que los procedimientos documentados respondan a las prioridades establecidas en el Plan Estatal de Desarrollo de Baja California Sur 2021-2027, particularmente el EJE III.1 TURISMO, así como a los principios de legalidad, austeridad, disciplina y honestidad.

Este instrumento se constituye como una herramienta práctica para fortalecer la gestión institucional del FITURCA, promoviendo un sistema de control interno que facilite la evaluación de resultados, la prevención de irregularidades y la toma de decisiones informadas, contribuyendo así al posicionamiento de Los Cabos como destino turístico de clase mundial.

5. PRESENTACIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS.

1. Dirección General.

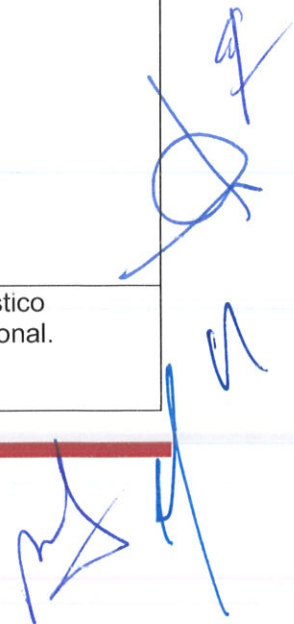
Procedimiento 1.0.1	Clave del procedimiento P-DG-PEIPAP-01
Planeación estratégica e integración del Programa Anual de Promoción Turística de Los Cabos.	
Fecha: Diciembre 2024	Versión 1.0

Cons.	Responsable	Descripción de Actividades	Documento
1	Dirección General.	Inicia con el proceso de planeación estratégica institucional informando a los Titulares de las Áreas del Fideicomiso a cargo de las actividades de mercadotecnia y promoción, las directrices iniciales para elaborar la estrategia anual de promoción turística del siguiente ejercicio.	Instrucción verbal, minuta de trabajo, oficio o correo electrónico institucional.
2	Dirección General.	Instruye a los Titulares de las Áreas del Fideicomiso a cargo de las actividades de mercadotecnia y promoción para elaborar un diagnóstico mediante el análisis de información estadística e indicadores de desempeño de los programas operativos que integran el Programa Anual de Promoción Turística de Los Cabos del ejercicio anterior.	Instrucción verbal, minuta de trabajo, oficio o correo electrónico.
3	Áreas del Fideicomiso a cargo de las actividades de mercadotecnia y promoción.	Las Áreas del Fideicomiso a cargo de las actividades de mercadotecnia y promoción elaboran un diagnóstico de resultados del ejercicio anterior incluyendo aquellos de carácter cuantitativo y cualitativo, identificando fortalezas, debilidades, logros clave y áreas de oportunidad para fortalecer el cumplimiento de los objetivos institucionales.	<p>Informes de resultados de prestadores de servicios especializados de publicidad.</p> <p>Observatorio turístico.</p> <p>Otros informes estadísticos.</p> <p>Diagnósticos de las Direcciones y Gerencias a cargo de las actividades de promoción para evaluar los resultados del ejercicio anterior.</p>

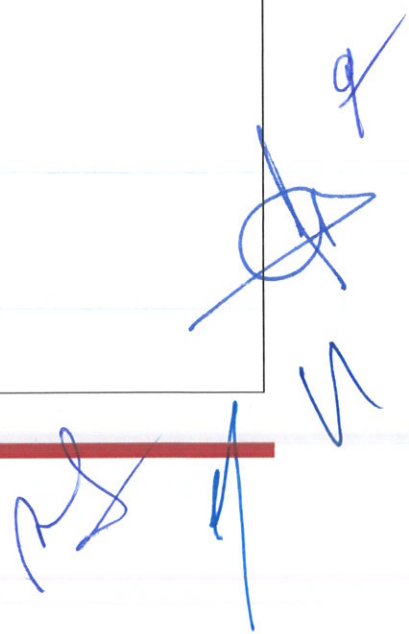
Cons.	Responsable	Descripción de Actividades	Documento
4	Dirección General.	<p>Recibe y analiza los diagnósticos entregados por la Áreas responsables de las actividades de mercadotecnia y promoción, verificando su congruencia y suficiencia de la información estadística a evaluar, informes de resultados de prestadores de servicios especializados de publicidad e indicadores clave de desempeño establecidos para cada programa operativo.</p> <p>En caso de identificar variaciones relevantes a los objetivos establecidos (positivas y negativas) solicita a los Titulares de las Áreas del Fideicomiso a cargo de las actividades de mercadotecnia y promoción revisen la información y en su caso elaboren las justificaciones correspondientes identificando los siguientes elementos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variación en la meta u objetivo expresada en términos cuantitativos o cualitativos. • Causa de la variación. • Posibles riesgos identificados. • Aciertos y áreas de oportunidad. • Acciones propuestas para fortalecer el cumplimiento del programa para el año calendario a iniciar. <p>Una vez identificadas y justificadas las variaciones, la Dirección General convoca a los Titulares de las Áreas de Mercadotecnia y Promoción para llevar a cabo un ejercicio de planeación estratégica institucional con el fin de iniciar con los trabajos para elaborar el Programa Anual de Promoción Turística del Fideicomiso de Turismo de Los Cabos que incluirá la Estrategia Anual de Promoción Turística de Los Cabos del ejercicio fiscal posterior.</p>	Convocatoria de ejercicio de planeación estratégica institucional.
5	Titulares de las Áreas del Fideicomiso a cargo de las actividades de mercadotecnia y promoción.	<p>Elaboran propuesta de programa operativo de promoción que formará parte de la Estrategia Anual y el Programa Anual de Promoción Turística de Los Cabos, considerando los elementos que se enlistan de manera enunciativa:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Área Responsable. b. Objetivos Estratégicos. c. Objetivos Específicos. d. Vinculación a los ejes estratégicos, específicos y objetivos del Plan Estatal de Desarrollo. e. Indicadores y fuentes de información. 	<p>Diagnóstico Institucional de Desempeño del Fideicomiso.</p> <p>Propuesta de programas operativos de promoción.</p>

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large signature on the right side and initials 'MS' at the bottom right.

Cons.	Responsable	Descripción de Actividades	Documento
		<p>f. Mercados (tradicionales o emergentes, nacionales o internacionales).</p> <p>g. Justificación del Programa.</p> <p>h. Líneas de acción, señalando descripción y prioridad.</p> <p>i. Actividades específicas de promoción y mercadotecnia calendarizadas.</p> <p>j. Áreas de Apoyo Interno y Externo.</p> <p>k. Responsables de ejecución de las líneas de acción, acciones y actividades de apoyo interno y externo.</p>	
6	<p>Gerencia de Administración y Finanzas.</p> <p>Gerencia Jurídica.</p>	<p>Inician con la elaboración de la propuesta de programas de trabajo de apoyo que son requeridos para cumplir con los objetivos de la Estrategia Anual de Promoción, como son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programación, presupuestación, ejercicio y control de los recursos asignados a las actividades de promoción. • Programa anual de adquisiciones, arrendamientos y servicios. • Control de bienes muebles. • Servicios generales. • Cumplimiento de obligaciones de transparencia. • Atención de actos de fiscalización. • Otros. 	Propuesta de programas de trabajo de apoyo.
7	Dirección General.	<p>Convoca a un ejercicio de planeación estratégica institucional con la participación de la Áreas del Fideicomiso a cargo de las actividades de mercadotecnia y promoción y miembros del Comité Técnico.</p> <p>Nota: a los ejercicios de planeación estratégica podrán ser convocados representantes de la industria turística local, regional, o nacional, autoridades de los tres niveles de gobierno, cámaras empresariales, asociaciones de la industria, aerolíneas, operadores turísticos, proveedores y prestadores de servicios especializados de promoción, mercadotecnia, relaciones públicas y comunicación, servicios de información estadística, entre otros.</p>	Proyecto del Programa Anual de Promoción Turística del Fideicomiso de Turismo de Los Cabos.
8	Dirección General.	Coordina el ejercicio de planeación estratégica institucional, el cual considerará las etapas que a continuación se enuncian:	Diagnóstico Institucional.



Cons.	Responsable	Descripción de Actividades	Documento
	<p>Titulares de las Áreas del Fideicomiso a cargo de las actividades de mercadotecnia y promoción.</p> <p>Miembros del Comité Técnico.</p> <p>Miembros de la industria turística local, regional, nacional o internacional.</p> <p>Proveedores y prestadores de servicios especializados en acciones de promoción y mercadotecnia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico Institucional. • Análisis de acciones y resultados del programa anual de promoción turística del ejercicio anterior. • Identificación de aciertos, áreas de oportunidad, debilidades, riesgos y factores de riesgo internos y externos. • Análisis de los objetivos, líneas de acción y estrategias del Plan Estatal de Desarrollo de Baja California Sur. • Requerimientos de la industria turística regional. • Identificación de la problemática que se pretende resolver con la política pública de promoción turística a cargo del fideicomiso. • Definición de objetivos, líneas de acción y actividades que formarán parte del Programa Anual de Promoción Turística de Los Cabos. • Alineación de objetivos, programación y priorización de actividades que formarán parte de la estrategia anual de promoción turística de Los Cabos, así como las áreas responsables de su ejecución. • Acciones transversales de promoción y mercadotecnia. • Acciones de participación conjunta con actores de los sectores público y privado. • Propuesta de programas operativos y de apoyo por área del fideicomiso. • Indicadores de desempeño. • Integración de una propuesta de Programa Anual de Promoción Turística de Los Cabos que incluya la propuesta de Estrategia de Promoción Turística del siguiente ejercicio. • Al finalizar el ejercicio de planeación estratégica institucional se presenta a los asistentes la propuesta de Programa Anual de Promoción Turística de Los Cabos así como los programas operativos y de apoyo requeridos para cumplir con sus objetivos. • Los participantes del ejercicio de planeación estratégica emiten sus comentarios y observaciones, una vez atendidos se considera concluido el ejercicio de planeación estratégica institucional. • La Dirección General remite la propuesta de Programa Anual de Promoción Turística de 	<p>Documentación del ejercicio de planeación estratégica institucional.</p> <p>Propuesta de Programa Anual de Promoción Turística de Los Cabos.</p> <p>Propuesta de programas operativos y de apoyo.</p> <p>Programa-presupuesto del ejercicio inmediato posterior.</p>



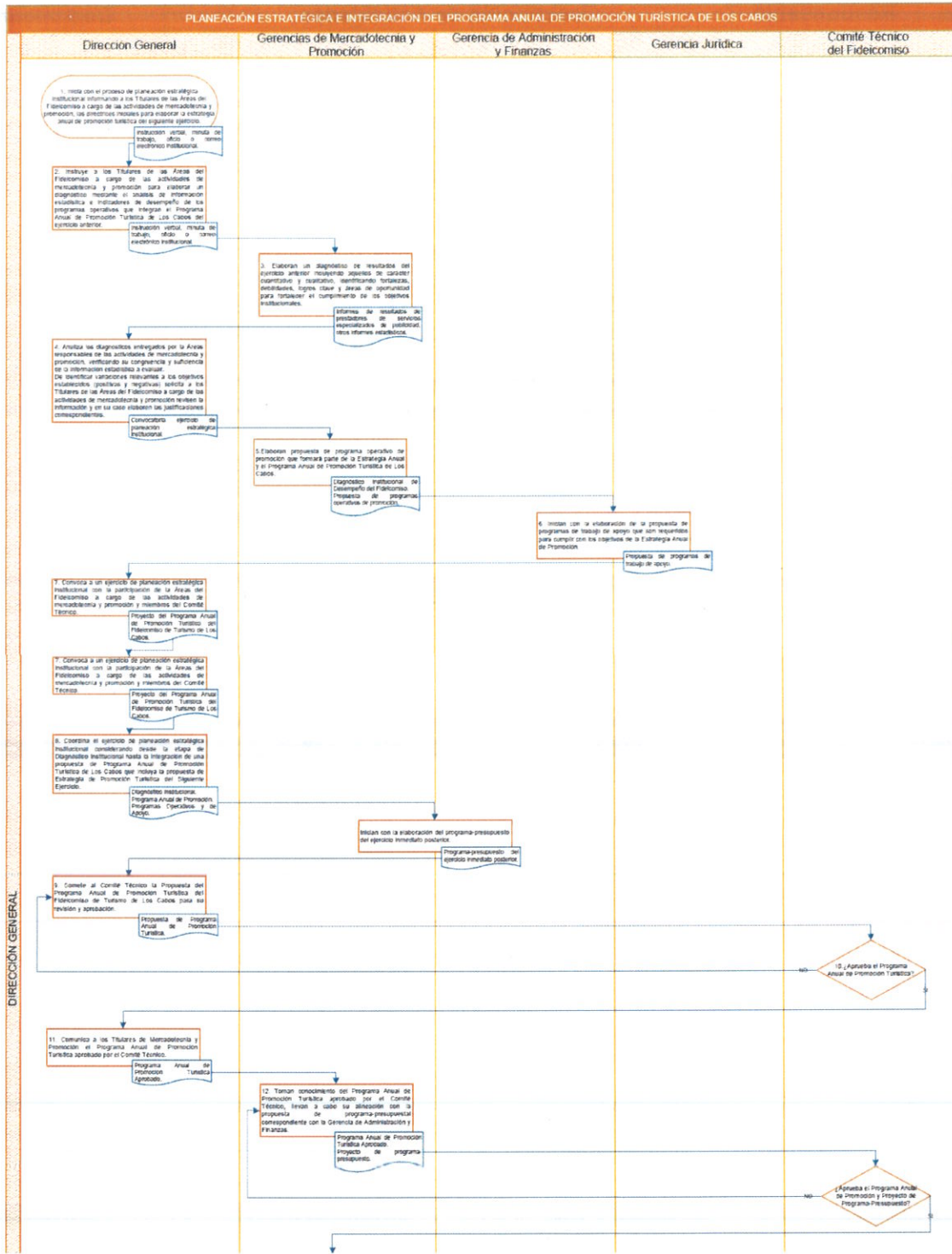
Cons.	Responsable	Descripción de Actividades	Documento
		Los Cabos para que las Áreas Responsables de las actividades de promoción y publicidad en coordinación con la Gerencia de Administración y Finanzas inicien con la elaboración del programa-presupuesto del ejercicio inmediato posterior.	
9	Dirección General. Comité Técnico. Áreas del Fideicomiso a cargo de las actividades de mercadotecnia y promoción.	<p>Somete al Comité Técnico la Propuesta del Programa Anual de Promoción Turística del Fideicomiso de Turismo de Los Cabos para su revisión y aprobación.</p> <p>Durante la sesión, el Comité Técnico evalúa el contenido, identifica áreas de oportunidad, emite observaciones y recomendaciones.</p> <p>Las personas que participen en el Comité Técnico con carácter de Asesores, podrán emitir su opinión sobre el cumplimiento de disposiciones legales, situaciones de carácter contable, presupuestal o financiero relacionadas con el Programa Anual de Promoción Turística de Los Cabos, o aspectos legales que contribuyan a los objetivos que contribuyan al cumplimiento de sus objetivos bajo principios de transparencia, legalidad, rendición de cuentas, honestidad, honradez, eficacia, eficiencia y economía.</p> <p>La Dirección General informa a los Titulares de las Áreas del Fideicomiso a cargo de las actividades de mercadotecnia y promoción de las observaciones y recomendaciones emitidas por el Comité Técnico.</p> <p>Las Áreas del Fideicomiso a cargo de las actividades de mercadotecnia y promoción atienden las observaciones y recomendaciones emitidas por el Comité Técnico y remiten la nueva propuesta del Programa Anual de Promoción Turística de Los Cabos a la Dirección General para gestionar su aprobación.</p>	<p>Propuesta de Programa Anual de Promoción Turística.</p> <p>Observaciones y Recomendaciones.</p>
10	Comité Técnico.	Aprueba el Programa Anual de Promoción Turística de Los Cabos del siguiente ejercicio, una vez atendidas las observaciones y recomendaciones.	Programa Anual de Promoción Turística.
11	Dirección General.	Comunica a los Titulares de las Áreas del Fideicomiso a cargo de las actividades de mercadotecnia y promoción el Programa Anual de Promoción Turística aprobado por el Comité Técnico, el cual fungirá como	Programa Anual de Promoción Turística del Fideicomiso de

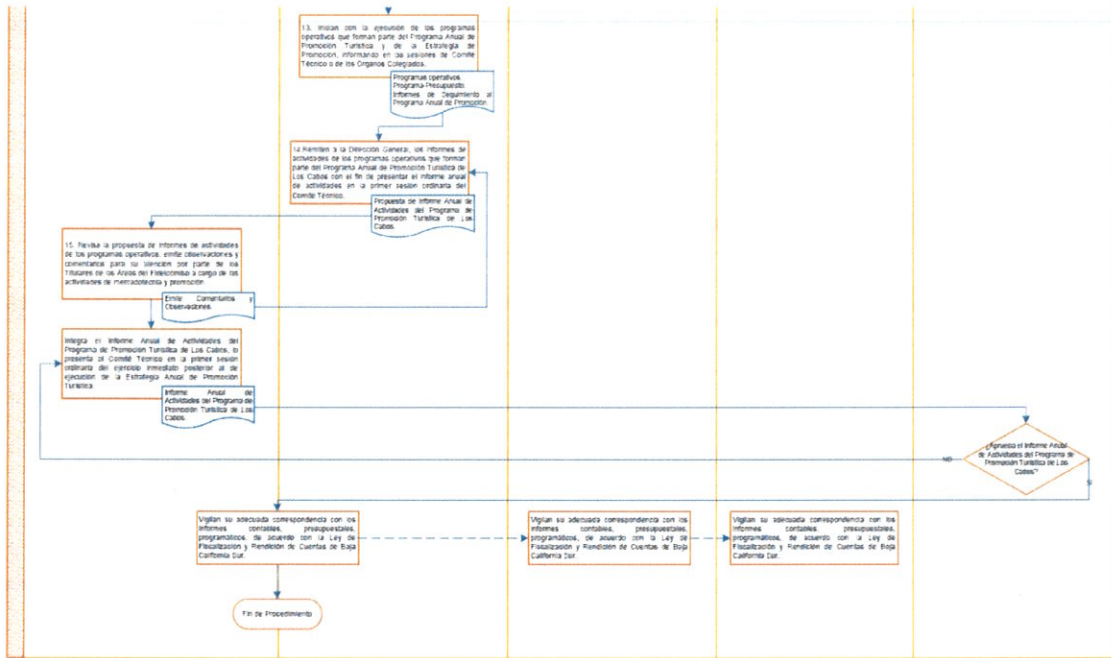
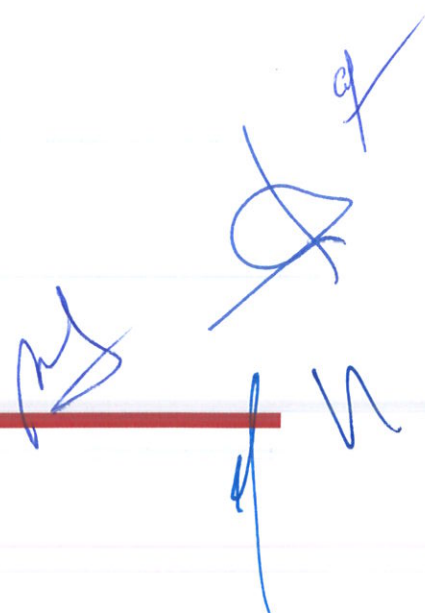
Cons.	Responsable	Descripción de Actividades	Documento
		eje rector institucional para lograr el cumplimiento de los objetivos del Fideicomiso, con el fin de que las actividades que se desarrollen durante cada ejercicio presupuestal, contribuyan de manera eficaz al desarrollo del destino la cual estará enfocada a detonar el desarrollo económico y turístico regional, con el propósito de lograr el bienestar de su población con un enfoque de auto sustentabilidad y crecimiento ordenado.	Turismo de los Cabos.
12	Áreas del Fideicomiso a cargo de las actividades de mercadotecnia y promoción.	Toman conocimiento del Programa Anual de Promoción Turística aprobado por el Comité Técnico de los programas operativos a su cargo que lo integran, llevan a cabo su alineación con la propuesta de programa-presupuestal correspondiente con la Gerencia de Administración y Finanzas.	Programa Anual de Promoción Turística aprobado por el Comité Técnico. Proyecto de programa-presupuesto.
13	Áreas del Fideicomiso a cargo de las actividades de mercadotecnia y promoción.	Una vez aprobado el programa-presupuesto por el Comité Técnico, inician con la ejecución de los programas operativos que forman parte del Programa Anual de Promoción Turística y de la Estrategia de Promoción, informando en las sesiones del Comité Técnico o de los órganos colegiados auxiliares que se constituyan para seguimiento y evaluación de la estrategia de promoción: <ul style="list-style-type: none"> • Las acciones de promoción de mayor relevancia. • Reportes de indicadores estratégicos. • Justificación de las desviaciones y riesgos identificados en el período. • Propuesta de modificaciones que contribuyan a fortalecer el cumplimiento de la estrategia anual de promoción. • Propuesta de nuevas estrategias de mercadotecnia o promoción con el fin de que el Comité Técnico evalúe la posibilidad de integrarlas al Programa Anual de Promoción. • Propuestas de alternativas para potencializar la inversión de recursos requeridos para la ejecución de las acciones de promoción del ámbito de su competencia, ya sea a través de alianzas estratégicas con la industria turística, socios comerciales, u otras alternativas. 	Programas operativos. Programa-presupuesto aprobado por el Comité Técnico. Informes de seguimiento al Programa Anual de Promoción Turística de Los Cabos.

Cons.	Responsable	Descripción de Actividades	Documento
14	Titulares de las Áreas del Fideicomiso a cargo de las actividades de mercadotecnia y promoción.	<p>Al cierre del ejercicio remiten a la Dirección General, los informes de actividades de los programas operativos que forman parte del Programa Anual de Promoción Turística de Los Cabos con el fin de presentar el informe anual de actividades en la primer sesión ordinaria del Comité Técnico, que podrán considerar de manera enunciativa los siguientes elementos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Las acciones de promoción y mercadotecnia de mayor relevancia ejecutadas durante el ejercicio presupuestal. Reportes de indicadores estratégicos. Justificación de las desviaciones y riesgos identificados en el ejercicio. Modificaciones al programa que contribuyeron a fortalecer el cumplimiento de la estrategia anual de promoción. Informe de alternativas para potencializar la inversión de recursos requeridos a través de alianzas estratégicas con la industria turística, socios comerciales, u otras alternativas. 	Propuesta de Informe Anual de Actividades del Programa de Promoción Turística de Los Cabos.
15	<p>Dirección General.</p> <p>Comité Técnico.</p> <p>Titulares de las Áreas del Fideicomiso a cargo de las actividades de mercadotecnia y promoción.</p>	<p>Revisa la propuesta de informes de actividades de los programas operativos que forman parte del Programa Anual de Promoción Turística de Los Cabos, emite observaciones y comentarios para su atención por parte de los Titulares de las Áreas del Fideicomiso a cargo de las actividades de mercadotecnia y promoción.</p> <p>Una vez atendidas las observaciones y comentarios por los Titulares de las Áreas del Fideicomiso a cargo de las actividades de mercadotecnia y promoción, la Dirección General integra el Informe Anual de Actividades del Programa de Promoción Turística de Los Cabos, lo presenta al Comité Técnico en la primer sesión ordinaria del ejercicio inmediato posterior al de ejecución de la Estrategia Anual de Promoción Turística y lo somete a su aprobación.</p> <p>El Comité Técnico emite sus observaciones y comentarios al Informe Anual de Actividades del Programa de Promoción Turística de Los Cabos, en caso de que sea requerido presentar información adicional, el Director General podrá auxiliarse de las personas Titulares de las Áreas del Fideicomiso a</p>	<p>Propuesta de Informe Anual de Actividades del Programa de Promoción Turística de Los Cabos.</p> <p>Informe Anual de Actividades del Programa de Promoción Turística de Los Cabos.</p>

Cons.	Responsable	Descripción de Actividades	Documento
		<p>cargo de las actividades de mercadotecnia y promoción.</p> <p>Atendidas las observaciones y comentarios al Informe Anual de Actividades del Programa de Promoción Turística de Los Cabos, se considerará aprobado por el Comité Técnico.</p> <p>Una vez aprobado el Informe Anual de Actividades del Programa de Promoción Turística de Los Cabos las Dirección General a través de las personas Titulares de las Áreas del Fideicomiso a cargo de las actividades de mercadotecnia y promoción así como de la Gerencia de Administración y Finanzas, deberán vigilar su adecuada correspondencia con los informes contables, presupuestales, programáticos, de actividades y desempeño institucional que formen parte de la Cuenta Pública del Fideicomiso en términos de lo previsto en la Ley de Fiscalización y Rendición de Cuentas de Baja California Sur.</p>	
FIN DEL PROCEDIMIENTO			





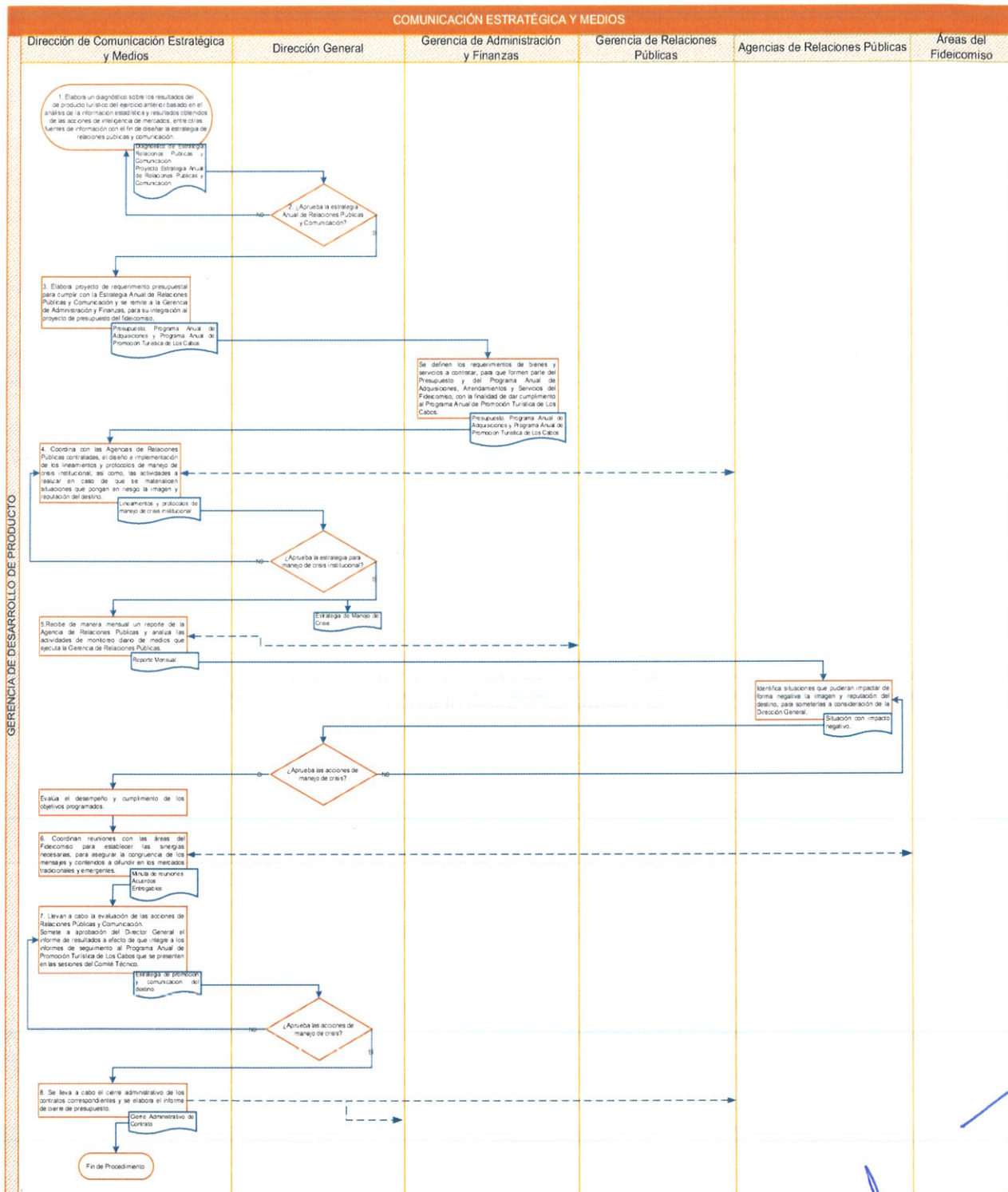
2. Dirección de Comunicación Estratégica y Medios.

Procedimiento 2.0.1	Clave del procedimiento P-DCEM-CEM-01
Comunicación Estratégica y Medios	
Fecha: Diciembre 2024	Versión 1.0

Cons.	Responsable	Descripción de Actividades	Documento
1	Dirección de Comunicación, Estratégica y Medios.	<p>Elabora un diagnóstico sobre los resultados del desarrollo de producto turístico del ejercicio anterior basado en el análisis de la información estadística y resultados obtenidos de las acciones de inteligencia de mercados, observatorio turístico y otras fuentes de información con el fin de diseñar la estrategia de relaciones públicas y comunicación.</p> <p>Una vez elaborado el diagnóstico, diseña la Estrategia Anual de Relaciones Públicas y Comunicación.</p>	<p>Diagnóstico de Estrategia Relaciones Públicas y Comunicación.</p> <p>Proyecto de Estrategia Anual de Relaciones Públicas y Comunicación.</p>
2	<p>Dirección de Comunicación Estratégica y Medios.</p> <p>Dirección General.</p>	<p>Una vez elaborada la Estrategia Anual de Relaciones Públicas y Comunicación la somete a aprobación del Director General, para que sea integrada al Programa Anual de Promoción Turística de Los Cabos.</p> <p>El Director General verifica que la Estrategia Anual de Relaciones Públicas y Comunicación se encuentre alineada a los objetivos de promoción institucionales, considerando las acciones de alto impacto para la promoción eficaz del destino en los mercados tradicionales y emergentes y en las audiencias de posibles visitantes de los mercados nacional e internacionales tradicionales y emergentes a alcanzar.</p> <p>En caso de que la Dirección no apruebe la Estrategia Anual de Relaciones Públicas y Comunicación, le solicita a la Dirección de Comunicación Estratégica y Medios realice las adecuaciones correspondientes y regresa a la actividad anterior.</p>	Estrategia Anual de Relaciones Públicas y Comunicación.
3	<p>Dirección de Comunicación, Estratégica y Medios.</p> <p>Gerencia de Administración y Finanzas.</p>	<p>Elabora proyecto de requerimiento presupuestal para cumplir con la Estrategia Anual de Relaciones Públicas y Comunicación y se remite a la Gerencia de Administración y Finanzas, para su integración al proyecto de presupuesto del fideicomiso.</p> <p>Se definen los requerimientos de bienes y servicios a contratar, para que formen parte del Presupuesto y del</p>	<p>Presupuesto.</p> <p>Programa Anual de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios.</p>

		Programa Anual de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Fideicomiso; para la ejecución de la Estrategia Anual de Relaciones Públicas y Comunicación; con la finalidad de dar cumplimiento al Programa Anual de Promoción Turística de Los Cabos.	Programa Anual de Promoción Turística de Los Cabos.
4	Dirección de Comunicación Estratégica y Medios. Agencias. Dirección General.	Coordina con las Agencias de Relaciones Públicas contratadas, el diseño e implementación de los lineamientos y protocolos de manejo de crisis institucional, que consideren los mecanismos de coordinación con autoridades, socios comerciales e industria turística; así como, las actividades a realizar en caso de que se materialicen situaciones que pongan en riesgo la imagen y reputación del destino. Somete a aprobación de la Dirección General, la estrategia para el manejo de crisis, (en caso de no ser aprobada regresar a la actividad anterior).	Lineamientos y protocolos de manejo de crisis institucional. Estrategia para el Manejo de Crisis.
5	Dirección de Comunicación Estratégica y Medios. Agencias de Relaciones Públicas. Dirección General.	Recibe de manera mensual un reporte de la Agencia de Relaciones Públicas y analiza las actividades de monitoreo diario de medios que ejecuta la Gerencia de Relaciones Públicas. Identifica situaciones que pudieran impactar de forma negativa la imagen y reputación del destino, para someterlas a consideración de la Dirección General. Aprueba las acciones de manejo de crisis presentadas por la Agencias de Relaciones Públicas, para gestionar riesgos reputacionales que impacten de forma negativa la percepción del destino. Evalúa el desempeño y cumplimiento de los objetivos programados.	Reporte Mensual. Situaciones con impacto negativo. Acciones de manejo de crisis. Evaluación de desempeño.
6	Dirección de Comunicación Estratégica y Medios. Áreas que integran el Fideicomiso.	Durante la ejecución de la estrategia de Relaciones Públicas y Comunicación se coordinan reuniones con las áreas del Fideicomiso para establecer las sinergias necesarias, para asegurar la congruencia de los mensajes y contenidos a difundir en los mercados tradicionales y emergentes, con el fin de que las acciones de publicidad y promoción cumplan de manera eficaz con los objetivos del Programa Anual de Promoción Turística del Fideicomiso de Turismo de los Cabos.	Minutas de reuniones. Acuerdos. Entregables.
7	Dirección de Comunicación	Recibe los informes, documentos informativos, presentaciones, comunicados de prensa, bibliografía o	Estrategia de promoción y

	<p>Estratégica y Medios.</p> <p>Gerencia de Relaciones Públicas.</p>	<p>páginas que forman parte de la estrategia de promoción y comunicación del destino.</p> <p>Llevan a cabo la evaluación de las acciones de Relaciones Públicas y Comunicación.</p> <p>Somete a aprobación del Director General el informe de resultados a efecto de que integre a los informes de seguimiento al Programa Anual de Promoción Turística de Los Cabos que se presenten en las sesiones del Comité Técnico.</p>	<p>comunicación del destino.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informes. • Documentos informativos. • Presentaciones, Comunicados de prensa. • Bibliografía. • Páginas web.
8	<p>Dirección de Comunicación Estratégica y Medios.</p> <p>Gerencia de Administración y Finanzas.</p> <p>Agencias.</p>	<p>Se lleva a cabo el cierre administrativo de los contratos correspondientes y se elabora el informe de cierre de presupuesto.</p>	<p>Cierre Administrativo de contrato.</p>
FIN DEL PROCEDIMIENTO			



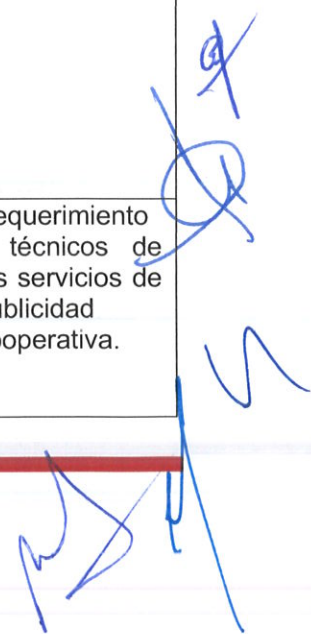
3. Dirección de Promoción y Desarrollo de Negocios.

Procedimiento 3.0.1	Clave del procedimiento P-DPDN-GPCEFEPD-01
Gestión, participación, coordinación y ejecución de ferias y eventos para promoción del destino.	
Fecha: Diciembre 2024	Versión 1.0

Cons.	Responsable	Descripción de Actividades	Documento
1	<p>Dirección de Promoción y Desarrollo de Negocios.</p> <p>Gerencia de Industria de Reuniones.</p> <p>Dirección General.</p>	<p>Realiza un análisis y elabora un diagnóstico detallado sobre los resultados de la participación del Fideicomiso en las ferias y eventos nacionales e internacionales, con información estadística relevante, incluyendo métricas de impacto y datos de asistencia. Además, en la realización de dicho diagnóstico, toma en cuenta los aspectos siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tipo de evento; • Mercado en donde se llevó a cabo el evento; • Mercados que tuvieron mayor impacto; • País de origen de los visitantes; • Número de asistentes a los eventos; • Efectividad de las actividades promocionales • Actividades o estrategias que no cumplieron con los objetivos esperados, como fallas logísticas o falta de interés del público objetivo; • Acuerdos comerciales alcanzados; e, • Incremento de la visibilidad de la marca. <p>Asimismo, solicita a la Gerencia de Industria de Reuniones un informe detallado de los eventos en los que participó el Fideicomiso en el ejercicio anterior, incluyendo métricas de desempeño, actividades realizadas y resultados obtenidos en el segmento de industria de reuniones. Los resultados de dicho informe formarán parte del diagnóstico de la Dirección.</p> <p>Presenta este diagnóstico integrado a la Dirección General para su aprobación.</p> <p>Dicho diagnóstico servirá como insumo clave para la planificación de la Estrategia de promoción y desarrollo de negocios del siguiente ejercicio.</p>	<p>Diagnóstico sobre los resultados de la participación del Fideicomiso en ferias y eventos.</p> <p>Informe de resultados.</p>
2	Dirección de Promoción y	Con base en los resultados del diagnóstico que integre la Dirección de Promoción y Desarrollo de Negocios, lleva a	Proyecto de Estrategia de

	<p>Desarrollo de Negocios.</p> <p>Gerencia de Industria de Reuniones.</p>	<p>cabo el diseño de la Estrategia de promoción y desarrollo de negocio, de acuerdo con los objetivos del Programa Anual de Promoción Turística de Los Cabos.</p> <p>La estrategia de promoción y desarrollo de negocio deberá considerar los elementos siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objetivos • Mercados • Clasificación de mercado (nacional, internacional, tradicional o emergentes) • Líneas de acción para Plan Anual de Promoción Turística del Fideicomiso • Actividades • Responsables de su ejecución • Áreas de apoyo interno y externo • Calendario • Indicadores <p>Además, para dicha estrategia, en coordinación con la Gerencia de Industria de Reuniones, la Dirección identifica los eventos relevantes para la promoción del destino Los Cabos. Esto incluye ferias, congresos, convenciones, exposiciones y foros especializados.</p> <p>Convoca a reuniones con las áreas clave del Fideicomiso para evaluar las oportunidades detectadas y priorizar las más relevantes.</p>	<p>promoción y desarrollo de negocios.</p>
3	<p>Dirección de Promoción y Desarrollo de Negocios.</p> <p>Dirección General.</p>	<p>Propone a la Dirección General la Estrategia de promoción y desarrollo de negocios que se incluirán en el Programa Anual de Promoción Turística de los Cabos.</p> <p>La Dirección General autoriza la Estrategia de promoción y desarrollo de negocios. En caso de no ser aprobada, regresa a la actividad anterior.</p>	<p>Estrategia de promoción y desarrollo de negocios.</p> <p>Programa Anual de Promoción.</p>
4	<p>Dirección de Promoción y Desarrollo de Negocios.</p> <p>Dirección General.</p>	<p>Propone a la Dirección General los indicadores estratégicos para evaluar el cumplimiento de las metas y objetivos de las acciones de promoción relacionadas con la industria de turismo de congresos, convenciones y la organización de ferias y eventos de carácter nacional e internacional.</p> <p>La Dirección General autoriza los indicadores estratégicos que permitan evaluar el cumplimiento de las metas y objetivos de las acciones de promoción relacionadas con la industria de turismo de congresos, convenciones y la organización de ferias y eventos de carácter nacional e</p>	<p>Indicadores estratégicos autorizados.</p>

		internacional. En caso de no ser aprobados, regresa a la actividad anterior.	
5	<p>Dirección de Promoción y Desarrollo de Negocios.</p> <p>Gerencia de Industria de Reuniones.</p>	<p>En colaboración con la Gerencia de Industria de Reuniones, identifica los eventos más relevantes para cumplir con los objetivos estratégicos del Fideicomiso durante el ejercicio fiscal.</p> <p>Para ello, revisa el análisis detallado que le presente la Gerencia de Industria de Reuniones, el cual puede considerar los aspectos siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perfil de la audiencia esperada (tipo de participantes, cantidad proyectada). • Propuesta de agenda preliminar, considerando las actividades clave a realizar. • Logística general del evento, incluyendo recursos necesarios para la participación. • Propuesta de sedes específicas para el evento, seleccionadas con base en su capacidad y alineación con los objetivos del Fideicomiso. <p>La Dirección evalúa y, en su caso, aprueba la agenda, logística y las sedes propuestas.</p> <p>En caso de que no se apruebe, ordena a la Gerencia de Industria de Reuniones que realice los ajustes conforme a sus observaciones y se regresa a la actividad anterior.</p> <p>Con base en el análisis de toda la información presentada, establece los criterios de selección basados en la relevancia del evento, el impacto esperado en los mercados objetivo (nacional o internacional) y el retorno de inversión (ROI) proyectado.</p> <p>Gestiona la confirmación de la participación del Fideicomiso en los eventos seleccionados.</p> <p>Coordina con los organizadores de los eventos las fechas clave, los espacios requeridos y otros aspectos logísticos preliminares.</p>	<p>Reunión informativa (<i>Brief</i>) de los eventos.</p> <p>Agenda y logística.</p> <p>Calendario de eventos.</p>
6	<p>Dirección de Promoción y Desarrollo de Negocios.</p> <p>Dirección de Comunicación</p>	<p>Dentro de los objetivos y alcances de su Estrategia de promoción y desarrollo de negocios, colabora con la Dirección de Comunicación Estratégica y Medios, la Subdirección Comercial y las Gerencias que integran el Fideicomiso, en la definición de los requerimientos técnicos de los servicios de publicidad cooperativa, que consideren la planeación y ejecución de las acciones necesarias para</p>	<p>Requerimientos técnicos de los servicios de publicidad cooperativa.</p>



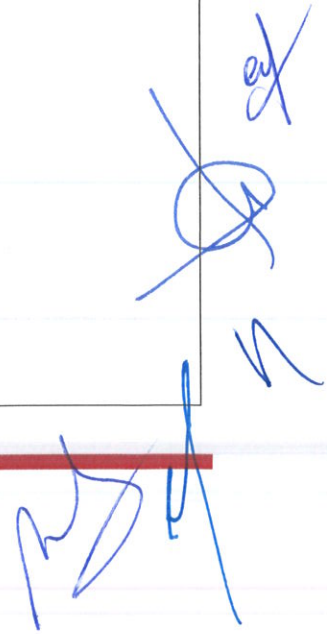
	<p>Estratégica y Medios.</p> <p>Subdirección Comercial.</p> <p>Gerencias que integran el Fideicomiso.</p>	<p>el diseño, montaje y desmontaje del pabellón de Los Cabos, en las ferias y eventos nacionales e internacionales en los que participe el Fideicomiso.</p>	
7	<p>Dirección de Promoción y Desarrollo de Negocios.</p> <p>Gerencia de Administración y Finanzas.</p>	<p>Coordina con la Gerencia de Administración y Finanzas la integración de un presupuesto detallado que contemple los costos de viáticos, pasajes, otros gastos asociados a la participación en los eventos seleccionados y, en su caso, los requerimientos técnicos de los servicios de publicidad cooperativa.</p> <p>Se asegura de que el presupuesto cumpla con las disposiciones administrativas internas y esté alineado con los objetivos del Programa Anual de Promoción Turística para su integración en el Programa Anual de Adquisiciones.</p>	<p>Presupuesto de la Dirección de Promoción y Desarrollo de Negocios.</p> <p>Programa Anual de Adquisiciones.</p>
8	<p>Dirección de Promoción y Desarrollo de Negocio.</p> <p>Agencia de eventos.</p>	<p>Gestiona y coordina con la Agencia de eventos el diseño del stand, el cual debe cumplir con los requisitos solicitados a utilizar en la Feria o Evento correspondiente.</p> <p>Satisfechos dichos requisitos, confirma con la Agencia de eventos el diseño del stand a utilizar en la Feria o Evento correspondiente.</p>	<p>Cotización.</p> <p>Diseño del stand.</p>
9	<p>Dirección de Promoción y Desarrollo de Negocios.</p> <p>Gerencia Jurídica.</p> <p>Agencia organizadora de eventos.</p>	<p>Lleva a cabo la contratación de la Agencia de eventos, de conformidad con lo establecido en la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Gobierno del Estado de Baja California Sur.</p> <p>Asimismo, gestiona y recibe de la organización de la Feria o Evento en la que se participará, el contrato para la confirmación del espacio para revisar las condiciones y verificar el número de representantes del destino permitidos en el espacio contratado.</p>	<p>Contratos y anexos.</p>
10	<p>Dirección de Promoción y Desarrollo de Negocios.</p>	<p>Acude a la feria o evento para la representación del destino y lleva a cabo las acciones de promoción, a través de las actividades siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentación general del destino (ponencia general o uno a uno). • Activaciones en el espacio asignado. 	<p>Asistencia al Evento.</p> <p>Presentaciones y testigos fotográficos.</p>

		<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones de negocios. • Asistir a eventos educativos (como ponente o asistentes). <p>Evalúa que los requerimientos del stand sean los solicitados en la contratación con la Agencia de eventos.</p> <p>Documenta la ejecución de los servicios contratados.</p>	
11	<p>Dirección de Promoción y Desarrollo de Negocios.</p> <p>Gerencia de Administración y Finanzas.</p>	<p>Comprueba a la Gerencia de Administración y Finanzas los viáticos y pasajes otorgados para la participación en el evento o feria.</p>	<p>Reporte de Viaje.</p> <p>Comprobantes de viáticos.</p>
12	<p>Dirección de Promoción y Desarrollo de Negocio.</p> <p>Gerencia de Administración y Finanzas.</p> <p>Agencia de eventos.</p>	<p>Gestiona con la Gerencia de Administración y Finanzas el pago de la orden de servicios a la Agencia de eventos por los servicios prestados.</p> <p>Lleva a cabo el cierre administrativo del contrato.</p>	<p>Orden de servicio.</p>
13	<p>Dirección de Promoción y Desarrollo de Negocios.</p>	<p>Da seguimiento a los contactos recabados durante la participación en la feria o evento, para establecer una relación comercial de negocios para la promoción del destino.</p>	<p>Correo electrónico institucional.</p>
14	<p>Dirección de Promoción y Desarrollo de Negocios.</p>	<p>Desarrolla mecanismos de medición de resultados que incluyen indicadores estratégicos para evaluar el cumplimiento de las metas y objetivos de las acciones de promoción relacionadas con la industria de turismo de congresos, convenciones, la participación en ferias y eventos de carácter nacional e internacional.</p>	<p>Indicadores estratégicos.</p>
15	<p>Dirección de Promoción y Desarrollo de Negocios.</p>	<p>Genera, archiva y custodia los entregables derivados del cierre administrativo del contrato correspondiente.</p>	<p>Archivo de entregables.</p>
FIN DEL PROCEDIMIENTO			

3.1. Gerencia de Industria de Reuniones.

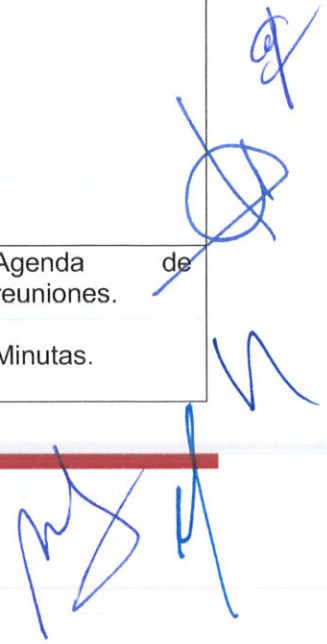
Procedimiento 3.1.1	Clave del procedimiento P-GIR-PDIR-01
Promoción del destino en Industria de Reuniones	
Fecha: Diciembre 2024	Versión 1.0

Cons.	Responsable	Descripción de Actividades	Documento
1	Gerencia de Industria de Reuniones.	<p>Realiza un análisis y elaborar un diagnóstico detallado sobre los resultados de la estrategia de la industria de reuniones implementada en el ejercicio anterior por el Fideicomiso, tomando en cuenta la siguiente información:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tipo de evento. • País de origen de los visitantes. • Tipo de hotel. • Número de asistentes a los eventos. • Número de habitaciones. • Costo de habitación. • Fecha del evento. • Eventos fuera del hotel sede. 	Diagnóstico sobre resultados del ejercicio anterior.
2	Gerencia de Industria de Reuniones. Dirección de Promoción y Desarrollo de Negocio. Dirección General.	<p>A partir de la información que arroje el diagnóstico realizado sobre el ejercicio anterior, analiza la información estadística y los resultados obtenidos de las acciones de inteligencia de mercados, del observatorio turístico, de las tendencias en el mercado de la industria de reuniones y de otras fuentes de información, con el fin de diseñar una estrategia de desarrollo y comercialización de producto turístico para la industria de reuniones, que será propuesta a la Dirección General para integrar al Plan Anual de Promoción Turística de Los Cabos.</p> <p>En el diseño para la estrategia de industria de reuniones se considerarán los aspectos siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definición de objetivos a alcanzar e indicadores • Análisis de mercados (nacional, internacional, tradicional o emergentes) • Análisis de costo promedio por visitante • Actualización de la oferta de productos y servicios en el destino, relacionada con industria de reuniones • Análisis de alianzas con socios estratégicos y organizaciones de la industria 	Estrategia de desarrollo y comercialización de producto turístico para industria de reuniones.



		<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de campañas previas • Viajes de familiarización de la industria de reuniones. <p>Las demás acciones de promoción que sean consideradas por la Dirección General y la Dirección de Promoción y Desarrollo de Negocio para cumplir con los objetivos institucionales.</p> <p>El diseño de esta estrategia se realizará en cumplimiento de las directrices establecidas por la Dirección de Promoción y Desarrollo de Negocios, enfocándose en la creación y ejecución de la estrategia anual de promoción de la oferta turística, abarcando productos y servicios relacionados con la industria de reuniones, congresos, convenciones, exposiciones y viajes de incentivos, conforme a lo dispuesto en el Plan Anual de Promoción Turística de Los Cabos.</p> <p>Dicha estrategia deberá considerar los elementos siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objetivos. • Mercados. • Clasificación de mercado (nacional, internacional, tradicional o emergentes). • Líneas de acción. • Actividades. • Responsables de su ejecución • Áreas de apoyo interno y externo. • Calendario. • Indicadores. 	
3	<p>Gerencia de Industria de Reuniones.</p> <p>Dirección de Promoción y Desarrollo de Negocio.</p> <p>Dirección General.</p>	<p>Una vez elaborada la estrategia anual de industria de reuniones, la somete a consideración de la Dirección de Promoción y Desarrollo de Negocio.</p> <p>La Dirección de Promoción y Desarrollo de Negocio revisa la estrategia de industria de reuniones cuando se encuentre alineada a los objetivos de promoción institucionales; en caso de no observaciones o cambios, se reformulará considerando los elementos de la actividad anterior.</p> <p>Una vez revisada la estrategia preliminar, se someterá a aprobación de la Dirección General y se integrará a la propuesta de Plan Anual de Promoción Turístico de los Cabos.</p>	<p>Proyecto de la estrategia de desarrollo y comercialización de producto turístico la Gerencia de Industria de Reuniones.</p>

4	<p>Gerencia de Industria de Reuniones.</p> <p>Dirección de Promoción y Desarrollo de Negocio.</p> <p>Gerencia de Administración y Finanzas.</p>	<p>Se elabora de manera conjunta con la Dirección de Promoción y Desarrollo de Negocio el proyecto de requerimientos presupuestales para cumplir con la estrategia.</p> <p>Una vez elaborado se remite a la Gerencia de Administración y Finanzas para su revisión e Integración al proyecto de presupuesto del Fideicomiso.</p>	<p>Proyecto de requerimientos presupuestales.</p> <p>Proyecto de presupuesto del Fideicomiso.</p>
5	<p>Gerencia de Industria de Reuniones.</p>	<p>Se definen los requerimientos de bienes y servicios a contratar para la estrategia de la Gerencia de Industria de Reuniones con el fin de integrarlas al Programa Anual de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Fideicomiso.</p>	<p>Requerimientos de bienes y servicios a contratar.</p>
6	<p>Gerencia de Industria de Reuniones.</p> <p>Gerencia Jurídica.</p> <p>Gerencia de Administración y Finanzas.</p>	<p>Se llevan a cabo los procedimientos de contratación de conformidad con lo establecido en la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Gobierno del Estado de Baja California Sur.</p>	<p>Convocatoria. Bases. Anexo Técnico.</p>
7	<p>Gerencia de Industria de Reuniones.</p> <p>Gerencia Jurídica.</p> <p>Organización especializada.</p>	<p>Proporcionar a la Gerencia Jurídica los convenios con organizaciones, para revisión y visto bueno de las condiciones, especificaciones y alcances de este.</p> <p>En caso de ser autorizados por la Gerencia Jurídica, lleva a cabo la formalización de los convenios con las organizaciones, previa revisión, visto bueno y registro de la Gerencia Jurídica considerando, las condiciones, especificaciones y alcances de éste.</p> <p>En los casos en que la Gerencia Jurídica, emita observaciones, la Gerencia de Industria turística las elabora.</p>	<p>Proyecto de Convenio de promoción.</p> <p>Convenio de promoción.</p>
8	<p>Gerencia de Industria de Reuniones.</p>	<p>Diseña los mensajes clave para llevar a cabo las acciones de promoción de industria de reuniones durante el año.</p> <p>En coordinación con las áreas que integran el fideicomiso acuerdan las actividades específicas a ejecutar para la</p>	<p>Agenda de reuniones.</p> <p>Minutas.</p>



	<p>Dirección de Promoción y Desarrollo de Negocio.</p> <p>Dirección de Promoción y Desarrollo de Negocio.</p> <p>Gerencia de Marca y Creatividad.</p> <p>Gerencia de Mercadotecnia.</p> <p>Gerencia de Contenido Digital.</p> <p>Gerencia de Medios Digitales.</p> <p>Dirección de Comunicación Estratégica y Medios.</p> <p>Gerencia de Administración.</p> <p>Gerencia Jurídica</p> <p>Gerencia de Desarrollo de Producto.</p>	<p>promoción de industria de reuniones, de acuerdo con su área de especialidad:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dirección de Promoción y Desarrollo de Negocio: diseño y ejecución del plan anual del segmento de industria de reuniones. 2. Gerencia de Marca y Creatividad: uso de la estrategia institucional de marca en las acciones de promoción. 3. Gerencia de Mercadotecnia: estrategia de medios para el segmento. 4. Gerencia de Contenido Digital: estrategia de promoción y contenidos en redes sociales. 5. Gerencia de Medios Digitales: estrategia de generación de contenidos en el sitio web <i>visitloscabos.com</i> <i>visitalocabos.com</i> y herramientas de medición en general del sitio. 6. Dirección de Comunicación Estratégica y Medios: desarrollo de estrategia de comunicación para la industria de reuniones. 7. Gerencia de Administración y Gerencia Jurídica: definición de requerimientos presupuestales y requerimientos de contratación que sean necesarios. 8. Gerencia de Desarrollo de Producto: revisión de los productos turísticos para actualizar la oferta diseñada para la industria de reuniones en el destino. 	<p>Acuerdo.</p>
<p>9</p>	<p>Gerencia de Industria de Reuniones.</p> <p>Organizaciones especializadas.</p>	<p>Busca acercamiento con organizaciones especializadas en industria de reuniones para:</p> <p>Identificar los requerimientos de cada oportunidad de negocio para realizar el enlace adecuado conforme a la oferta local de producto turístico relacionado con la industria de reuniones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reuniones de trabajo para seguimiento de la 	<p>Propuesta de estrategias de promoción.</p>

		<p>oportunidad de negocio.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promoción de alianzas estratégicas con organizaciones de la industria de reuniones: • Facilitar la interacción de la oferta local entre organizadores de eventos y proveedores de servicios locales con el fin de crear sinergias a efecto de desarrollar productos turísticos de industrias de reuniones que se integran a la estrategia comercial del destino. • Evaluación de eventos en mercados nacionales e internacionales de industria de reuniones en los que se participará durante el ejercicio. • Preparación de la documentación administrativa, materiales y legales requeridos en los eventos a participar. • Participación en las citas de negocios de los eventos. • Seguimiento de leads para evaluación de resultados. • Viajes de familiarización de industria de reuniones: <ul style="list-style-type: none"> • Agenda. • Convocatoria de invitados. • Coordinación de logística. • Elaboración del reporte sobre el viaje de familiarización. 	
10	<p>Gerencia de Industria de Reuniones.</p> <p>Dirección de Promoción y Desarrollo de Negocio.</p>	<p>Realiza las acciones de apoyo logístico, administrativo y de contactos para la correcta ejecución de los eventos que se llevarán a cabo durante el ejercicio.</p> <p>Somete a aprobación de la Dirección de Promoción y Desarrollo de Negocio la programación de nuevos eventos.</p> <p>La Dirección de Promoción y Desarrollo de Negocio, autoriza la programación de nuevos eventos, (en caso de no ser aprobada, regresar a la actividad anterior).</p>	<p>Programación de eventos.</p>
11	<p>Gerencia de Industria de Reuniones.</p>	<p>Verifica que los eventos de industria de reuniones con los cuales se celebraron los convenios se realicen conforme a las actividades siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organiza la participación del Fideicomiso en las ferias comerciales y eventos para crear una red de contactos con profesionales en la organización de reuniones y representantes del destino. 	<p>Relación de ferias comerciales.</p> <p>Listado de Eventos para crear una red de contactos.</p>

	<p>Organización especializada.</p> <p>Gerencia de Administración y Finanzas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> En coordinación con la Gerencia de Administración y Finanzas, prepara y ejecuta los requerimientos materiales, administrativos y legales para el pago de participación en los eventos de promoción de la industria de reuniones. <p>Genera un reporte de métricas que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> Asistentes del destino. Clientes o planeadores de eventos con potencial de negocio. Número de presentaciones realizadas. Solicitudes de propuesta para llevar a cabo un evento. Número de reuniones de negocio celebradas. Hacer un levantamiento de imágenes y testimoniales del evento. 	<p>Relación de Profesionales certificados en la organización de reuniones.</p> <p>Reporte de métricas.</p> <p>Solicitudes de propuesta.</p> <p>Entregables: agendas, directorio, itinerarios, levantamiento de imágenes y testimoniales del evento, entre otros.</p>
12	<p>Gerencia de Industria de Reuniones.</p> <p>Organización especializada.</p> <p>Profesionales certificados en la organización de reuniones y proveedores.</p>	<p>Actualiza la base de datos de prestadores de servicios en el destino.</p> <p>Informar a los prestadores de servicios en el destino de posibles congresos, convenciones, exposiciones y viajes de incentivo que puedan llevarse a cabo en el destino de Los Cabos.</p>	<p>Correo electrónico institucional.</p> <p>Comunicados oficiales.</p>
13	<p>Gerencia de Industria de Reuniones.</p> <p>Profesionales certificados en la organización de reuniones.</p>	<p>Da seguimiento y apoyo a los profesionales en la organización de reuniones, respecto de las solicitudes de propuesta que formulan con hoteles y prestadores de servicios especializados del destino.</p>	<p>Solicitudes de propuesta.</p>
14	<p>Gerencia de Industria de Reuniones.</p>	<p>Prepara y coordina la recepción y atención de los clientes, de los profesionales en la organización de reuniones para realizar las visitas de inspección.</p>	<p>Confirmación de elección del destino, para el evento.</p>

	Profesionales certificados en la organización de reuniones. Proveedores y clientes.	Lleva a cabo las acciones de coordinación con los proveedores del servicio del destino para realizar las visitas de inspección.	
15	Gerencia de Industria de Reuniones.	Actualiza la base de datos con la información de los eventos realizados e integrar un informe de resultados, considerando la integración de los reportes de indicadores de resultados establecidos para evaluar el Plan Anual de Promoción Turística.	Bases de datos digital. Informe de resultados. Reporte de indicadores de resultados.
16	Gerencia de Industria de Reuniones. Organización especializada.	Realiza la evaluación final de las acciones de promoción realizadas a través de las organizaciones especializadas en la industria de reuniones, con el fin de determinar los convenios a formalizar en el siguiente ejercicio y, en su caso, gestionar nuevas alianzas.	Evaluación final de resultados.
17	Gerencia de Industria de Reuniones. Dirección de Promoción y Desarrollo de Negocio.	Lleva a cabo una evaluación final del Plan Anual, con base a las métricas de resultados en la participación y organización de los eventos de industria de reuniones. Somete a revisión de la Dirección de Promoción y Desarrollo de Negocio, los reportes de indicadores de resultados establecidos y el informe de resultados. La Dirección de Promoción y Desarrollo de Negocio, autoriza los reportes de indicadores de resultados y el informe de resultados, (en caso de no ser aprobados, regresar a la actividad anterior), para su posterior presentación al Comité Técnico del Fideicomiso de Turismo de Los Cabos.	Informe de resultados. Reporte de indicadores de resultados.
FIN DEL PROCEDIMIENTO			

4. Subdirección Comercial.

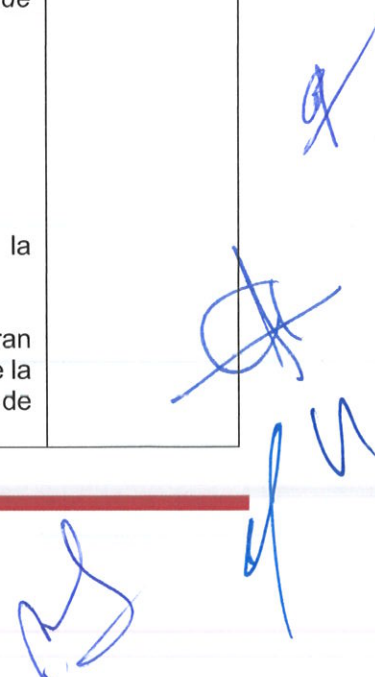
Procedimiento 4.0.1.	Clave del procedimiento P-SDC-PD-01
Promoción del Destino.	
Fecha: Diciembre 2024	Versión 1.0

Cons.	Responsable	Descripción de Actividades	Documento
1	Subdirección Comercial. Socios Comerciales.	<p>Elabora un diagnóstico sobre los resultados de la estrategia comercial mediante reuniones que se llevan a cabo con los socios comerciales nacionales e internacionales, los cuales presentan informes de los resultados obtenidos en el transcurso del año que integran:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estadísticas. • Vuelos. • Noches de pernocta. • Pasajeros movilizados. • Acciones de mercadotecnia e inversión publicitaria. • Análisis de aciertos, áreas de oportunidad, riesgos y propuestas de replanteamiento de estrategia. 	<p>Diagnóstico de Resultados de Estrategia Comercial.</p> <p>Informes de resultados emitidos por socios comerciales.</p>
2	Subdirección Comercial. Secretaría Técnica.	<p>Diseñan la estrategia anual de promoción del destino, considerando los elementos siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objetivos. • Mercados. • Clasificación de mercado (nacional, internacional, tradicional o emergentes). • Líneas de acción. • Actividades. • Responsables de su ejecución. • Áreas de apoyo interno y externo. • Calendario. • Indicadores. <p>En el diseño para la estrategia de Promoción se considerarán los siguientes criterios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alineación a los objetivos promocionales del fideicomiso. • Enfoque a los mercados de potenciales visitantes. • Segmentos de mercado (lujo, <i>leisure</i>, romance, aventura, LGTB+, bienestar, golf, entre otros). • Perfil del socio comercial. • Enfoque de la feria y <i>trade shows</i>. 	<p>Estrategia Anual de Promoción.</p>

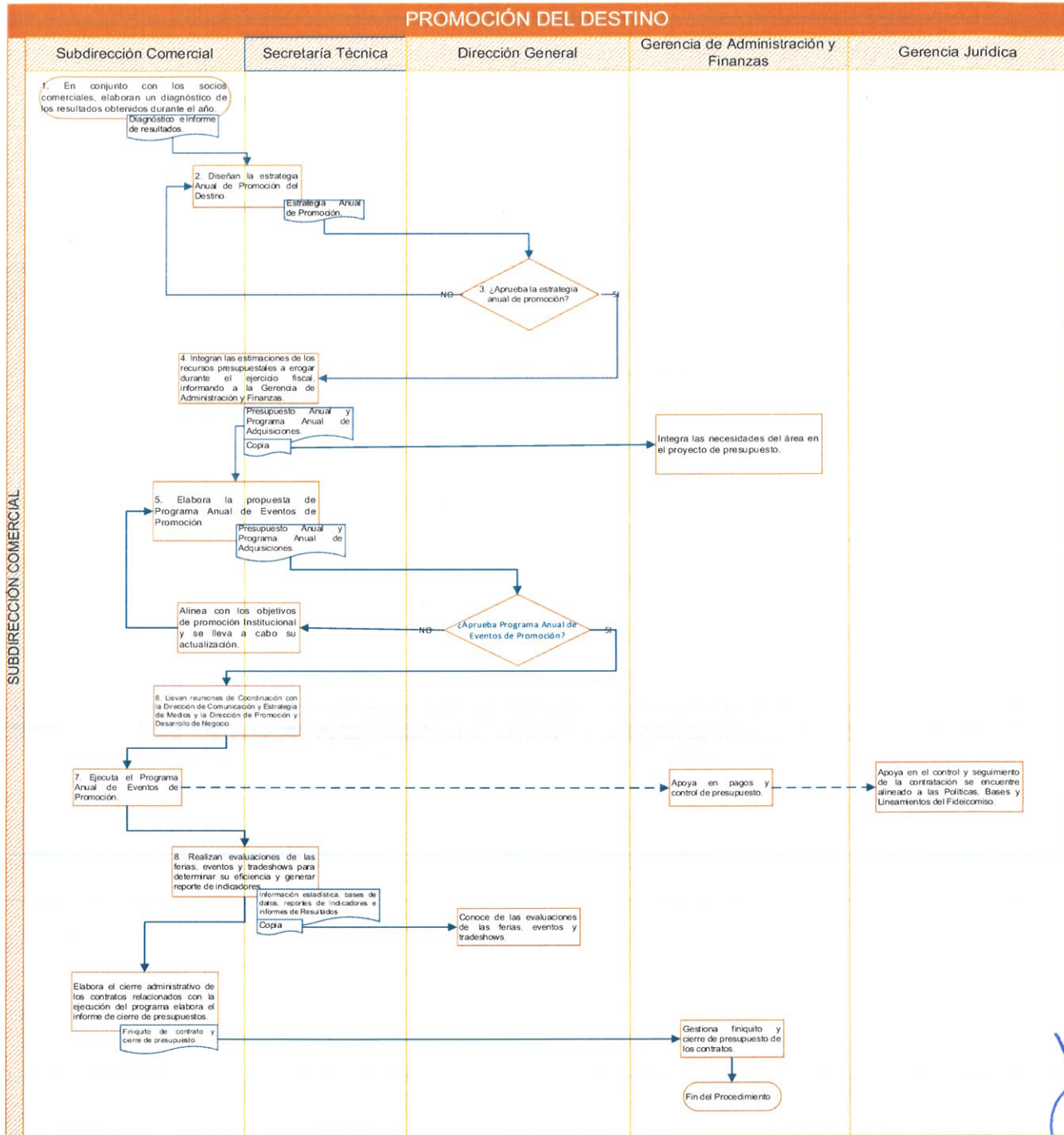
		<ul style="list-style-type: none"> • Destinos considerados competencia de Los Cabos. • Impacto en términos de asistentes a la feria o <i>trade show</i>. • Exposición de la marca destino. 	
3	<p>Subdirección Comercial.</p> <p>Dirección General.</p>	<p>Someter a aprobación del Director General, la estrategia de Promoción.</p> <p>El Director General aprueba la estrategia cuando se encuentre alineada a los objetivos de promoción institucionales, con las acciones del programa de promoción, en caso de no aprobarla, se reformulará considerando los elementos de la actividad anterior.</p>	<p>Estrategia anual de promoción.</p>
4	<p>Subdirección Comercial.</p> <p>Secretaría Técnica.</p>	<p>Integrar en coordinación con la Secretaría Técnica, la estimación de los recursos presupuestales a erogar durante el ejercicio fiscal correspondiente para la ejecución de la estrategia de promoción y se remiten a la Gerencia de Administración y Finanzas, para su integración en el Proyecto de Presupuesto.</p> <p>Así también; se integran los requerimientos de bienes y servicios a contratar y son remitidos a la Gerencia de Administración y Finanzas para su integración en el Programa Anual de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Fideicomiso.</p> <p>Se llevan a cabo los procedimientos de contratación de las Agencias de Relaciones Públicas y Comunicación de acuerdo con el procedimiento de contrataciones públicas.</p>	<p>Presupuesto Anual del Fideicomiso de Turismo de los Cabos.</p> <p>Programa Anual de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Fideicomiso de Turismo de los Cabos.</p>
5	<p>Subdirección Comercial.</p> <p>Secretaría Técnica.</p> <p>Dirección General.</p>	<p>Una vez aprobada la estrategia de promoción anual, se elabora la propuesta de Programa Anual de Eventos de Promoción Nacional e Internacional que considera los siguientes elementos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mercados. 2. Calendario. 3. Participantes (Fideicomiso, Industria Local y Socios Comerciales). 4. Presupuesto. 5. Materiales. 6. Acciones de promoción (capacitación, <i>webinars</i>, asistencia a eventos). 7. Organización de Caravanas para mercados internacionales y Eventos de Promoción a cargo de FITURCA. 8. Acciones de publicidad complementaria. 	<p>Propuesta de Programa Anual de Eventos de Promoción Nacional e Internacional.</p>

		<p>Una vez elaborada la propuesta de Programa se somete a aprobación de la Dirección General, en caso de que se encuentre alineado se formaliza para su ejecución.</p> <p>En caso de no aprobarse se revisa con el fin de alinearlos a los objetivos de promoción institucional, se actualiza y se inicia de nueva cuenta con el proceso de aprobación.</p>	
6	<p>Subdirección Comercial.</p> <p>Secretaría Técnica.</p> <p>Dirección de Comunicación y Estrategia de Medios.</p> <p>Dirección de Promoción y Desarrollo de Negocio.</p>	<p>Una vez aprobado el Programa de Anual de Eventos de Promoción Nacional e Internacional, se llevan a cabo reuniones de coordinación con la Dirección de Comunicación y Estrategia de Medios, Dirección de Promoción y Desarrollo de Negocio, con el fin de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asignar al personal responsable de participar en las ferias y <i>trade shows</i>. • Determinar los casos en los que se requiere la participación de la Dirección General, Autoridades u otros actores de carácter relevante • Definir los socios comerciales que participarán en cada evento. • Planeación y logística de los <i>Trade shows</i> que organiza la Subdirección Comercial. • Presentaciones y material de capacitación. • Material promocional. • Material publicitario y ajustes al material creativo. • Diseño del evento, creatividad, actividades promocionales de apoyo. 	Minuta de reunión.
7	<p>Subdirección Comercial.</p> <p>Gerencia Jurídica.</p> <p>Gerencia de Administración y Finanzas.</p>	<p>Se lleva a cabo la ejecución del programa Anual de Eventos de Promoción Nacional e Internacional en la que participa el Fideicomiso de manera conjunta con la industria turística y socios comerciales, en los mercados nacional e internacionales, para lo cual se realizarán las siguientes actividades:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Procedimiento de contratación del proveedor que prestará los servicios de habilitación, montaje y desmontaje de los <i>stands</i> o <i>booths</i> de LOS CABOS en las ferias y eventos de carácter nacional e internacional. 2. Pago de participación en la feria o eventos. 3. Revisión de propuestas de diseño del stand o <i>booth</i>. 4. Recepción de programas. 5. Agenda de citas de industria con agentes de viajes, touroperadores, socios comerciales. 6. Envío del material colateral. 	Programa Anual de Eventos de Promoción Nacional e Internacional.

		<p>7. Envío de presentaciones, material de capacitación e información necesaria para la participación en el evento.</p> <p>8. Envío de invitaciones a los socios comerciales.</p> <p>9. Participación en el evento, desarrollo de la agenda que considera.</p> <p>a) Organización de <i>trade shows</i> y eventos.</p> <p>b) Presentaciones del destino, seminarios de capacitación, <i>workshops</i>.</p> <p>c) Mesas redondas con agentes de viajes.</p> <p>d) Citas de negocios.</p> <p>e) Participación y organización de acciones de <i>networking</i> con agentes de viaje, <i>touropedores</i>, industria local y socios comerciales.</p> <p>f) Integración de base de datos de participantes con información relevante para seguimiento.</p> <p>g) Recopilación de información estadística e integración de base de datos para evaluación de resultados y seguimiento.</p>	
8	<p>Subdirección Comercial.</p> <p>Secretaría Técnica.</p> <p>Dirección General.</p> <p>Comité Técnico.</p>	<p>Realizan la evaluación de Ferias, Eventos y Trade shows, nacionales e internacionales con base en la información obtenida y bases de datos generadas con el fin de determinar su eficacia y generar los reportes de indicadores correspondientes.</p> <p>La evaluación de los resultados de la estrategia de promoción considera los siguientes elementos.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cantidad de eventos asistidos. 2. Análisis de resultados por mercado. 3. Cantidad de agentes de viajes capacitados por evento y por año. 4. Capacitaciones y <i>webinars</i> impartidos. 5. Cantidad de visitantes a las Ferias, Eventos y <i>Trade shows</i>. 6. Cantidad de eventos realizados. 7. Audiencias alcanzadas. 8. Citas de negocios. 9. Áreas de oportunidad. 10. Riesgos. 11. Seguimiento de leads. 12. Retroalimentación de resultados obtenidos con la industria y socios comerciales. <p>De igual forma se realiza la evaluación anual y se elaboran los informes de resultados que integrarán a los Informes de la Dirección General que serán presentados en las sesiones de Comité Técnico.</p>	<p>Información estadística.</p> <p>Bases de datos.</p> <p>Reportes de Indicadores.</p> <p>Informes de Resultados.</p>



9	Subdirección Comercial.	Una vez realizadas las actividades del Programa Anual de Eventos de Promoción Nacional elabora el cierre administrativo de los contratos relacionados con la ejecución del programa elabora el informe de cierre de presupuesto, el cual remite a la Gerencia de Administración y Finanzas.	Finiquito de contrato. Cierre de Presupuesto.
FIN DEL PROCEDIMIENTO			



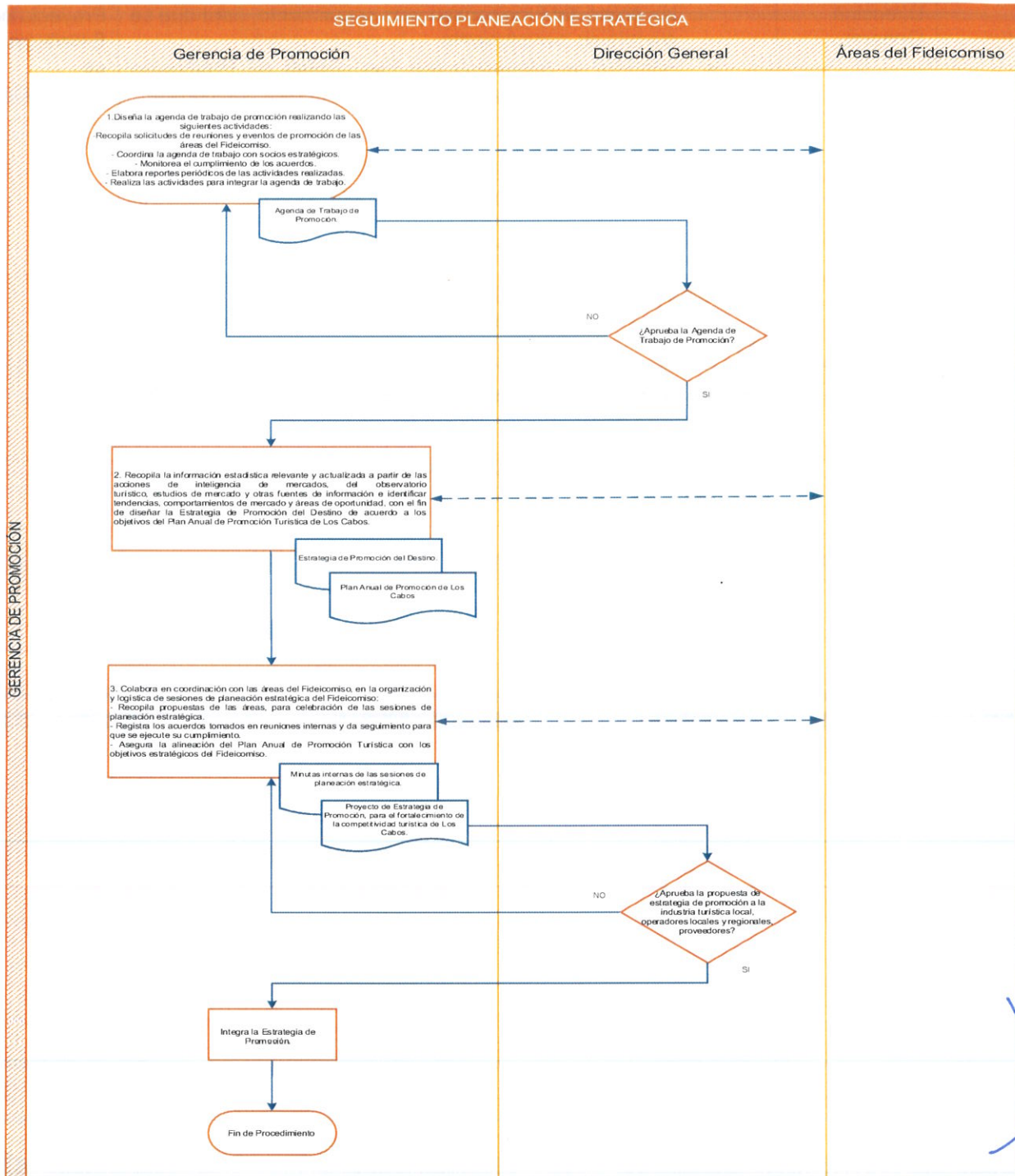
5. Gerencia de Promoción.

Procedimiento 5.0.1	Clave del procedimiento P-GP-SPE-01
Seguimiento Planeación Estratégica	
Fecha: Diciembre 2024.	Versión 1.0

Cons.	Responsable	Descripción de Actividades	Documento
1	Gerencia de Promoción. Áreas que integran el Fideicomiso. Dirección General.	<p>Diseña la agenda de trabajo de promoción la cual integra las siguientes actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recopila solicitudes de reuniones y eventos de promoción de las áreas del Fideicomiso que así lo soliciten. • Coordina la agenda de trabajo con socios estratégicos y otros actores clave. • Monitorea el cumplimiento de los acuerdos establecidos en cada evento. • Elabora reportes periódicos de las actividades realizadas y los acuerdos alcanzados. • Realiza las actividades necesarias para integrar la agenda de trabajo. <p>Una vez integrada la agenda de trabajo de promoción, la somete a aprobación de la Dirección General quien la revisa y de ser el caso la aprueba o le solicita a la Gerencia de Promoción los cambios correspondientes.</p>	Agenda de trabajo de promoción.
2	Gerencia de Promoción.	<p>Recopila la información estadística relevante y actualizada a partir de las acciones de inteligencia de mercados, del observatorio turístico, estudios de mercado y otras fuentes de información relevantes para identificar tendencias, comportamientos de mercado y áreas de oportunidad, con el fin de diseñar la estrategia de promoción del destino de acuerdo a los objetivos del Plan Anual de Promoción Turística de Los Cabos.</p>	<p>Estrategia de Promoción del Destino.</p> <p>Plan Anual de Promoción Turística de Los Cabos.</p>
3	Gerencia de Promoción. Áreas que integran el Fideicomiso.	<p>Colabora en coordinación con las áreas del Fideicomiso, en la organización y logística de sesiones de planeación estratégica del Fideicomiso:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recopila las propuestas de las áreas involucradas para la celebración de las sesiones de planeación estratégica. • Registra los acuerdos tomados en reuniones internas de 	<p>Minutas internas de las sesiones de planeación estratégica.</p>

	<p>Dirección General.</p>	<p>las áreas del Fideicomiso y da seguimiento, para que se ejecute su cumplimiento.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asegura la alineación del Plan Anual de Promoción Turística con los objetivos estratégicos del fideicomiso. <p>Somete a autorización de la Dirección General las propuestas para integrar a la estrategia de promoción a la industria turística local, operadores locales y regionales, proveedores, mediante acciones de colaboración, que contribuyan al fortalecimiento de la competitividad turística de Los Cabos.</p> <p>Si la Dirección General autoriza las propuestas presentadas por la Gerencia de Promoción, se integran a la estrategia de promoción.</p> <p>En caso de no ser autorizadas por la Dirección General, le solicita a la Gerencia de Promoción replantea las propuestas.</p>	<p>Proyecto de Estrategia de Promoción.</p>
<p>FIN DEL PROCEDIMIENTO</p>			





g

M

H

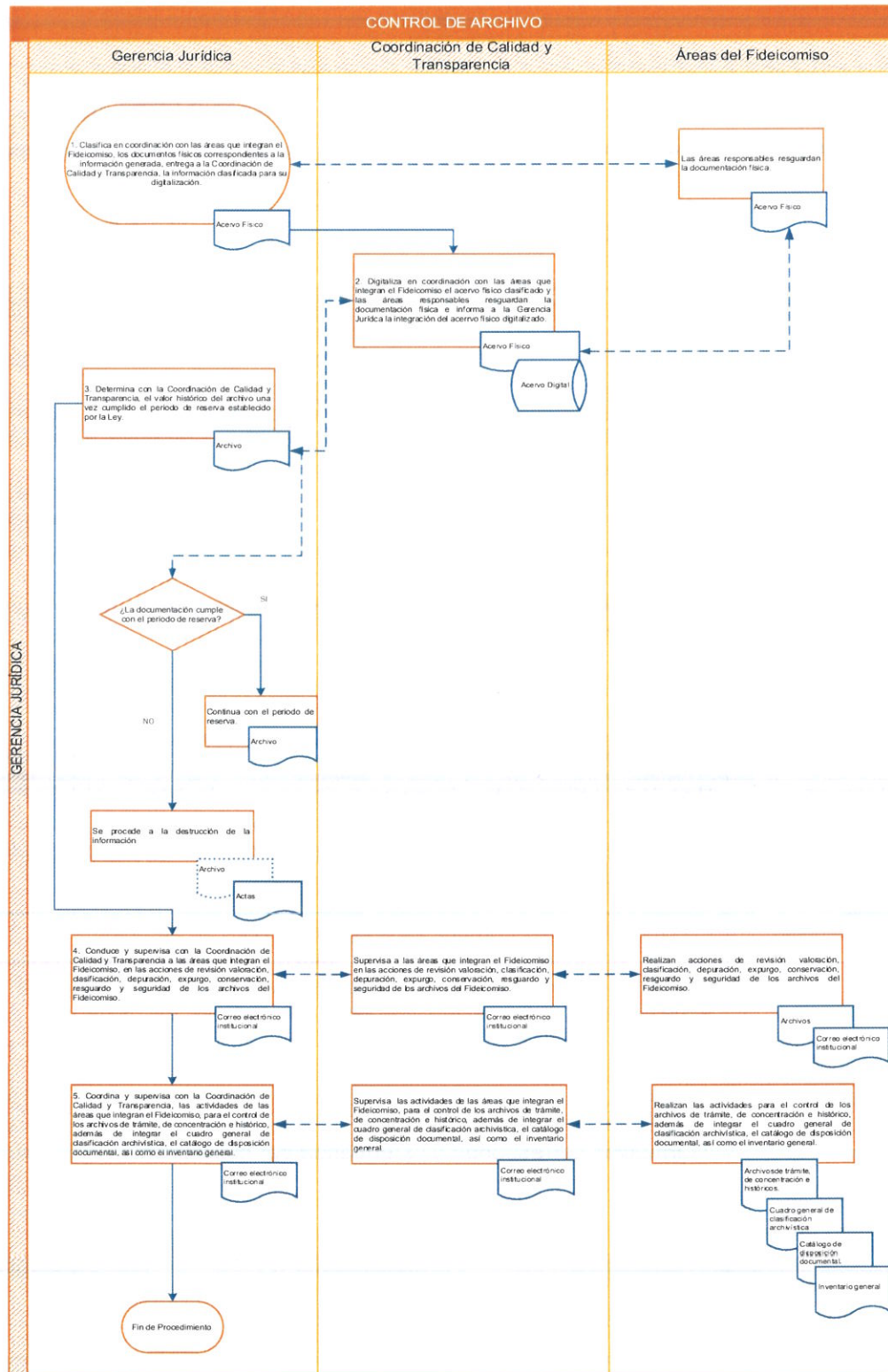
6. Gerencia Jurídica.

Procedimiento 6.0.1	Clave del procedimiento P-GJ-CA-01
Control de Archivo.	
Fecha: Diciembre 2024	Versión 1.0

Cons.	Responsable	Descripción de Actividades	Documento
1	Gerencia Jurídica. Coordinación de Calidad y Transparencia. Áreas que integran el Fideicomiso.	Clasifica en coordinación con las áreas que integran el Fideicomiso, los documentos físicos correspondientes a la información generada. Entrega a la Coordinación de Calidad y Transparencia, la información clasificada para su digitalización.	Acervo físico. Acervo Digital.
2	Coordinación de Calidad y Transparencia. Áreas que integran el Fideicomiso. Gerencia Jurídica.	Digitaliza en coordinación con las áreas que integran el Fideicomiso el acervo físico clasificado y las áreas responsables resguardan la documentación física. Informa a la Gerencia Jurídica la integración del acervo físico clasificado.	Acervo Físico. Acervo Digital.
3	Gerencia Jurídica. Coordinación de Calidad y Transparencia.	Determina con la Coordinación de Calidad y Transparencia, el valor histórico del archivo una vez cumplido el periodo de reserva establecido por la Ley. Si la documentación cumple con el periodo de reserva establecido por la Ley, continua con la reserva, en caso contrario, se procede a su destrucción.	Actas de Archivo.
4	Gerencia Jurídica. Coordinación de Calidad y Transparencia.	Conduce y supervisa con la Coordinación de Calidad y Transparencia a las áreas que integran el Fideicomiso, en las acciones de revisión valoración, clasificación, depuración, expurgo, conservación, resguardo y seguridad de los archivos del Fideicomiso, de acuerdo con los Lineamientos del Archivo Histórico del Estado de Baja California Sur.	Correo electrónico institucional. Archivos del Fideicomiso.

	Áreas que integran el Fideicomiso.		
5	<p>Gerencia Jurídica.</p> <p>Coordinación de Calidad y Transparencia.</p> <p>Áreas que integran el Fideicomiso.</p>	<p>Coordina y supervisa con la Coordinación de Calidad y Transparencia, las actividades de las áreas que integran el Fideicomiso, para el control de los archivos de trámite, de concentración e histórico, además de integrar el cuadro general de clasificación archivística, el catálogo de disposición documental, así como el inventario general.</p>	<p>Correo electrónico institucional.</p> <p>Archivos de trámite, de concentración e históricos.</p> <p>Cuadro general de clasificación archivística.</p> <p>Catálogo de disposición documental.</p> <p>Inventario general.</p>
FIN DEL PROCEDIMIENTO			





[Handwritten signatures and initials in blue ink]

6. Gerencia Jurídica.

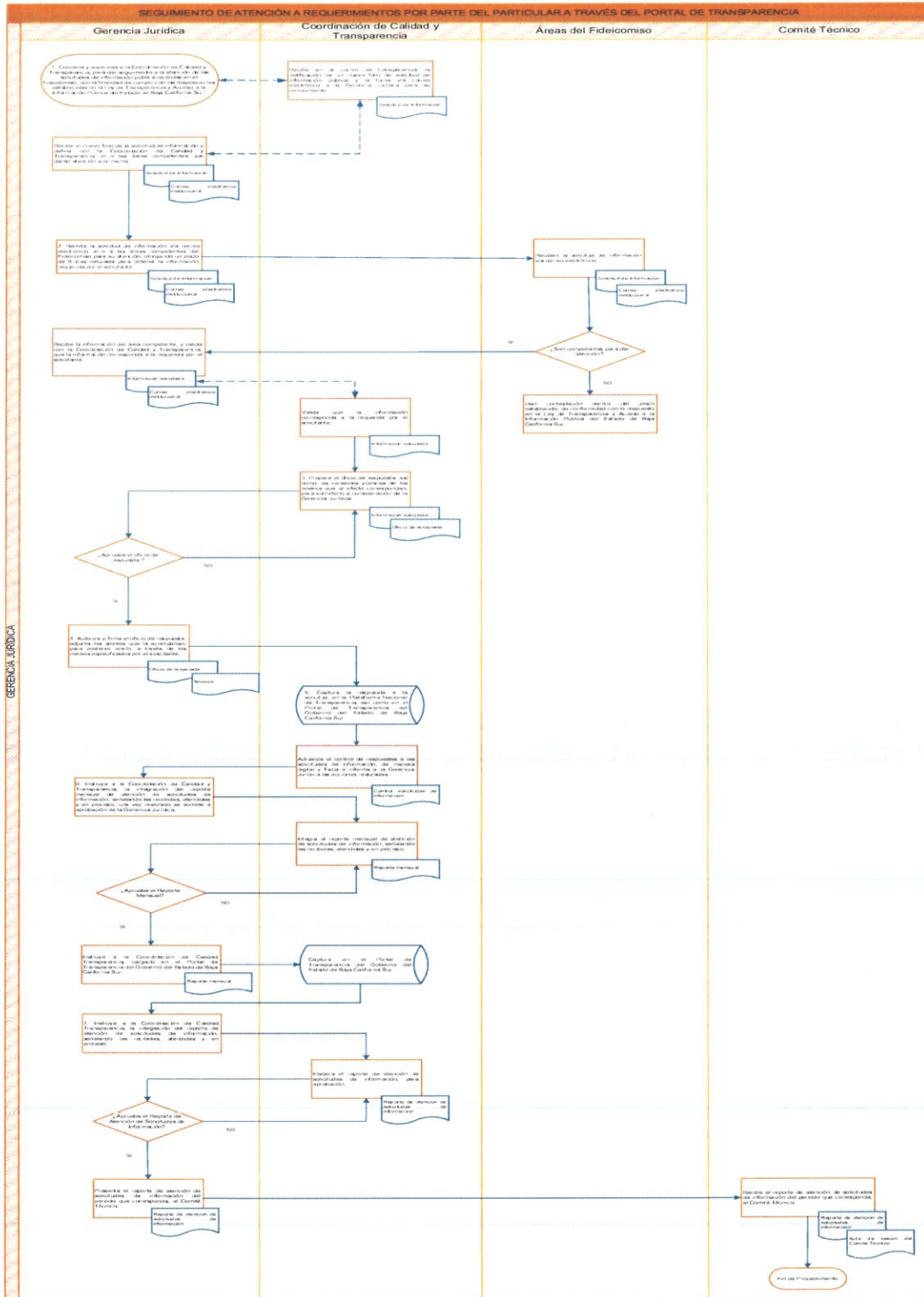
Procedimiento 6.0.2	Clave del procedimiento P-GJ-SARPT-01
Seguimiento de atención a requerimientos por parte del particular a través del portal de transparencia.	
Fecha: Diciembre 2024	Versión 1.0

Cons.	Responsable	Descripción de Actividades	Documento
1	Gerencia Jurídica. Coordinación de Calidad y Transparencia.	Coordina y supervisa a la Coordinación de Calidad y Transparencia, para dar seguimiento a la atención de las solicitudes de información pública recibidas en el Fideicomiso, con la finalidad de cumplir con las disposiciones establecidas en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Baja California Sur. Recibe en el correo de transparencia, la notificación de un nuevo folio de solicitud de información pública y la turna vía correo electrónico a la Gerencia Jurídica para su conocimiento. Recibe el nuevo folio de la solicitud de información y define con la Coordinación de Calidad y Transparencia, el o las áreas competentes que darán atención a la misma.	Solicitudes de información. Correo de transparencia. Correo electrónico institucional.
2	Gerencia Jurídica. Áreas que integran el Fideicomiso.	Remite la solicitud de información vía correo electrónico al o a las áreas competentes del Fideicomiso para su atención, otorgando un plazo de 8 días naturales para obtener la información requerida por el solicitante. En caso de no ser competentes las áreas para su atención, se da contestación dentro del plazo establecido, de conformidad con lo dispuesto en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Baja California Sur.	Correo electrónico institucional. Solicitud de información.
	Gerencia Jurídica. Coordinación de Calidad y Transparencia Áreas que integran el Fideicomiso.	Recibe la información del área competente, y valida con la Coordinación de Calidad y Transparencia, que la información corresponda a la requerida por el solicitante.	Información solicitada.

3	Coordinación de Calidad y Transparencia.	Prepara el oficio de respuesta; así como las versiones públicas de los anexos que al efecto correspondan, para someterlo a consideración de la Gerencia Jurídica.	Información solicitada. Oficio de respuesta.
4	Gerencia Jurídica.	Autoriza y firma el oficio de respuesta, adjunta los anexos que la acompañan, para posterior envío, a través de los medios especificados por el solicitante. En caso de no autorizar el oficio, regresa a la actividad anterior.	Oficio de respuesta. Anexos.
5	Coordinación de Calidad y Transparencia. Gerencia Jurídica.	Captura la respuesta a la solicitud, en la Plataforma Nacional de Transparencia; así como en el Portal de Transparencia del Gobierno del Estado de Baja California Sur. Actualiza el control de respuestas a las solicitudes de información, de manera digital y física. Informa a la Gerencia Jurídica las acciones realizadas.	Plataforma Nacional de Transparencia. Portal de Transparencia del Gobierno del Estado de Baja California Sur. Control de respuestas a las solicitudes de información.
6	Gerencia Jurídica. Coordinación de Calidad y Transparencia.	Instruye a la Coordinación de Calidad y Transparencia, la integración del reporte mensual de atención de solicitudes de información, señalando las recibidas, atendidas y en proceso, una vez realizado se somete a aprobación de la Gerencia Jurídica. Autoriza el reporte mensual de atención de solicitudes de información, e instruye a la Coordinación de Calidad y Transparencia cargarlo en el Portal de Transparencia del Gobierno del Estado de Baja California Sur, en caso de no autorizarlo, regresar a la actividad anterior. Captura en el Portal de Transparencia del Gobierno del Estado de Baja California Sur, el reporte mensual de atención de solicitudes de información.	Reporte mensual de atención de solicitudes de información. Portal de Transparencia del Gobierno del Estado de Baja California Sur.
7	Gerencia Jurídica.	Instruye a la Coordinación de Calidad y Transparencia, la integración del reporte de atención de solicitudes de	Reporte de atención de

	<p>Coordinación de Calidad y Transparencia.</p> <p>Comité Técnico.</p>	<p>información, señalando las recibidas, atendidas y en proceso.</p> <p>Elabora el reporte de atención de solicitudes de información, para aprobación.</p> <p>En caso de no autorizarlo, regresa a la actividad anterior.</p> <p>Presenta el reporte de atención de solicitudes de información del periodo que corresponda, al Comité Técnico.</p>	<p>solicitudes de información.</p> <p>Acta sesión del Comité Técnico.</p>
FIN DEL PROCEDIMIENTO			



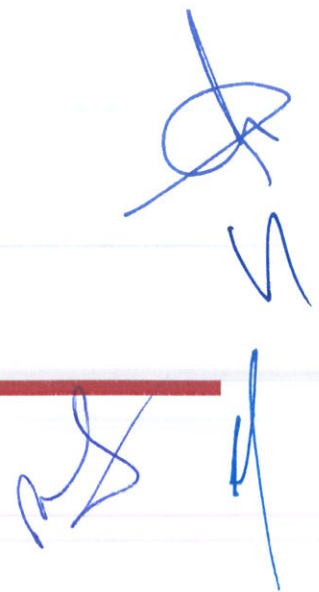


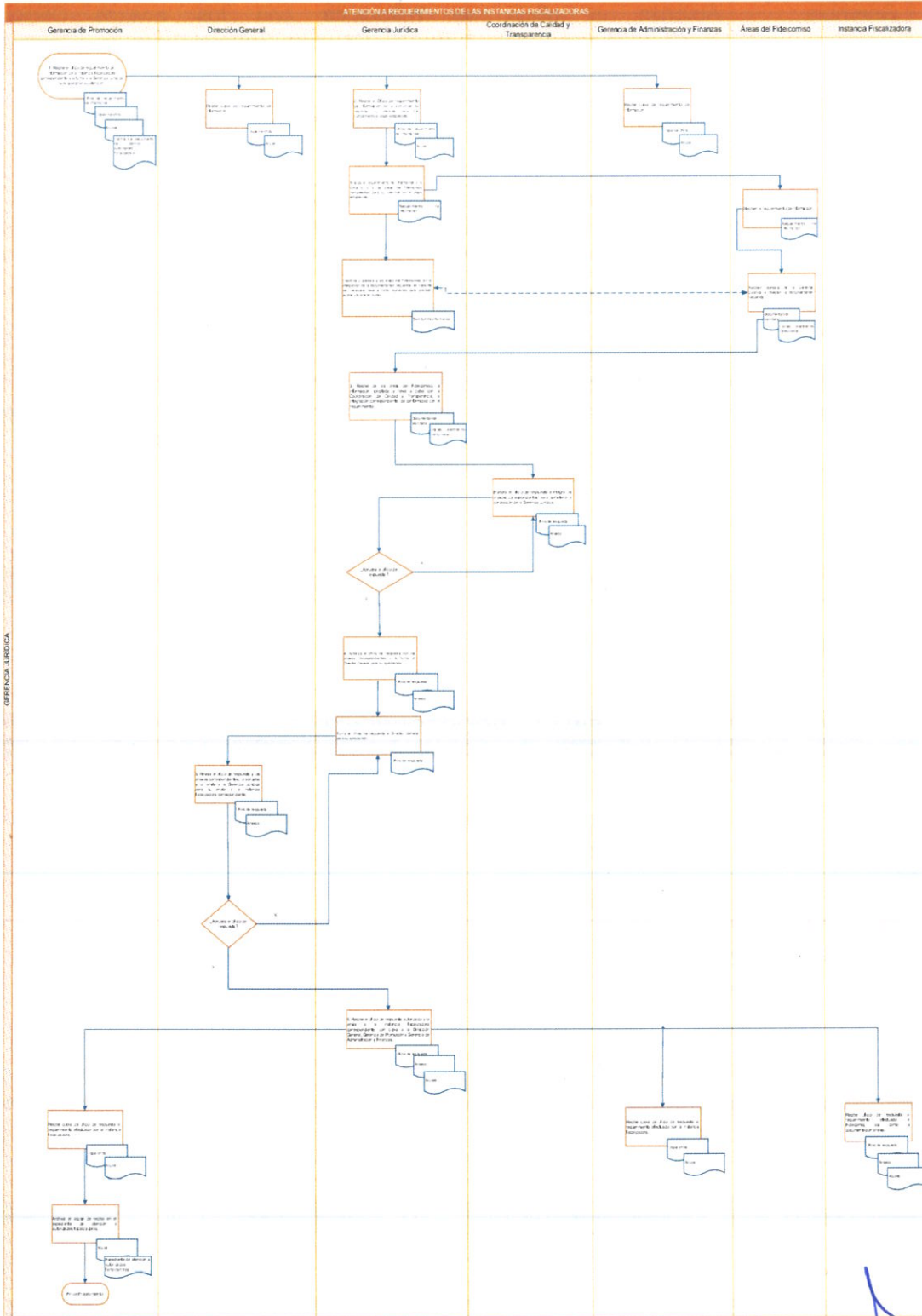
6. Gerencia Jurídica.

Procedimiento 6.0.3	Clave del procedimiento P-GJ-ARIF-01
Atención a requerimientos de las instancias fiscalizadoras.	
Fecha: Diciembre 2024	Versión 1.0

Cons.	Responsable	Descripción de Actividades	Documento
1	Gerencia de Promoción. Gerencia Jurídica. Dirección General. Gerencia de Administración y Finanzas.	Recibe el oficio de requerimiento de información de la instancia fiscalizadora correspondiente y lo turna a la Gerencia Jurídica para coordinar su atención. Turna copia a la Dirección General y a la Gerencia de Administración y Finanzas para su conocimiento.	Oficio de requerimiento de información. Control de seguimiento de atención a autoridades fiscalizadoras Acuse de recibo.
2	Gerencia Jurídica. Áreas que integran el Fideicomiso.	Recibe el requerimiento de información con la instrucción de coordinar su atención para dar cumplimiento al plazo establecido. Analiza el requerimiento de información y lo turna al o a las áreas del fideicomiso competentes para su atención en el plazo establecido. Coordina y asesora a las áreas del Fideicomiso, en la integración de la documentación requerida, en caso de ser necesario lleva a cabo reuniones para precisar puntos y/o aclarar dudas.	Oficio de requerimiento de información. Acuse de recibo.
3	Gerencia Jurídica. Coordinación de Calidad y Transparencia. Áreas que integran el Fideicomiso.	Recibe de las áreas del Fideicomiso, la información solicitada y lleva a cabo con la Coordinación de Calidad y Transparencia, la integración correspondiente, de conformidad con el requerimiento. La Coordinación de Calidad y Transparencia, elabora el oficio de respuesta e integra los anexos correspondientes para someterlo a aprobación de la Gerencia Jurídica.	Correo electrónico institucional. Oficio de atención y anexos.

4	Gerencia Jurídica. Dirección General.	Autoriza el oficio de respuesta con los anexos correspondientes y lo turna al Director General para su aprobación. En caso de faltar algún documento, regresa a la actividad anterior.	Oficio de respuesta y anexos.
5	Director General.	Revisa el oficio de respuesta y los anexos correspondientes, lo aprueba y lo remite a la Gerencia Jurídica para su envío a la instancia fiscalizadora correspondiente.	Oficio de respuesta y anexos.
6	Gerencia Jurídica. Instancia Fiscalizadora. Dirección General. Gerencia de Administración y Finanzas. Gerencia de Promoción.	Recibe el oficio de respuesta autorizado y lo envía a la instancia fiscalizadora correspondiente, con copia a la Dirección General, Gerencia de Promoción y Gerencia de Administración y Finanzas. La Gerencia de Promoción, archiva el acuse de recibo en el expediente de atención a autoridades fiscalizadoras.	Oficio de respuesta y anexos. Acuses Expediente de atención a autoridades fiscalizadoras.
FIN DEL PROCEDIMIENTO			





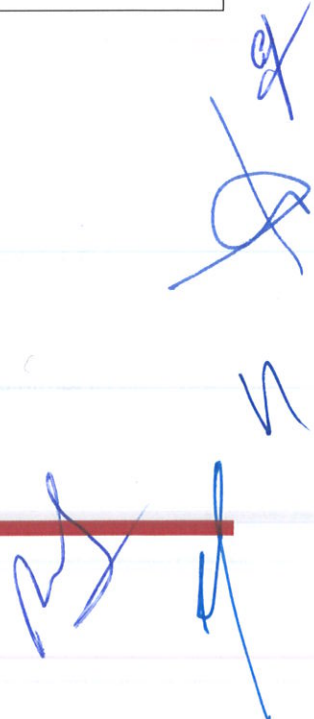
[Handwritten signatures and initials in blue ink]

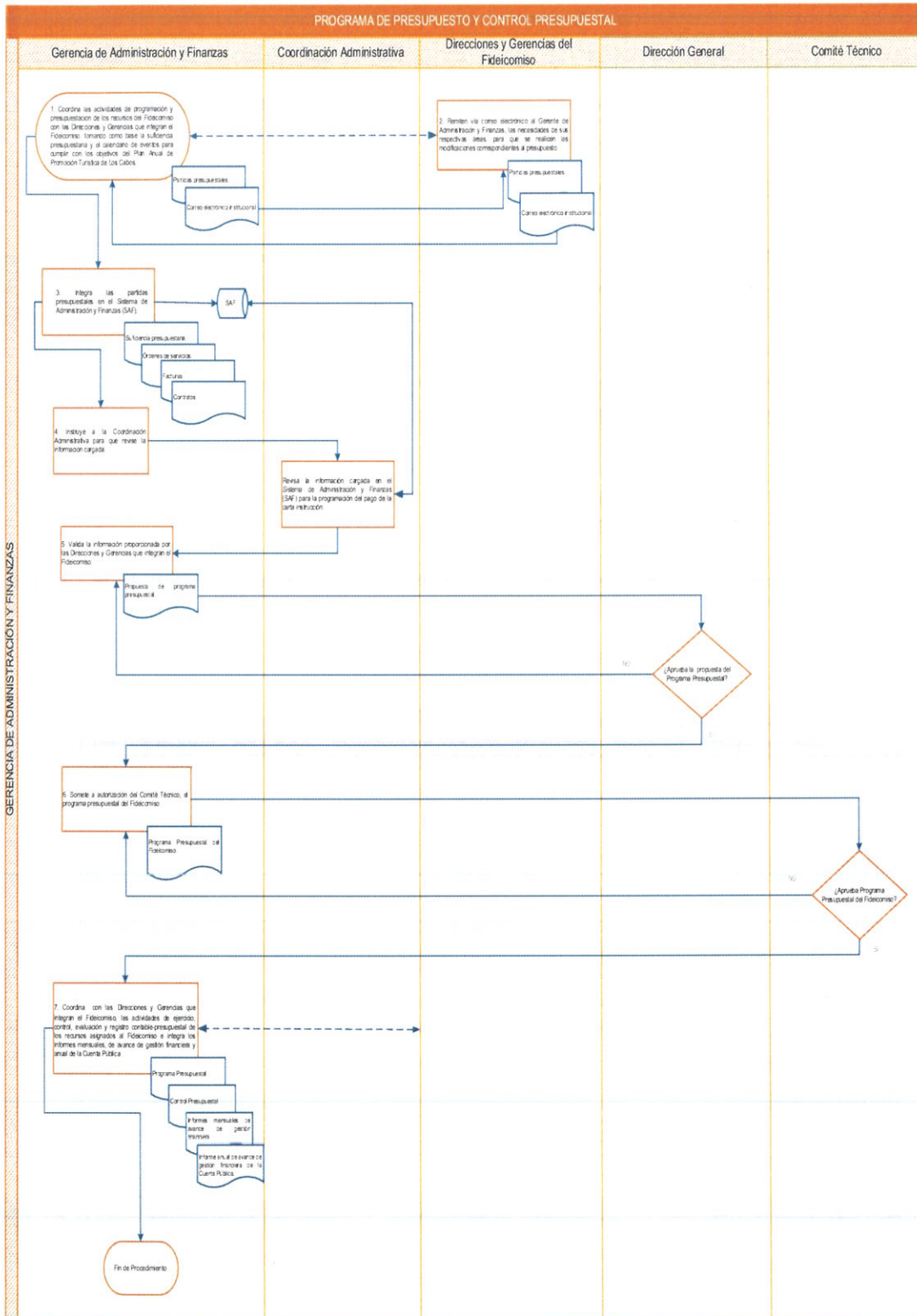
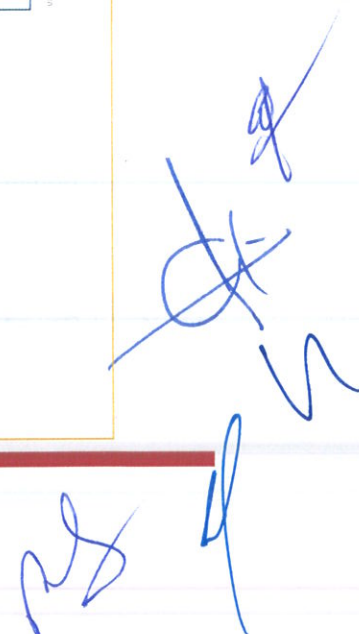
7. Gerencia de Administración y Finanzas.

Procedimiento 7.0.1	Clave del procedimiento P-GAF-PPCP-01
Programa de Presupuesto y Control Presupuestal	
Fecha: Diciembre 2024	Versión 1.0

Cons.	Responsable	Descripción de Actividades	Documento
1	Gerencia de Administración y Finanzas. Direcciones y Gerencias que integran el Fideicomiso.	Coordina las actividades de programación y presupuestación de los recursos del Fideicomiso con las Direcciones y Gerencias que integran el Fideicomiso. Envía vía correo electrónico a las Direcciones y Gerencias que integran el Fideicomiso, las partidas presupuestales de acuerdo a las necesidades de las áreas, tomando como base la suficiencia presupuestaria aprobada por el Congreso del Estado de Baja California Sur y el calendario de eventos para cumplir con los objetivos del Plan Anual de Promoción Turística de Los Cabos.	Partidas presupuestales. Correo electrónico institucional.
2	Direcciones y Gerencias que integran el Fideicomiso. Gerencia de Administración y Finanzas.	Remiten vía correo electrónico al Gerente de Administración y Finanzas, las necesidades de sus respectivas áreas, para que se realicen las modificaciones correspondientes al presupuesto.	Correo electrónico institucional. Partidas presupuestales.
3	Gerencia de Administración y Finanzas.	Integra las partidas presupuestales en el Sistema de Administración y Finanzas (SAF), conforme a lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> • Suficiencia presupuestaria. • Órdenes de servicios. • Facturas. • Programación de viajes. • Contratos, entre otros. 	Sistema de Administración y Finanzas (SAF).
4	Gerencia de Administración y Finanzas. Coordinación Administrativa.	Instruye a la Coordinación Administrativa para que revise la información cargada en el SAF, para la programación del pago de la carta de instrucción.	Sistema de Administración y Finanzas (SAF).

5	Gerencia de Administración y Finanzas. Dirección General.	Valida la información proporcionada por las Direcciones y Gerencias que integran el Fideicomiso y somete a aprobación del Director General, la propuesta de programa. La Dirección General aprueba la propuesta de programa presupuestal, (en caso de no aprobarla, devuelve a la Gerencia para que continúe con la actividad anterior).	Programa presupuestal. Sistema de Administración y Finanzas (SAF).
6	Gerencia de Administración y Finanzas. Comité Técnico.	Somete a autorización del Comité Técnico, el programa presupuestal del Fideicomiso. El Comité autoriza el programa presupuestal del Fideicomiso, tomando en cuenta los incrementos y decrementos a las partidas presupuestales (en caso de no autorizarlo, solicita modificaciones y se regresa a la actividad anterior).	Programa presupuestal. Acta del Comité Técnico.
7	Gerencia de Administración y Finanzas. Direcciones y Gerencias que integran el Fideicomiso.	Coordina con las Direcciones y Gerencias que integran el Fideicomiso, las actividades de ejercicio, control, evaluación y registro contable-presupuestal de los recursos asignados al Fideicomiso e integra los informes mensuales, de avance de gestión financiera y anual de la Cuenta Pública.	Programa presupuestal. Control presupuestal. Informes mensuales de avance de gestión financiera. Informe anual de la Cuenta Pública.
FIN DEL PROCEDIMIENTO			



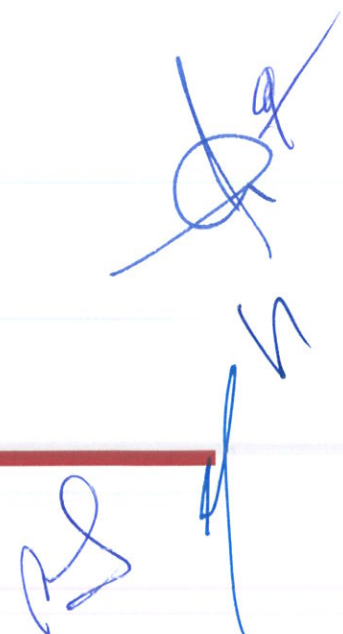



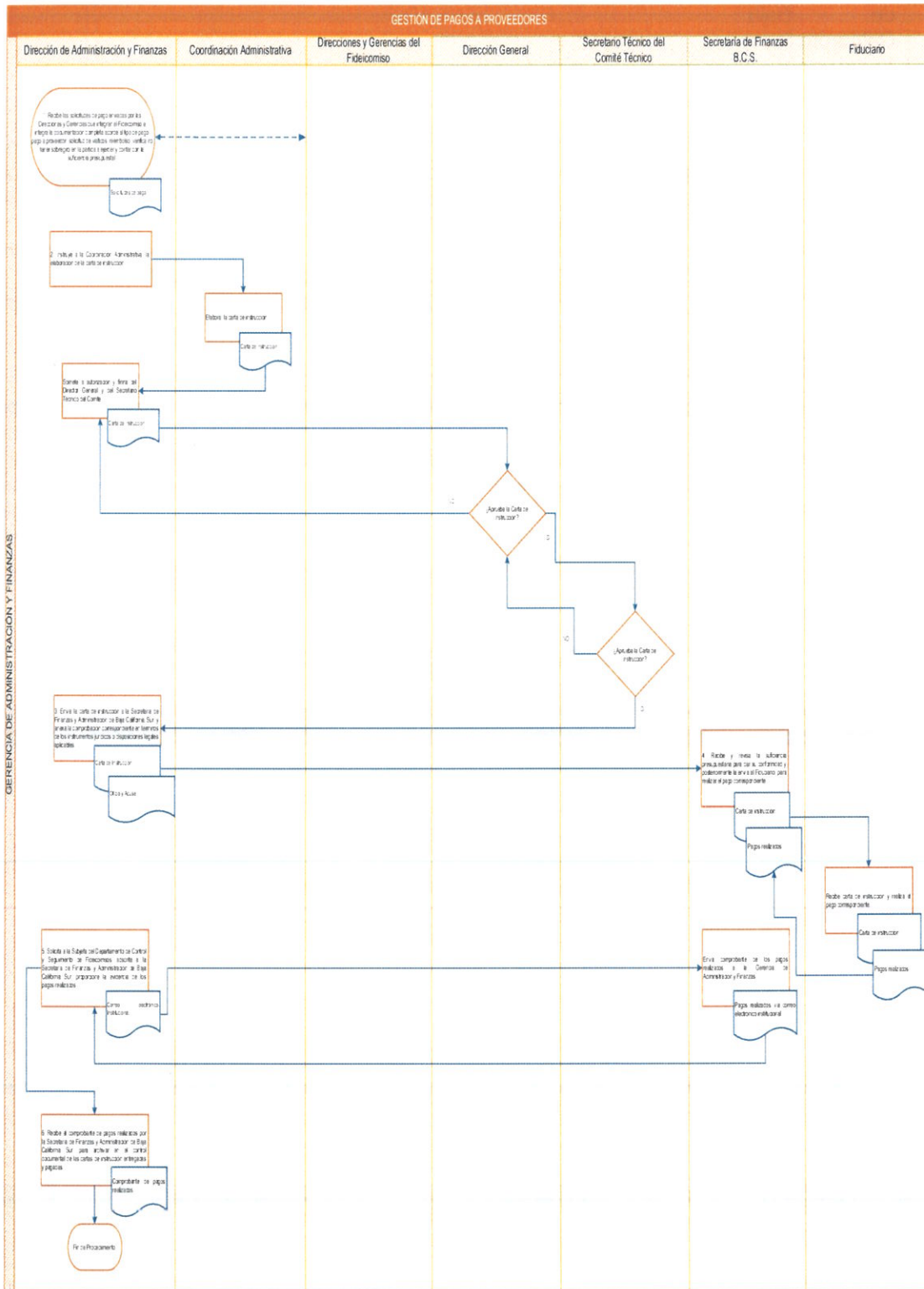
7. Gerencia de Administración y Finanzas.

Procedimiento 7.0.2	Clave del procedimiento P-GAF-GPP-01
Gestión de pagos a proveedores.	
Fecha: Diciembre 2024	Versión 1.0

Cons.	Responsable	Descripción de Actividades	Documento
1	Gerencia de Administración y Finanzas. Direcciones y Gerencias que integran el Fideicomiso.	<p>Recibe las solicitudes de pago enviadas por las Direcciones y Gerencias que integran el Fideicomiso e integra la documentación completa acorde al tipo de pago:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pago a proveedor. • Solicitud de viáticos. • Reembolsos, etc. <p>Verifica no tener sobregiro en la partida a ejercer y contar con la suficiencia presupuestal.</p>	Solicitudes de pago.
2	Gerencia de Administración y Finanzas. Coordinación Administrativa. Dirección General. Secretario Técnico del Comité.	<p>Instruye a la Coordinación Administrativa, la elaboración de la carta de instrucción.</p> <p>Somete a autorización y firma del Director General y del Secretario Técnico del Comité.</p> <p>El Director General y el Secretario Técnico del Comité, autorizan y firman la carta de instrucción, (en caso de no autorizarla, solicitan cambios y se regresa a la actividad anterior).</p>	Carta de instrucción.
3	Gerencia de Administración y Finanzas. Secretaría de Finanzas y Administración de Baja California Sur.	Envía la carta de instrucción a la Secretaría de Finanzas y Administración de Baja California Sur, y anexa la comprobación correspondiente en términos de los instrumentos jurídicos o disposiciones legales aplicables.	Carta de instrucción. Oficio acuse. y
4	Secretaría de Finanzas y Administración	Recibe y revisa la suficiencia presupuestaria para dar su conformidad y posteriormente la envía al Fiduciario, para realizar el pago correspondiente.	Carta de instrucción.

	de Baja California Sur. Fiduciario.		
5	Gerencia de Administración y Finanzas. Secretaría de Finanzas y Administración de Baja California Sur.	Solicita a la Subjefa del Departamento de Control y Seguimiento de Fideicomisos, adscrita a la Secretaría de Finanzas y Administración de Baja California Sur, proporcione la evidencia de los pagos realizados. La Secretaría de Finanzas y Administración de Baja California Sur, proporcione la evidencia de los pagos realizados.	Correo electrónico institucional. Comprobante de pago bancario.
6	Gerencia de Administración y Finanzas. Secretaría de Finanzas y Administración de Baja California Sur.	Recibe el comprobante de pagos realizados por la Secretaría de Finanzas y Administración de Baja California Sur, para archivar en el control documental de las cartas de instrucción entregadas y pagadas.	Control documental de cartas de instrucción entregadas y pagadas.
FIN DEL PROCEDIMIENTO			



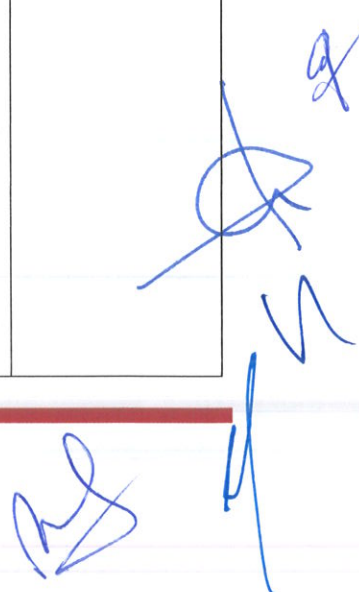




8. Gerencia de Desarrollo de Producto.

Procedimiento 8.0.1	Clave del procedimiento P-GDP-DPT-01
Desarrollo de producto turístico (<i>Leisure</i>).	
Fecha: Diciembre 2024	Versión 1.0

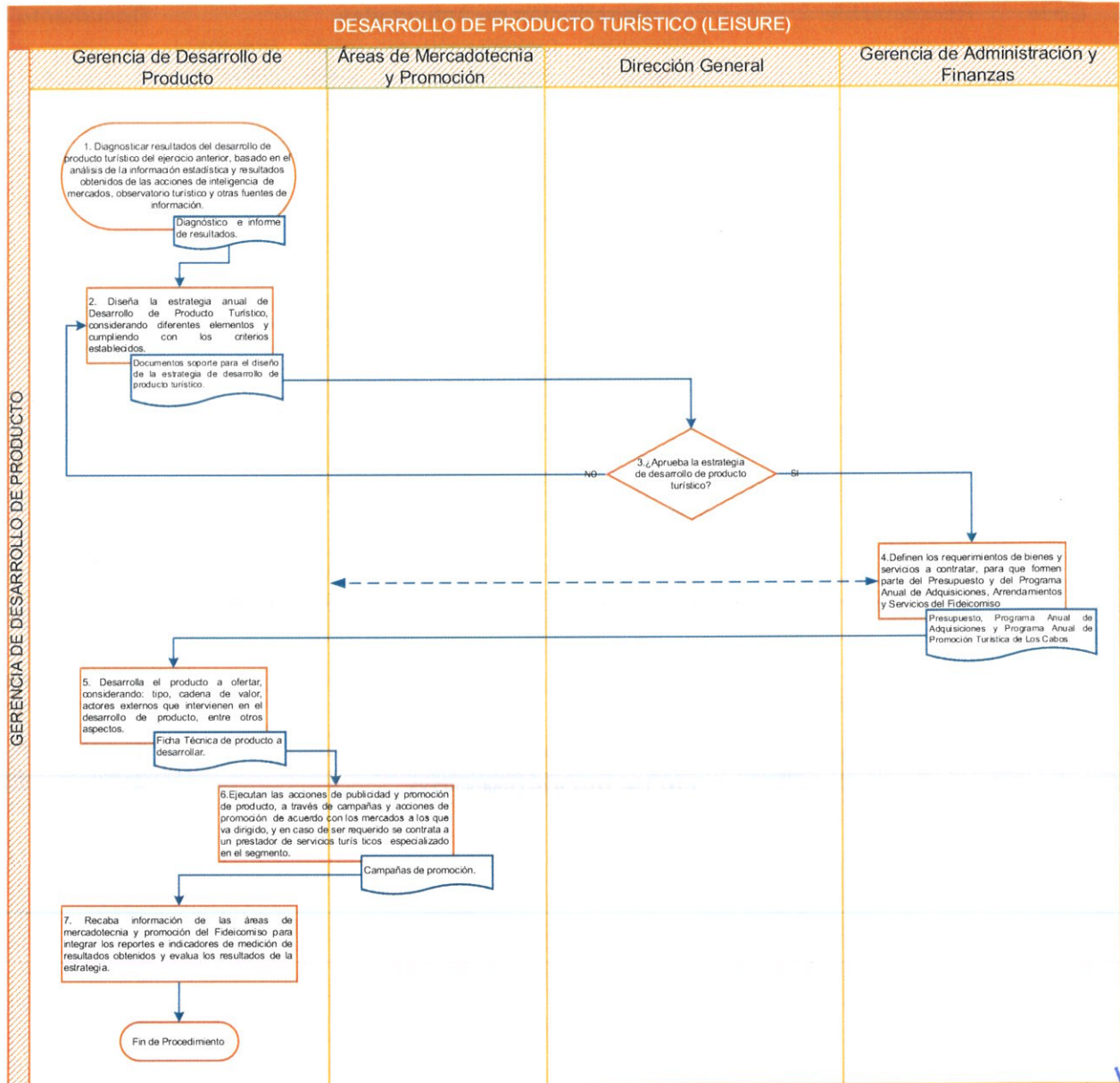
Cons.	Responsable	Descripción de Actividades.	Documento
1	Gerencia de Desarrollo de Producto.	Elabora un diagnóstico sobre los resultados del desarrollo de producto turístico del ejercicio anterior basado en el análisis de la información estadística y resultados obtenidos de las acciones de inteligencia de mercados, observatorio turístico y otras fuentes de información con el fin de diseñar la estrategia de desarrollo de producto.	Diagnóstico de Estrategia de Desarrollo de Producto.
2	Gerencia de Desarrollo de Producto.	<p>Una vez elaborado el Diagnóstico de la Estrategia de Desarrollo de Producto, diseña la estrategia anual de desarrollo de producto turístico, la cual deberá considerar los elementos siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objetivos. • Mercados. • Clasificación de mercado (nacional, internacional, tradicional o emergentes). • Líneas de acción. • Actividades. • Responsables de su ejecución. • Áreas de apoyo interno y externo. • Calendario. • Indicadores. <p>En el diseño para la Estrategia de desarrollo de producto turístico se considerarán los siguientes criterios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grado de integración de prácticas sostenible (impacto positivo en el entorno ambiental, cultural y comunitario). • Oferta de experiencias susceptibles de integrar un nuevo producto turístico. (Gastronómicas, culturales, aventura, relajación) • Viabilidad de costo. • Estrategia de colaboración con la cadena de valor del destino (<i>stakeholders</i>) • Análisis con las áreas de promoción y mercadotecnia del Fideicomiso de las acciones 	<p>Correo electrónico institucional.</p> <p>Minutas de reuniones de trabajo.</p> <p>Estrategia de desarrollo de producto turístico.</p>



Cons.	Responsable	Descripción de Actividades.	Documento
		<p>de promoción y comercialización a desarrollar.</p> <ul style="list-style-type: none"> Evaluación del segmento a desarrollar con la Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico y con la Dirección de Turismo Municipal. 	
3	<p>Gerencia de Desarrollo de Producto.</p> <p>Dirección General.</p>	<p>Una vez elaborada la Estrategia de desarrollo de producto turístico, la somete a aprobación del Director General, para que sea integrada al Programa Anual de Promoción Turística de Los Cabos.</p> <p>El Director General verifica que la Estrategia de desarrollo de producto turístico, se encuentre alineada a los objetivos de promoción institucionales, así como que integre las acciones de desarrollo de producto turístico para poder ser integrada al Programa Anual de Promoción Turística de Los Cabos.</p> <p>En caso de que la Dirección no apruebe la Estrategia de desarrollo de producto turístico, le solicita a la Gerencia de Desarrollo de Producto sea reformulada, de conformidad con la actividad anterior.</p>	<p>Estrategia de desarrollo de producto turístico.</p> <p>Programa Anual de Promoción Turística de Los Cabos.</p>
4	<p>Gerencia de Desarrollo de Producto.</p> <p>Gerencia de Administración y Finanzas.</p>	<p>Elabora proyecto de requerimiento presupuestal para cumplir con la Estrategia de desarrollo de producto turístico y se remite a la Gerencia de Administración y Finanzas, para su integración al proyecto de presupuesto del Fideicomiso.</p> <p>Se definen los requerimientos de bienes y servicios a contratar, para que formen parte del Presupuesto y del Programa Anual de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Fideicomiso; para la ejecución de la estrategia de desarrollo de producto; con la finalidad de dar cumplimiento al Programa Anual de Promoción Turística de Los Cabos.</p>	<p>Presupuesto.</p> <p>Programa Anual de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios.</p> <p>Programa Anual de Promoción Turística de Los Cabos.</p>
5	Gerencia de Desarrollo de Producto.	<p>Desarrolla el producto a ofertar considerando los siguientes elementos:</p> <ol style="list-style-type: none"> Tipo de producto turístico a desarrollar. Cadena de valor del destino turístico. (proveedores o prestadores de servicios a participar). Actores externos que intervienen en el desarrollo de producto. (Socios comerciales). Integración de acciones de sustentabilidad y desarrollo. Acciones previas de mercadotecnia y promoción. 	Ficha técnica de producto a desarrollar.

Cons.	Responsable	Descripción de Actividades.	Documento
		<p>(Campañas, participación en ferias, eventos, capacitación, elaboración de guías, material promocional y difusión de información de producto).</p> <p>6. Acciones de mercadotecnia y promoción cuando el producto está desarrollado.</p> <p>7. Activaciones, gestión y desarrollo continuo de producto.</p> <p>8. Evaluación.</p>	
6	<p>Gerencia de Desarrollo de Producto.</p> <p>Áreas de Mercadotecnia y Promoción.</p>	<p>Ejecutar las acciones de publicidad y promoción de producto, a través de campañas y acciones de promoción de acuerdo con los segmentos del mercado a quienes va dirigido.</p> <p>En caso de ser requerido se realiza la contratación de prestadores de servicios turísticos especializados en el segmento a desarrollar.</p>	Campañas de promoción.
7	<p>Gerencia de Desarrollo de Producto.</p> <p>Áreas de Mercadotecnia y Promoción.</p>	Recaba información de las áreas de mercadotecnia y promoción del Fideicomiso para integrar los reportes e indicadores de resultados obtenidos y evaluar los resultados de la estrategia.	<p>Correo electrónico institucional.</p> <p>Reporte de indicadores de resultados.</p>
FIN DE PROCEDIMIENTO			





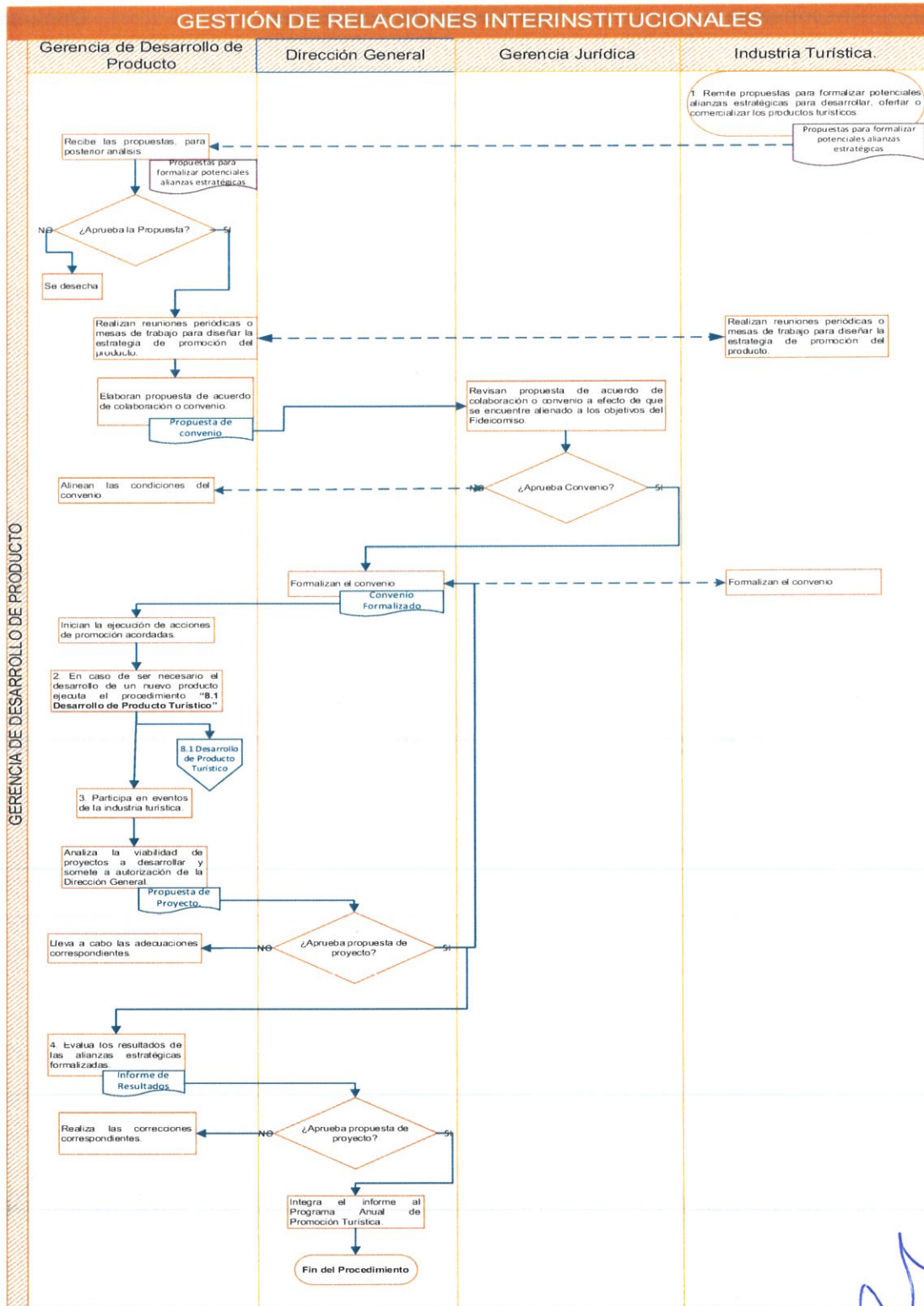
8. Gerencia de Desarrollo de Producto.

Procedimiento 8.0.2	Clave del procedimiento P-GDP-GRI-01
Gestión de Relaciones Interinstitucionales.	
Fecha: Diciembre 2024	Versión 1.0

Cons.	Responsable	Descripción de Actividades.	Documento
1	<p>Gerencia de Desarrollo de Producto.</p> <p>Operadores turísticos.</p> <p>Organizaciones</p> <p>Asociaciones.</p> <p>Agentes de viajes.</p> <p>Secretaría de Turismo.</p> <p>Municipio de los Cabos.</p> <p>Gerencia Jurídica.</p>	<p>Recibe propuestas por parte de la industria turística local, organizaciones, asociaciones civiles y autoridades para formalizar potenciales alianzas estratégicas para desarrollar, ofertar o comercializar los productos de los segmentos a su cargo.</p> <p>Analiza si la propuesta de alianza estratégica está vinculada a los objetivos institucionales del fideicomiso.</p> <p>En caso de que la propuesta no se encuentre alineada a los objetivos institucionales la rechaza informando mediante un correo electrónico.</p> <p>En caso de que la propuesta se encuentre alineada a los objetivos institucionales emite correo de respuesta informando que el Fideicomiso va a colaborar para la ejecución de la propuesta de acciones de apoyo de promoción y marketing por parte del fideicomiso, que podrán considerar las líneas de acción que se enuncian:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acciones de promoción y marketing. • Recomendaciones. • Acciones de capacitación. • Acciones de desarrollo de producto. (Procedimiento de desarrollo de producto turístico). <p>Una vez aceptada la propuesta y acordadas las líneas de acción de apoyo del fideicomiso, se llevan a cabo reuniones periódicas o mesas de trabajo para diseñar la estrategia específica de promoción del producto que formará parte de la alianza estratégica.</p> <p>Se elabora propuesta de acuerdo de colaboración o convenio y lo remite a la Gerencia Jurídica para revisión legal y registro.</p> <p>La Gerencia Jurídica revisa la propuesta de acuerdo de colaboración o convenio a efecto de verificar que se</p>	<p>Propuestas para formalizar potenciales alianzas estratégicas para desarrollar, ofertar o comercializar los productos turísticos.</p> <p>Correo electrónico institucional.</p> <p>Acuerdo o convenio de colaboración.</p>

Cons.	Responsable	Descripción de Actividades.	Documento
		<p>encuentre alineado a los objetivos del contrato constitutivo y del Programa Anual de Promoción, el marco regulatorio del fideicomiso y las facultades del Director General y revisa que la documentación legal y administrativa esté completa y en apego al marco jurídico aplicable.</p> <p>En caso de no encontrarse completa la documentación legal y administrativa, la Gerencia Jurídica emite observaciones al acuerdo o convenio con el fin de que la Gerencia de Desarrollo de Producto las solvete solicitando la modificación de las condiciones del acuerdo o convenio que sean contrarias al marco jurídico o en su caso integre la información faltante, con el fin de que solvete el requerimiento para formalizar el convenio.</p> <p>Una vez alineadas las condiciones del convenio al marco regulatorio y/o solventada la información pendiente, se remite de nueva cuenta el convenio a la Gerencia Jurídica para su revisión y gestión de firma de la Dirección General.</p> <p>Una vez formalizado el convenio se inicia con la ejecución de las acciones de promoción acordadas.</p>	
2	Gerencia de Desarrollo de Producto.	En caso de que sea necesario desarrollar un nuevo producto turístico, se deberá observar el procedimiento "8.1 Desarrollo de producto turístico" .	<p>Estrategia anual de promoción.</p> <p>Correo electrónico institucional.</p>
3	Gerencia de Desarrollo de Producto. Dirección General.	<p>Participa en eventos de la industria turística local, con el objetivo de promover nuevas alianzas interinstitucionales y abrir canales de comunicación con el sector público y privado para la promoción del destino.</p> <p>Evalúa proyectos elegibles que sean competitivos y sostenibles alineados a la estrategia de promoción.</p> <p>Realiza análisis de viabilidad basada en criterios de competitividad y sustentabilidad, acuerda con la industria las acciones de promoción conjunta susceptibles de realizarse.</p>	<p>Eventos.</p> <p>Convenios de colaboración con los sectores públicos y privados.</p>

Cons.	Responsable	Descripción de Actividades.	Documento
		<p>En caso de que los proyectos a desarrollar sean viables técnicamente, los somete a aprobación de la Dirección General, para su aprobación.</p> <p>Una vez aprobado el proyecto, por la Dirección General, se inicia con el proceso de formalización del acuerdo o convenio de colaboración referido en la actividad 1 del presente procedimiento.</p> <p>En caso de no ser aprobado el proyecto por la Dirección General, le solicita a la Gerencia de Desarrollo de Producto, realice las adecuaciones correspondientes para poder formalizar el acuerdo o convenio de colaboración.</p>	
4	<p>Gerencia de Desarrollo de Producto.</p> <p>Dirección General.</p>	<p>Evalúa los resultados de las alianzas estratégicas formalizadas e integra los informes de resultados del programa operativo a su cargo.</p> <p>Somete a aprobación del Director General el informe de resultados a efecto de que integre a los informes de seguimiento al Programa Anual de Promoción Turística de Los Cabos que se presenten en las sesiones del Comité Técnico.</p>	<p>Informe de resultados.</p> <p>Programa Anual de Promoción Turística de Los Cabos.</p>
FIN DE PROCEDIMIENTO			



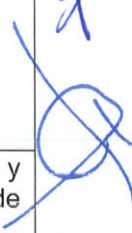

Handwritten signatures and initials.

9. Gerencia de Marca y Creatividad.

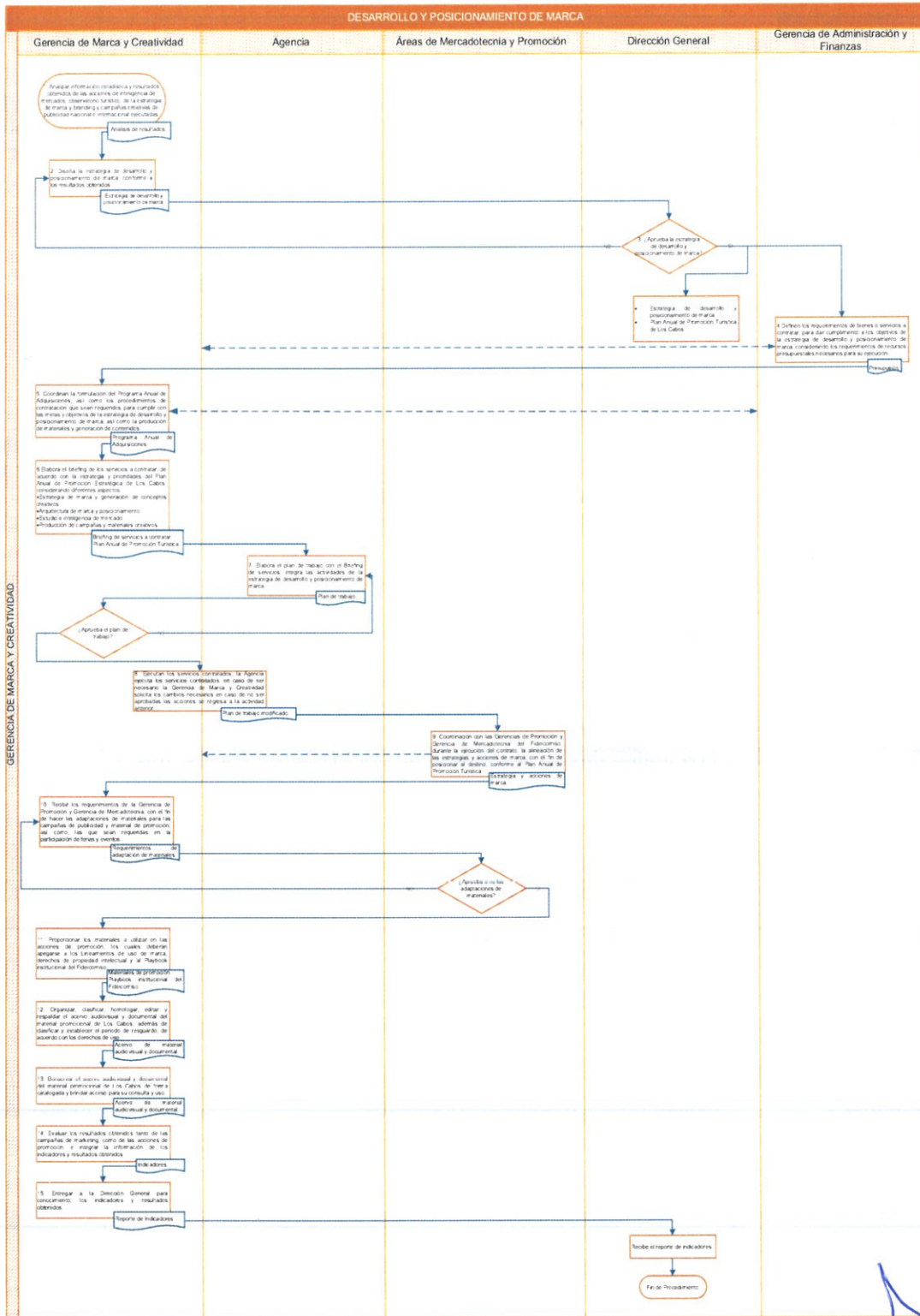
Procedimiento 9.0.1	Clave del procedimiento P-GMC-DPM-01
Desarrollo y Posicionamiento de Marca.	
Fecha: Diciembre 2024	Versión 1.0

Cons.	Responsable	Descripción de Actividades	Documento
1	Gerencia de Marca y Creatividad.	Analiza la información estadística y resultados obtenidos de las acciones de inteligencia de mercados, observatorio turístico, de la estrategia de marca y branding, campañas creativas de publicidad nacional e internacional ejecutadas.	Análisis de resultados.
2	Gerencia de Marca y Creatividad.	Diseña la estrategia de desarrollo y posicionamiento de marca, conforme a los resultados obtenidos.	Estrategia de desarrollo y posicionamiento de marca.
3	Gerencia de Marca y Creatividad. Dirección General.	Somete a consideración de la Dirección General, la estrategia de desarrollo y posicionamiento de la marca "Los Cabos", que contribuya a la promoción eficaz del destino en los mercados tradicionales y emergentes de acuerdo con los objetivos del Plan Anual de Promoción Turística de Los Cabos. La Dirección General revisa la estrategia de desarrollo y posicionamiento de la marca "Los Cabos"; propuesta por la Gerencia de Marca y Creatividad, y la aprueba. En caso de no ser autorizada por la Dirección General la estrategia de desarrollo y posicionamiento de la marca "Los Cabos" la regresa a la Gerencia de Marca y Creatividad para que lleve a cabo las adecuaciones correspondientes, una vez realizadas, se regresa a la actividad anterior.	Estrategia de desarrollo y posicionamiento de marca. Plan Anual de Promoción Turística de Los Cabos.
4	Gerencia de Marca y Creatividad. Gerencia de Administración y Finanzas.	Una vez autorizada la estrategia de desarrollo y posicionamiento de la marca "Los Cabos", define en coordinación con la Gerencia de Administración y Finanzas, los requerimientos de bienes o servicios a contratar para dar cumplimiento a los objetivos de la estrategia de desarrollo y posicionamiento de marca, considerando los requerimientos de recursos presupuestales necesarios para su ejecución.	Presupuesto.
5	Gerencia de Marca y Creatividad.	Coordina con la Gerencia de Administración y Finanzas, la formulación del Programa Anual de Adquisiciones; así como los procedimientos de contratación que sean	Programa Anual de Adquisiciones.

	Gerencia de Administración y Finanzas.	requeridos para cumplir con las metas y objetivos de la estrategia de desarrollo y posicionamiento de marca, así como la producción de materiales y generación de contenidos.	
6	Gerencia de Marca y Creatividad.	Elaborar el briefing de los servicios a contratar, de acuerdo con la estrategia y prioridades del Plan Anual de Promoción Estratégica de Los Cabos, considerando los siguientes alcances: <ul style="list-style-type: none"> • Estrategia de marca y generación de conceptos creativos. • Arquitectura de marca y posicionamiento. • Estudio e inteligencia de mercado. • Producción de campañas y materiales creativos. 	Briefing de servicios a contratar. Plan Anual de Promoción Turística.
7	Gerencia de Marca y Creatividad. Agencia.	Hacer del conocimiento de la agencia contratada el briefing, para que elabore la propuesta del plan de trabajo, que integre las actividades de la estrategia desarrollo y posicionamiento de marca. Recibe de la agencia contratada el plan de trabajo para aprobación. Aprueba el plan de trabajo, en caso de no ser aprobado, regresar a la actividad anterior para realizar correcciones.	Plan de trabajo.
8	Gerencia de Marca y Creatividad Agencia.	Ejecutar los servicios contratados, una vez aprobado el plan de trabajo. Proponer a la agencia contratada, modificaciones al plan de trabajo; en caso de que haya nuevas necesidades o modificaciones presupuestales. La agencia contratada entrega a la Gerencia de Marca y Creatividad, las modificaciones solicitadas al plan de trabajo para su aprobación. La Gerencia de Marca y Creatividad, aprueba las modificaciones al plan de trabajo; en caso de no aprobarlas, regresa a la actividad anterior.	Plan de trabajo. Plan de trabajo modificado.
9	Gerencia de Marca y Creatividad. Gerencia de Promoción.	Coordinar con la Gerencia de Promoción y Gerencia de Mercadotecnia del Fideicomiso, durante la ejecución del contrato, la alineación de las estrategias y acciones de marca, con el fin de posicionar al destino, conforme al Plan Anual de Promoción Turística.	Estrategia y acciones de marca.

g



	Gerencia de Mercadotecnia.		
10	Gerencia de Marca y Creatividad. Gerencia de Promoción. Gerencia de Mercadotecnia.	Recibir los requerimientos de la Gerencia de Promoción y Gerencia de Mercadotecnia, con el fin de hacer las adaptaciones de materiales para las campañas de publicidad y material de promoción; así como, las que sean requeridas en la participación de ferias y eventos (stand, material promocional, entre otros). En caso de no aceptar las adaptaciones de materiales para las campañas de publicidad y material de promoción, se emiten los comentarios correspondientes y se regresa a la actividad anterior para realizar las adaptaciones que correspondan.	Requerimientos de adaptación de materiales.
11	Gerencia de Marca y Creatividad.	Proporcionar los materiales a utilizar en las acciones de promoción, los cuales deberán apegarse a los Lineamientos de uso de marca, derechos de propiedad intelectual y al Playbook institucional del Fideicomiso.	Materiales de promoción. <i>Playbook</i> institucional del Fideicomiso.
12	Gerencia de Marca y Creatividad.	Organizar, clasificar, homologar, editar y respaldar el acervo audiovisual y documental del material promocional de Los Cabos; además de clasificar y establecer el periodo de resguardo, de acuerdo con los derechos de uso. Los materiales se resguardarán por lo menos 7 años, hasta que venzan los derechos de uso.	Acervo de material audiovisual y documental.
13	Gerencia de Marca y Creatividad.	Conservar el acervo audiovisual y documental del material promocional de Los Cabos de forma catalogada y brindar acceso para su consulta y uso.	Acervo de material audiovisual y documental.
14	Gerencia de Marca y Creatividad.	Evaluar los resultados obtenidos tanto de las campañas de marketing, como de las acciones de promoción, e integrar la información de los indicadores y resultados obtenidos.	Indicadores.
15	Gerencia de Marca y Creatividad. Dirección General.	Entregar a la Dirección General para conocimiento, los indicadores y resultados obtenidos.	Reporte de indicadores.
FIN DE PROCEDIMIENTO			



[Handwritten signatures and initials in blue ink]

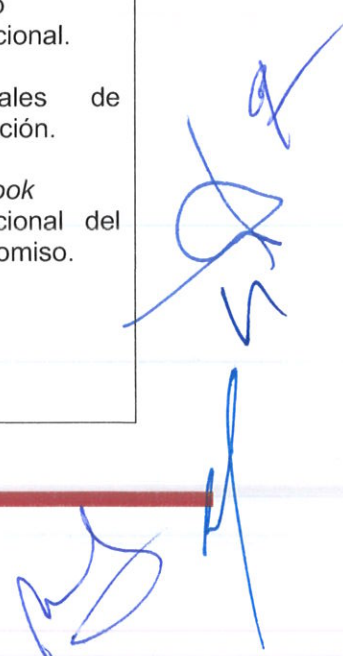
9. Gerencia de Marca y Creatividad.

Procedimiento 9.0.2	Clave del procedimiento P-GMC-CYP-01
Creatividad y Producción.	
Fecha: Diciembre 2024	Versión 1.0

Cons.	Responsable	Descripción de Actividades	Documento
1	Gerencia de Marca y Creatividad. Dirección General.	<p>Elabora un diagnóstico sobre los resultados de la estrategia de desarrollo y posicionamiento de marca y resultados de la campaña creativa ejecutada en el ejercicio anterior, basado en el análisis de la información de resultados, analizando las nuevas tendencias de mercado, de estudios propios o fuentes externas.</p> <p>Una vez elaborado el diagnóstico, diseña la estrategia de desarrollo y posicionamiento de marca, la cual una vez elaborado se somete a autorización de la Dirección General.</p> <p>La Dirección General la analiza y aprueba.</p> <p>En caso de que no sea autorizado por la Dirección General, se realizan las modificaciones solicitadas.</p>	Estrategia de Desarrollo y Posicionamiento de Marca.
2	Gerencia de Marca y Creatividad. Gerencia de Administración y Finanzas.	<p>Elabora proyecto de requerimientos presupuestales para cumplir con la estrategia y se remite a la Gerencia de Administración y Finanzas, para su integración al proyecto de presupuesto del fideicomiso.</p> <p>Se definen los requerimientos de bienes y servicios a contratar, para que formen parte del Presupuesto y del Programa Anual de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Fideicomiso; para la ejecución de la estrategia de desarrollo de producto; con la finalidad de dar cumplimiento al Programa Anual de Promoción Turística de Los Cabos.</p> <p>Coordinar con la Gerencia de Administración y Finanzas, la formulación del Programa Anual de Adquisiciones; así como los procedimientos de contratación que sean requeridos para cumplir con las metas y objetivos de la estrategia de desarrollo y posicionamiento de marca, así como la producción de materiales y generación de contenidos.</p>	Presupuesto. Programa anual de adquisiciones.

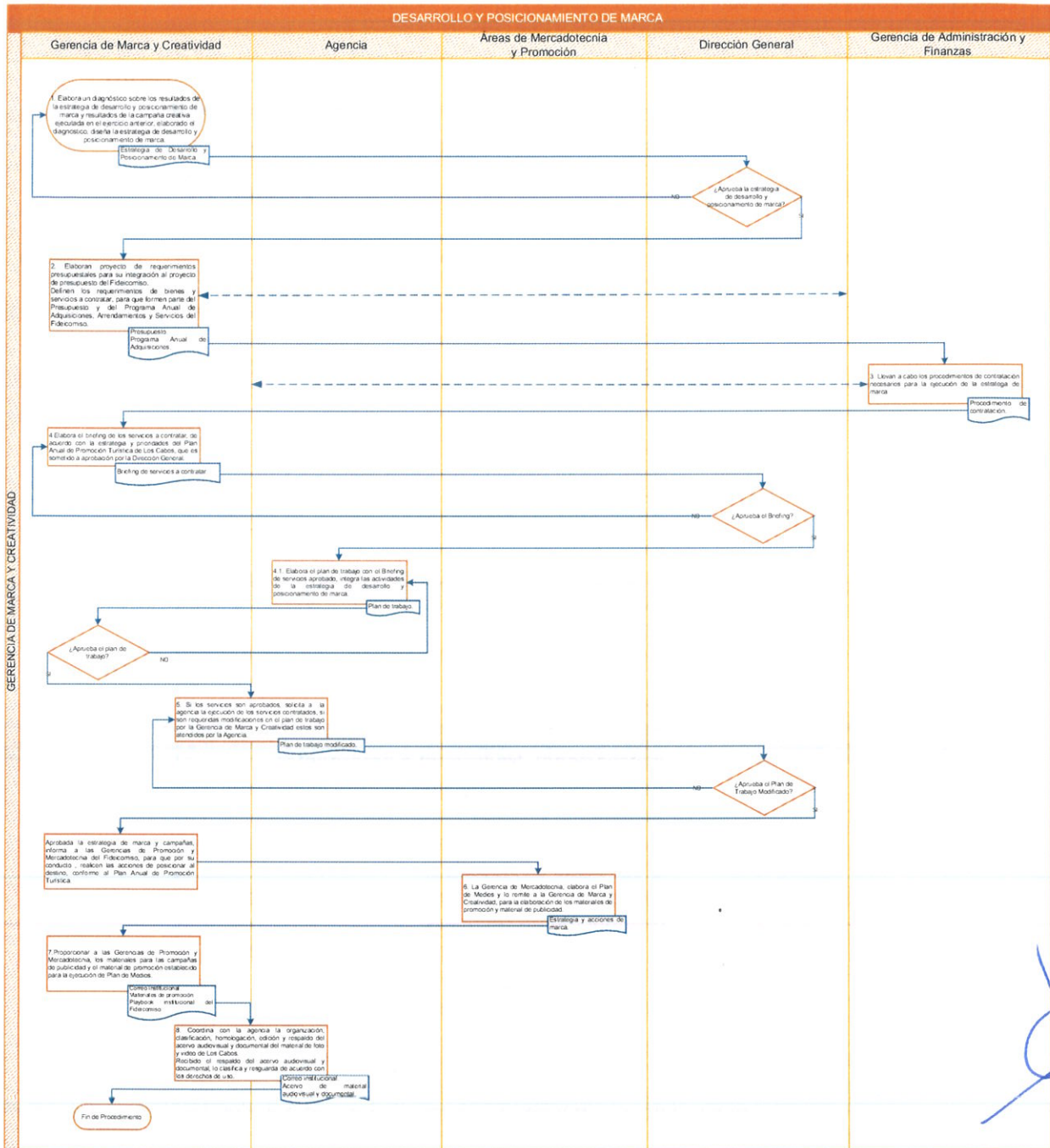
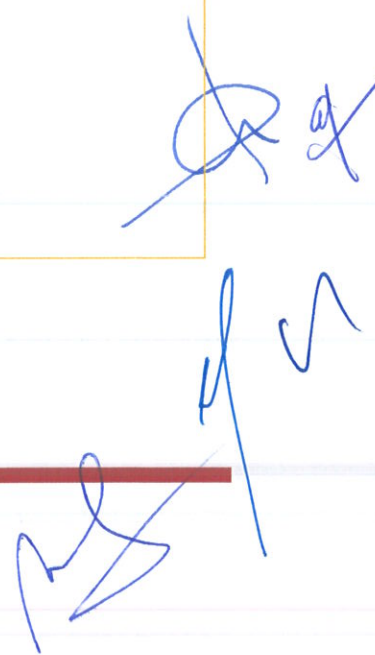
3	Gerencia de Administración y Finanzas. Gerencia de Marca y Creatividad.	Se llevan a cabo los procedimientos de contratación necesarios para la ejecución de la estrategia de marca.	Procedimiento de contratación.
4	Gerencia de Marca y Creatividad. Dirección General. Agencia.	<p>Elabora el briefing de los servicios a contratar, de acuerdo con la estrategia y prioridades del Plan Anual de Promoción Turística de Los Cabos, con el fin de que la Agencia presente su programa de trabajo que considere los siguientes alcances:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estrategia de marca y generación de conceptos creativos. • Arquitectura de marca y posicionamiento. • Levantamiento de imagen y video. • Calificación y clasificación del acervo de foto y video. • Estudio e inteligencia de mercado. • Producción de campañas y materiales creativos. • Eventos y Marketing experiencial. <p>Una vez, elaborado el briefing de los servicios a contratar lo somete a aprobación de la Dirección General, quien lo aprueba o en su caso solicita se realicen modificaciones.</p> <p>Una vez aprobado el briefing por la Dirección General lo remite a la Agencia para que elabore su programa de trabajo.</p> <p>La Agencia elabora programa de trabajo y lo remite a la Gerencia de Marca y Creatividad para su aprobación.</p> <p>Si el programa de trabajo se alinea a los objetivos de la estrategia creativa, la Agencia inicia con la ejecución de los servicios.</p>	Briefing de servicios a contratar. Plan de Trabajo de la Agencia.
5	Gerencia de Marca y Creatividad. Agencia.	<p>Si los servicios son aprobados, solicita a la agencia la ejecución de los servicios contratados, que considere lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estrategia de marca y generación de conceptos creativos. • Arquitectura de marca y posicionamiento. 	Plan de trabajo. Plan de trabajo modificado.

		<ul style="list-style-type: none"> Levantamiento de imagen y video. Calificación y clasificación del acervo de foto y video. Estudio e inteligencia de mercado. Producción de campañas y materiales creativos. Eventos y Marketing experiencial. <p>La agencia elabora el plan de trabajo, y lo somete a aprobación de la Gerencia de Marca y Creatividad.</p> <p>La Gerencia de Marca y Creatividad aprueba el plan de trabajo, en caso de requerir modificaciones le requiere a la agencia los cambios solicitados.</p> <p>Una vez aprobado el Plan de Trabajo, lo somete a aprobación de la Dirección General.</p> <p>En el caso de que la Dirección General solicite cambios al Plan de Trabajo, le solicita a la Gerencia, que se realicen dichos cambios.</p>	
6	<p>Gerencia de Marca y Creatividad.</p> <p>Gerencia de Promoción.</p> <p>Gerencia de Mercadotecnia.</p>	<p>Una vez aprobada la estrategia de marca y campañas, informa a las Gerencias de Promoción y Mercadotecnia del Fideicomiso, así como de existir cambios en la misma, para que por su conducto, realicen las acciones de posicionar al destino, conforme al Plan Anual de Promoción Turística.</p> <p>La Gerencia de Mercadotecnia, elabora el Plan de Medios y lo remite a la Gerencia de Marca y Creatividad, para la elaboración de los materiales de promoción y material de publicidad.</p>	<p>Estrategia y acciones de marca.</p>
7	<p>Gerencia de Marca y Creatividad.</p> <p>Gerencia de Promoción.</p> <p>Gerencia de Mercadotecnia.</p>	<p>Proporcionar a las Gerencias de Promoción y Mercadotecnia, los materiales para las campañas de publicidad y el material de promoción, establecidos.</p> <p>Proporciona a la Gerencia de Mercadotecnia el material solicitado para la ejecución del Plan de Medios.</p> <p>Una vez proporcionado el material, solicita a las Gerencias de Promoción y Mercadotecnia, que se apeguen a los Lineamientos de uso de marca, derechos de propiedad intelectual y al <i>Playbook</i> institucional del Fideicomiso.</p>	<p>Correo institucional.</p> <p>Materiales de promoción.</p> <p><i>Playbook</i> institucional del Fideicomiso.</p>



8	Gerencia de Marca y Creatividad. Agencia.	Coordina con la agencia la organización, clasificación, homologación, edición y respaldo del acervo audiovisual y documental del material de foto y video de Los Cabos. Una vez recibido el respaldo del acervo audiovisual y documental del material promocional de Los Cabos; lo clasifica y resguarda de acuerdo con los derechos de uso.	Correo institucional. Acervo de material audiovisual y documental.
FIN DE PROCEDIMIENTO			



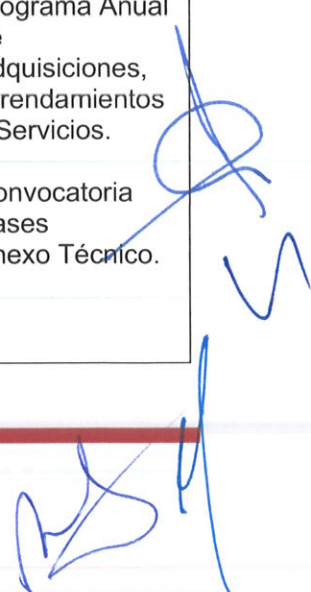



10. Gerencia de Mercadotecnia.

Procedimiento 10.0.1	Clave del procedimiento P-GM-PMCM-01
Programa de mercadotecnia y compra de medios.	
Fecha: Diciembre 2024	Versión 1.0

Cons.	Responsable	Descripción de Actividades	Documento
1	Gerencia de Mercadotecnia.	<p>Realiza un análisis y elabora un diagnóstico detallado sobre los resultados de la estrategia de mercadotecnia implementada en el ejercicio anterior por el Fideicomiso, tomando en cuenta la información siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Indicadores clave de rendimiento que midan el alcance, el número de interacciones y el tráfico generado. • Conversión y ROI: relación entre inversión y resultados económicos. • Impacto de medios tradicionales y digitales, evaluando su efectividad y alcance comparativo. • Resultados de participación en eventos, medibles en contactos, reuniones y oportunidades generadas. • Alcance de mercados objetivo (nacional, internacional, tradicional o emergente). • Alineación de mensajes y creatividad con la identidad de marca. • Comparativo con destinos competidores y estrategias destacadas • Ejecución presupuestal, su eficiencia y distribución de recursos. • Opinión de socios estratégicos y visitantes. • Monitoreo de reputación del destino. • Éxitos replicables y mejoras necesarias. 	Diagnóstico sobre resultados del ejercicio anterior.
2	Gerencia de Mercadotecnia. Dirección General.	A partir de la información que arroje el diagnóstico realizado sobre los resultados de la estrategia de mercadotecnia implementada en el ejercicio anterior, la Gerencia de Mercadotecnia diseña y elabora una estrategia integral para las campañas publicitarias, la compra de medios y la contratación de pautas y espacios publicitarios, que será propuesta a la Dirección General para integrarla al Programa Anual de Promoción Turística de Los Cabos.	Proyecto de estrategia de mercadotecnia.

		<p>En el diseño para la estrategia de mercadotecnia se considerarán los aspectos siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objetivos generales y específicos alineados con los mercados objetivo. • Segmentación de mercados prioritarios (nacional, internacional, tradicional o emergente). • Selección de medios digitales, tradicionales, plataformas publicitarias e <i>influencers</i>. • Creatividad y mensajes clave, fomentando la identidad de marca y la conexión emocional con el destino. • Presupuesto eficiente, evaluando costos de medios, pautas y espacios publicitarios. • Plan de ejecución con cronograma de fechas clave. • Indicadores de desempeño (<i>KPI's</i>) para evaluar efectividad e impacto. 	
3	<p>Gerencia de Mercadotecnia.</p> <p>Dirección General.</p>	<p>Elabora y propone a la Dirección General la estrategia de mercadotecnia, la cual incluye un plan de medios y pautas publicitarias, considerando los recursos presupuestales requeridos para su implementación.</p> <p>La Dirección General aprueba la estrategia y solicita a la Gerencia de Mercadotecnia que se ejecute, En caso de que la Dirección General no apruebe la estrategia, le solicita las adecuaciones a la Gerencia de Mercadotecnia.</p>	<p>Estrategia de mercadotecnia.</p>
4	<p>Gerencia de Mercadotecnia.</p> <p>Gerencia de Administración y Finanzas.</p>	<p>Elabora el proyecto de requerimientos presupuestales para cumplir con la estrategia de su gerencia, considerando la división en cada mercado y los objetivos de dicha estrategia.</p> <p>Una vez elaborado, remite a la Gerencia de Administración y Finanzas para su revisión e integración al proyecto de presupuesto del Fideicomiso.</p> <p>Asimismo, gestiona con la Gerencia de Administración y Finanzas los requerimientos presupuestales de servicios a contratar, a efecto de que formen parte de los procedimientos de contratación que sean considerados en el Programa Anual de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Fideicomiso.</p>	<p>Proyecto de requerimientos presupuestales.</p> <p>Programa Anual de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios.</p> <p>Convocatoria Bases Anexo Técnico.</p>



		Una vez aprobado el plan integral para la generación y producción de experiencias como parte de la estrategia de mercadotecnia y promoción, procede a gestionar con la Gerencia de Administración y Finanzas la que lleve a cabo el procedimiento de contratación de la agencia correspondiente.	
5	Gerencia de Mercadotecnia.	Coordina, evalúa y aprueba las propuestas de planes de medios y pautas publicitarias requeridas para cumplir con la estrategia de mercadotecnia contenida en el Plan Anual de Promoción Turística.	Propuesta de planes de medios.
6	Gerencia de Mercadotecnia. Dirección General.	Una vez aprobado el plan de medios y pautas publicitarias por la Dirección General, la Gerencia de Mercadotecnia procede a gestionar la cotización de los espacios publicitarios necesarios para la ejecución de las campañas.	Cotización de los espacios publicitarios.
7	Gerencia de Mercadotecnia. Gerencia Jurídica.	Lleva a cabo la contratación de medios y pautas publicitarias, de conformidad con lo establecido en la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Gobierno del Estado de Baja California Sur. Evalúa que los requerimientos de medios y pautas publicitarias sean los solicitados en la contratación con la Agencia de eventos. Documenta la ejecución de los servicios contratados.	Contratos y anexos.
8	Gerencia de Mercadotecnia. Gerencia de Creatividad y Marca.	Entrega las artes y creativos necesarios para llevar a cabo la campaña a la Gerencia de Creatividad y Marca.	Artes y creativos finales: - Videos - Textos - Imágenes
9	Gerencia de Mercadotecnia. Gerencia de Creatividad y Marca.	Recibe de la Gerencia de Creatividad y Marca las artes y creativos solicitados para la campaña de publicidad.	Artes y creativos finales: - Videos - Textos - Imágenes
10	Gerencia de Mercadotecnia.	Supervisa el diseño y ejecución de las campañas de publicidad enfocadas y adaptadas a los distintos segmentos de los mercados de influencia de Los Cabos, a nivel nacional e internacional.	Campañas de publicidad

11	Gerencia de Mercadotecnia.	<p>Evalúa la efectividad de las campañas de publicidad y, en su caso, propone las modificaciones que sean necesarias para cumplir con el Programa Anual de Promoción Turística.</p> <p>Elabora un reporte mensual con su análisis y evaluación de las campañas de publicidad.</p>	<p>Reporte mensual.</p> <p>Plan Anual de Promoción Turística.</p>
12	Gerencia de Mercadotecnia. Dirección General.	<p>Recibe retroalimentación de la Dirección General sobre los reportes mensuales entregados para la realización, en su caso, de nuevas contrataciones de espacios publicitarios.</p>	<p>Retroalimentación de reportes mensuales.</p>
13	Gerencia de Mercadotecnia. Gerencia de Administración y Finanzas. Proveedor.	<p>Recibe de los proveedores la facturación y comprobación de los contratos que administre.</p> <p>Aprueba la recepción de los servicios prestados a entera satisfacción.</p> <p>En caso de no aprobar los servicios, se regresa a la actividad anterior.</p>	<p>Facturas y comprobación de contratos.</p>
14	Gerencia de Mercadotecnia. Gerencia de Administración y Finanzas. Proveedor.	<p>Gestiona con la Gerencia de Administración y Finanzas el pago de la orden de servicio al proveedor.</p>	<p>Orden de servicio.</p>
15	Gerencia de Mercadotecnia.	<p>Lleva a cabo el cierre administrativo del contrato.</p>	<p>Cierre administrativo.</p>
16	Gerencia de Mercadotecnia.	<p>Elabora un reporte final de cada campaña, considerando los aspectos siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Resultados de creativos. • Resultados de audiencias. • Cantidad de impresiones e impactos. • Estadísticas. • Aprendizajes de la campaña. 	<p>Reporte de cierre de campaña.</p>
17	Gerencia de Mercadotecnia.	<p>Elabora y somete a aprobación de la Dirección General informes trimestrales de resultados obtenidos de la ejecución de campañas realizadas durante el periodo y cumplimiento de objetivos</p>	<p>Informes trimestrales.</p>

	Dirección General.	La Dirección General aprueba los informes trimestrales de resultados.	
FIN DEL PROCEDIMIENTO			

10. Gerencia de Mercadotecnia.

Procedimiento 10.0.2	Clave del procedimiento P-GM-EME-01
Eventos de marketing Experiencial	
Fecha: Diciembre 2024	Versión 1.0

Cons.	Responsable	Descripción de Actividades	Documento
1	Gerencia de Mercadotecnia	<p>Realiza un diagnóstico sobre los resultados de la estrategia de mercadotecnia implementada en el ejercicio anterior por el Fideicomiso, la Gerencia incluye en dicho análisis un apartado con la evaluación de los resultados de la producción de experiencias (marketing experiencial) enfocadas a crear vínculos emocionales entre potenciales visitantes y el Destino, tomando en cuenta la información siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objetivos alcanzados, medibles en el cumplimiento de metas planteadas en las experiencias. • Segmentos impactados y nivel de interacción (público objetivo). • Vínculo generado con los participantes (impacto emocional). • Efectividad de los canales utilizados. • Formatos de experiencias: Tipos y efectividad de las actividades realizadas. • Resultados medibles: KPIs como participación, viralización y ROI. • Comparativo con estrategias de destinos competidores. • Retroalimentación del público, recabada mediante opiniones y satisfacción de los participantes. • Aciertos y áreas de oportunidad para mejorar. 	Diagnóstico de la Estrategia de Mercadotecnia.
2	Gerencia de Mercadotecnia Dirección General.	<p>A partir de dicho análisis, diseña e incluye en la estrategia de mercadotecnia y publicidad un plan integral para la generación y producción de experiencias (marketing experiencial) enfocadas a crear vínculos emocionales entre potenciales visitantes y el destino, el cual incluirá lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Una segmentación de públicos objetivo, identificación de segmentos prioritarios. • Una propuesta creativa: Concepto general y 	<p>Plan para la generación y producción de experiencias.</p> <p>Estrategia de mercadotecnia.</p>

		<p>mensajes clave.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un cronograma de actividades y experiencias a realizar en el destino. • Los medios y canales de promoción y difusión de las experiencias a realizar en el destino. • Un proyecto de presupuesto, personal y lista de proveedores. • Los indicadores de desempeño (KPIs). • Un apartado de evaluación, seguimiento y retroalimentación de la ejecución de las experiencias. 	
3	<p>Gerencia de Mercadotecnia</p> <p>Dirección General.</p>	<p>Elabora e incluye un plan integral para la generación y producción de experiencias en la estrategia de mercadotecnia y publicidad, la cual somete a aprobación de la Dirección General.</p> <p>En caso de que la Dirección General no apruebe la estrategia, le solicita las adecuaciones a la Gerencia de Mercadotecnia.</p>	<p>Plan integral para la generación y producción de experiencias.</p> <p>Estrategia de mercadotecnia.</p>
4	<p>Gerencia de Mercadotecnia</p> <p>Gerencia de Administración y Finanzas.</p>	<p>Una vez aprobada la estrategia, coordina y gestiona con la Gerencia de Administración y Finanzas los requerimientos presupuestales para eventos enfocados a la producción y generación de experiencias en el destino.</p> <p>Solicita a la Gerencia de Administración y Finanzas se incluyan los requerimientos al Programa Anual de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Fideicomiso.</p>	<p>Requerimientos presupuestales</p> <p>Programa Anual de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios.</p>
5	<p>Gerencia de Mercadotecnia</p> <p>Gerencia de Administración y Finanzas.</p>	<p>Una vez aprobado el plan integral para la generación y producción de experiencias como parte de la estrategia de mercadotecnia y promoción, procede a gestionar con la Gerencia de Administración y Finanzas la que lleve a cabo el procedimiento de contratación de la agencia correspondiente.</p>	<p>Convocatoria Bases Anexo Técnico.</p>
6	<p>Gerencia de Mercadotecnia</p> <p>Gerencia Jurídica.</p>	<p>Realiza la contratación de servicios para la ejecución del programa de mercadotecnia y publicidad, en estricto cumplimiento con lo dispuesto en la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Gobierno del Estado de Baja California Sur.</p> <p>Verifica que los servicios y requerimientos para la ejecución de los servicios correspondan a lo estipulado en los contratos establecidos con la Agencia asegurando el cumplimiento de los acuerdos.</p>	<p>Contratos y anexos</p>

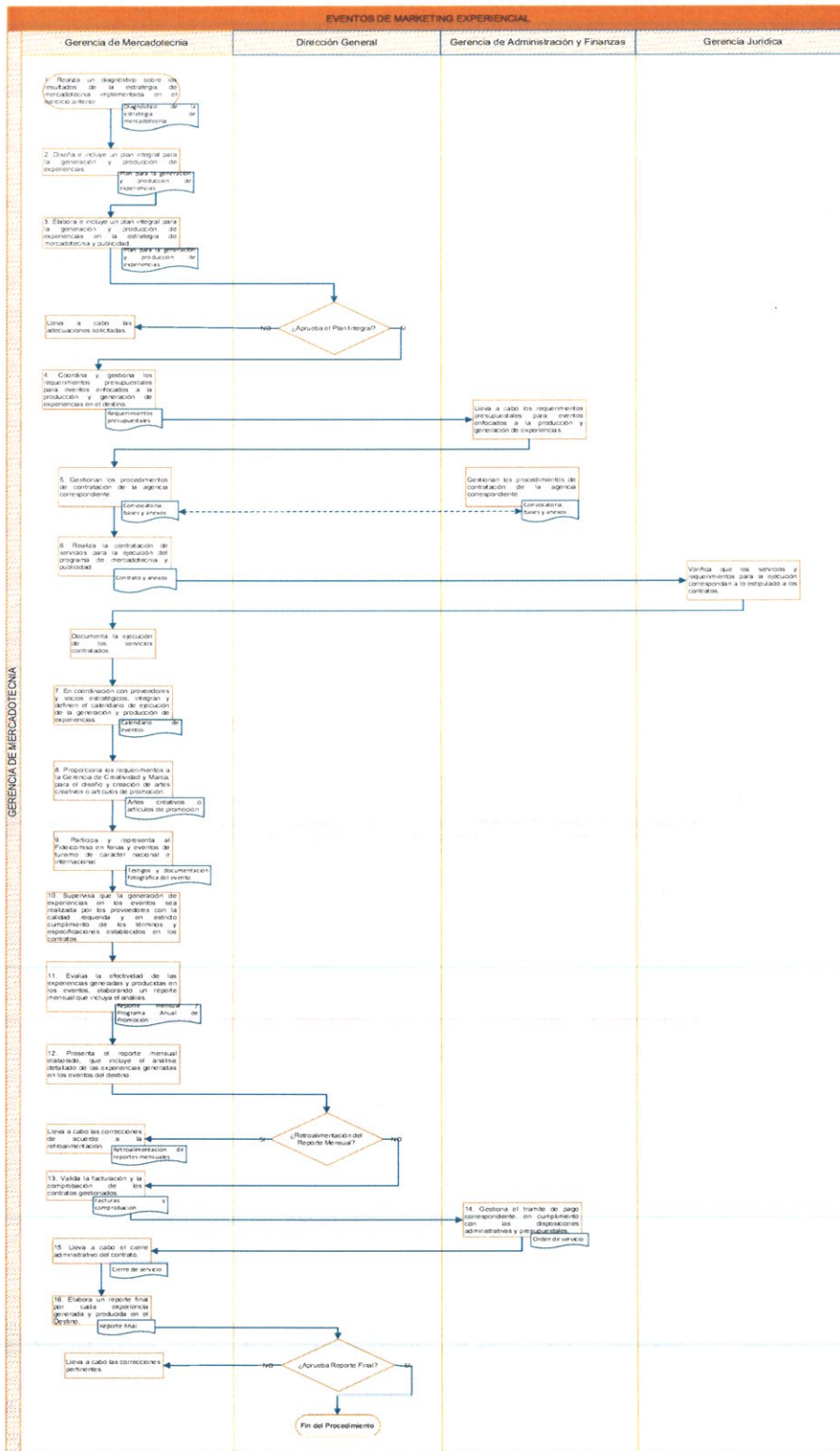


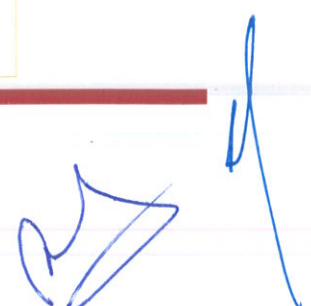
		Documenta detalladamente la ejecución de los servicios contratados, incluyendo evidencia de su calidad y apego a los términos acordados.	
7	Gerencia de Mercadotecnia Proveedores. Socios estratégicos.	En coordinación con proveedores y socios estratégicos, integra y define el calendario con las propuestas finales para la ejecución de la generación y producción de experiencias, de acuerdo con las temporalidades del mercado seleccionado.	Calendario de eventos.
8	Gerencia de Mercadotecnia Gerencia de Creatividad y Marca.	Proporciona los requerimientos a la Gerencia de Creatividad y Marca, para el diseño y creación de artes, creativos o artículos promocionales de los eventos: <ul style="list-style-type: none"> • Diseño de invitación. • Convocatoria. • Lonas publicitarias, carteles. • Diseño de artículos promocionales. • Diseño de videos a proyectar. • Diseño de logística. 	Artes, creativos o artículos promocionales.
9	Gerencia de Mercadotecnia	Participa y representa al Fideicomiso en las ferias y eventos de turismo de carácter nacional e internacional, con el fin de contribuir a la generación de alianzas estratégicas y cooperativas con socios comerciales.	Testigos y documentación fotográfica del evento.
10	Gerencia de Mercadotecnia Proveedores.	Supervisa que la generación de experiencias en los eventos sea realizada por los proveedores con la calidad requerida y en estricto cumplimiento de los términos y especificaciones establecidos en los contratos, asegurando su alineación con los objetivos estratégicos y las necesidades de los distintos mercados de influencia de Los Cabos, tanto a nivel nacional como internacional.	
11	Gerencia de Mercadotecnia	Evalúa la efectividad de las experiencias generadas y producidas en los eventos del destino, asegurando que cumplan con los objetivos establecidos en el Plan Anual de Promoción Turística de Los Cabos. En su caso, propone las modificaciones necesarias para mejorar su impacto y alineación con los requerimientos estratégicos. Elabora un reporte mensual que incluya el análisis y la evaluación de las experiencias producidas, destacando resultados, áreas de mejora y recomendaciones para optimizar futuras actividades.	Reporte mensual. Plan Anual de Promoción Turística de Los Cabos.

12	Gerencia de Mercadotecnia Dirección General.	<p>Presenta el reporte mensual elaborado, que incluye el análisis detallado de las experiencias generadas en los eventos del destino, los resultados obtenidos y las propuestas de mejora. Durante la presentación, recibe retroalimentación de la Dirección General, quien evaluará la información entregada y, en su caso, determinará las acciones necesarias, incluyendo la planeación de nuevas contrataciones o ajustes estratégicos para mejorar la ejecución de las experiencias futuras.</p> <p>Además, documenta las observaciones y recomendaciones recibidas para incorporarlas en los reportes subsecuentes y garantizar un seguimiento puntual a las necesidades y objetivos estratégicos del Fideicomiso.</p>	Retroalimentación de reportes mensuales.
13	Gerencia de Mercadotecnia	Valida la facturación y la comprobación de los contratos gestionados por la Gerencia, asegurando que los servicios contratados hayan sido prestados a entera satisfacción.	Facturas y comprobación de contratos.
14	Gerencia de Administración y Finanzas.	Se coordina con la Gerencia de Administración y Finanzas para tramitar el pago correspondiente, cumpliendo con las disposiciones administrativas y presupuestales del Fideicomiso.	Orden de servicio.
15	Gerencia de Mercadotecnia	Lleva a cabo el cierre administrativo del contrato.	Cierre administrativo.
16	Gerencia de Mercadotecnia	<p>Elabora un reporte final por cada experiencia generada y producida en el Destino, considerando los aspectos siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de los conceptos, narrativas y elementos emocionales utilizados en las experiencias, destacando su efectividad en generar conexiones con el público. • Impacto en el público objetivo, a través de un análisis del nivel de participación e interacción de los asistentes, incluyendo su respuesta emocional y percepción de la experiencia. • Alcance e impacto directo, medible en la cantidad de asistentes, interacción en sitio, viralización en redes sociales, y contenido generado por usuarios (UGC). • Métricas relevantes como tiempo de permanencia en la experiencia, engagement generado, y cualquier conversión atribuible a la actividad (consultas, reservas, etc.). • Identificación de aciertos y oportunidades de mejora para optimizar la planeación y ejecución de 	Reporte final.

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large signature and the letters 'ng' and 'c'.

		futuras experiencias de marketing experiencial.	
17	Dirección General	Aprueba el reporte final del evento realizado. En caso de no aprobarlo, regresar a la actividad anterior.	Reporte final.
FIN DEL PROCEDIMIENTO			





11. Gerencia de Medios Digitales.

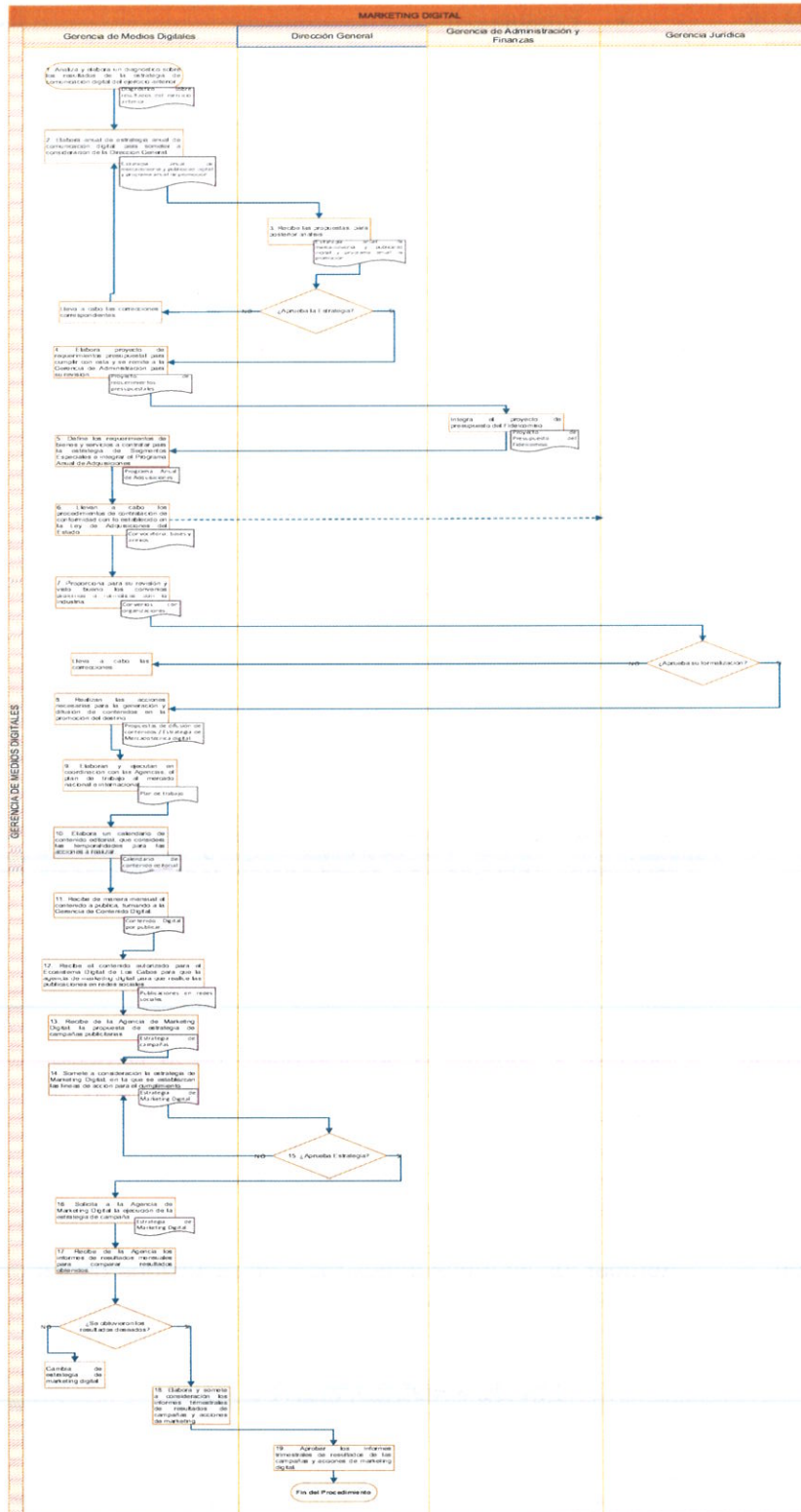
Procedimiento 11.0.1	Clave del procedimiento P-GMD-MD-01
Marketing Digital	
Fecha: Diciembre 2024	Versión 1.0

Cons.	Responsable	Descripción de Actividades	Documento
1	Gerencia de Medios Digitales.	<p>Analiza y elabora un diagnóstico sobre los resultados de la estrategia de comunicación digital del ejercicio anterior, considerando la información siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Datos estadísticos • Benchmark de otros destinos • Tecnologías e innovaciones • Análisis web de otros destinos. 	<p>Reportes estadísticos GA4 Similar web Meltwater Google search Console Google trends.</p>
2	Gerencia de Medios Digitales.	<p>En la elaboración anual de estrategia de comunicación digital considera los elementos siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objetivos • Mercados • Clasificación de mercado (nacional, internacional, tradicional o emergentes) • Líneas de acción • Actividades • Responsables de su ejecución • Áreas de apoyo interno y externo • Calendario • Indicadores. <p>Una vez elaborado el diagnóstico realizado sobre el ejercicio anterior, en el diseño para elaborar la estrategia de comunicación digital se considerarán los aspectos siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revisión de objetivos estratégicos del destino • Análisis de campañas previas • Inventario de recursos digitales • Estudio del público objetivo • Análisis reputacional del destino • Benchmarking. 	<p>Estrategia anual de mercadotecnia y publicidad digital.</p>
3	Gerencia de Medios Digitales.	<p>Una vez elaborada la estrategia anual de comunicación digital, la somete a consideración de la Dirección General la estrategia anual de comunicación digital.</p>	<p>Estrategia anual de mercadotecnia y</p>

	Dirección General.	<p>La Dirección General, aprueba la estrategia de comunicación digital cuando se encuentre alineada a los objetivos de promoción institucionales; en caso de no aprobarla, se reformulará considerando los elementos de la actividad anterior.</p> <p>En caso de que sea aprobada la estrategia se integrará a la propuesta del Programa Anual de Promoción Turística de los Cabos.</p>	<p>publicidad digital.</p> <p>Programa Anual de Promoción Turística de los Cabos.</p>
4	<p>Gerencia de Medios Digitales.</p> <p>Gerencia de Administración y Finanzas.</p>	<p>Una vez aprobada la estrategia anual de mercadotecnia y publicidad digital, Se elabora proyecto de requerimientos presupuestales para cumplir con esta y se remite a la Gerencia de Administración y Finanzas para su revisión e integración al proyecto de presupuesto del Fideicomiso.</p>	<p>Proyecto de requerimientos presupuestales.</p>
5	<p>Gerencia de Medios Digitales.</p> <p>Gerencia de Administración y Finanzas.</p>	<p>Se definen los requerimientos de bienes y servicios a contratar para la estrategia de comunicación digital con el fin de integrarlas al Programa Anual de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Fideicomiso.</p>	<p>Programa Anual de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Fideicomiso.</p>
6	<p>Gerencia de Medios Digitales.</p> <p>Gerencia Jurídica.</p>	<p>Se llevan a cabo los procedimientos de contratación de conformidad con lo establecido en la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Gobierno del Estado de Baja California Sur.</p>	<p>Convocatoria Bases Anexo Técnico.</p>
7	<p>Gerencia de Medios Digitales.</p> <p>Gerencia Jurídica.</p>	<p>Proporciona a la Gerencia Jurídica para su revisión y visto bueno los convenios próximos a celebrar con organizaciones de la industria.</p> <p>Una vez revisados y validados por la Gerencia Jurídica, formaliza los convenios con las organizaciones de la industria.</p>	<p>Convenios con las organizaciones.</p>
8	<p>Gerencia de Medios Digitales.</p> <p>Gerencia de Contenido Digital.</p>	<p>En coordinación con la Gerencia de Contenido Digital realizan las acciones necesarias para la generación y difusión de contenidos en la promoción del destino; así como la ejecución de la estrategia de comunicación digital de Los Cabos.</p>	<p>Propuestas de difusión de contenidos.</p> <p>Estrategia de mercadotecnia</p>

			digital de Los Cabos.
9	Gerencia de Medios Digitales. Agencias de Marketing Digital.	Elaboran y ejecutan en coordinación con las Agencias de Marketing Digital, el plan de trabajo al mercado nacional o internacional de acuerdo con el mercado objetivo.	Plan de trabajo.
10	Gerencia de Medios Digitales.	Elabora un calendario de contenido editorial, que considere las temporalidades para las acciones que se realizarán durante el año calendario.	Calendario de contenido editorial.
11	Gerencia de Medios Digitales. Agencia de Marketing Digital. Gerencia de Contenido Digital.	Recibe de manera mensual, por parte de la Agencia de Marketing Digital el contenido a publicar, de acuerdo con los siguientes servicios: <ul style="list-style-type: none"> • Propuesta temática de envío de correo electrónico masivo (<i>mailing</i>) • Los blogs que serán publicados durante el mes. • Parrilla de publicaciones de entradas o artículos (posteos) en redes sociales. Turna a la Gerencia de Contenido Digital el contenido a publicar para validación y autorización. La Gerencia de Contenido Digital autoriza el contenido a publicar, (en caso de no autorizarlo, regresar a las actividades anteriores).	Contenido digital por publicar.
12	Gerencia de Medios Digitales. Gerencia de Contenido Digital. Agencia de Marketing Digital.	Recibe de la Gerencia de Contenido Digital el contenido autorizado para el Ecosistema Digital de Los Cabos, e instruye a la Agencia de Marketing Digital para que realice las publicaciones a la red social seleccionada.	Contenido por publicar. Publicaciones en redes sociales.
13	Gerencia de Medios Digitales.	Recibe de la Agencia de Marketing Digital, la propuesta de estrategia de campañas publicitarias del destino, la cual debe contener como mínimo: <ul style="list-style-type: none"> • Objetivo. • Parámetros (fotografía, links y textos). 	Correo electrónico institucional

	Agencia de Marketing Digital.	<ul style="list-style-type: none"> • Presupuesto. 	Estrategia de campañas.
14	Gerencia de Medios Digitales. Dirección General.	<p>Somete a consideración de la Dirección General, la Estrategia de Marketing Digital, en la que se establezcan las líneas de acción para el cumplimiento de metas en el año:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento. • Reconocimiento de la marca. • Interacciones (orgánicas y pagadas). • Intereses sobre la marca. • Conversación y conversión. • Estrategia. 	Estrategia de Marketing Digital
15	Dirección General.	La Dirección General aprueba la estrategia de Marketing Digital, (en caso de no aprobarla, regresar a la actividad anterior).	Estrategia de Marketing Digital.
16	Gerencia de Medios Digitales.	Solicita a la Agencia de Marketing Digital, la ejecución de la estrategia de campaña.	<p>Correo electrónico institucional.</p> <p>Estrategia de campañas.</p>
17	Gerencia de Medios Digitales. Gerencia de Contenido Digital.	Recibe de la Agencia de Marketing Digital, los informes de resultados mensuales para analizar y comparar los resultados obtenidos en coordinación con la Gerencia de Contenido Digital y en caso de obtener resultados no deseados lleva a cabo el ajuste a la estrategia de marketing digital.	Informes mensuales de resultados.
18	Gerencia de Medios Digitales. Dirección General.	Elaborar y someter a consideración de la Dirección General los informes trimestrales de resultados de las campañas y acciones de marketing digital, que integren información sobre visitas al sitio <i>web</i> , en redes sociales, visualizaciones de terceros y audiencias alcanzadas en términos de seguidores.	Informes trimestrales de resultados.
19	Dirección General.	Aprobar los informes trimestrales de resultados de las campañas y acciones de marketing digital, (en caso de no aprobarlos, regresar a la actividad anterior).	Informes trimestrales de resultados.
FIN DE PROCEDIMIENTO			



ag

X

mg

n

11. Gerencia de Medios Digitales.

Procedimiento 11.0.2	Clave del procedimiento P-GMD-AED-01
Administración del Ecosistema Digital.	
Fecha: Diciembre 2024	Versión 1.0

Cons.	Responsable	Descripción de Actividades	Documento
1	Gerencia de Medios Digitales. Direcciones, Subdirecciones y Gerencias que integran el Fideicomiso.	Administra las licencias para otorgar el acceso al Sistema de Gestión de Contenido (CMS) y al Sistema de Gestión de Relaciones con los Clientes (CRM), del Ecosistema Digital de Los Cabos; conforme a lo solicitado por las Direcciones, Subdirección y Gerencias que integran el Fideicomiso.	Ecosistema Digital de Los Cabos Sistema de Gestión de Contenido (CMS) Sistema de Gestión de Relaciones con los clientes (CRM)
2	Gerencia de Medios Digitales. Dirección General.	Realiza un escaneo de seguridad y mantenimiento de los ecosistemas (en español e inglés) y una evaluación de las configuraciones de hosting y dominio del Ecosistema Digital de Los Cabos. Aspectos por considerar: <ul style="list-style-type: none"> • Servicio y contratación <i>hosting</i>. • Configuración del plan conforme al presupuesto. • Registro de dominio. • Soporte técnico. • Mejora continua en la capacidad de espacio. • Registro de extensiones. • Verificación de dominio. • Actualización de los sistemas de nombres de dominio (DNS). • Instalaciones de certificados por protocolo de seguridad de internet (SSL). • Pruebas de velocidad y rendimiento. Presentar a la Dirección General para conocimiento, los resultados del escaneo de seguridad y de la evaluación de las	Ecosistema Digital de Los Cabos.

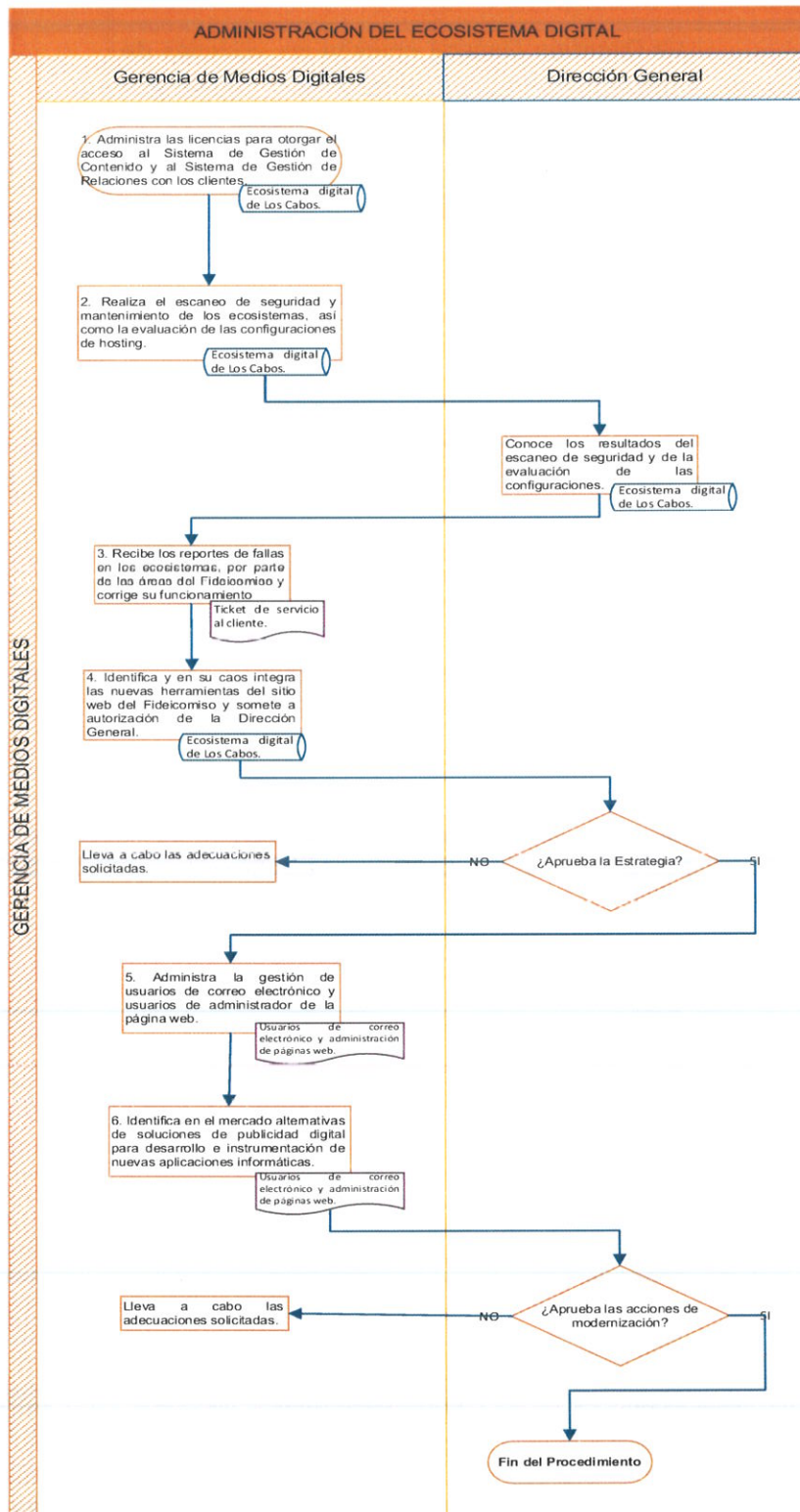
		configuraciones de <i>hosting</i> y dominio del Ecosistema Digital de Los Cabos.	
3	Áreas que integran el Fideicomiso. Gerencia de Medios Digitales.	Reportar a la Gerencia de Medios Digitales fallas presentadas en los sistemas, por parte de las áreas que integran el Fideicomiso, las cuales levantan un registro (<i>ticket</i>) de servicio al cliente, en el que detallan las características de la falla. La Gerencia de Medios Digitales corrige el funcionamiento, realiza una nueva evaluación y verificar el correcto funcionamiento del sistema.	Correo electrónico institucional. Registro (<i>ticket</i>) de servicio al cliente.
4	Gerencia de Medios Digitales. Dirección General.	Identificar y en su caso integrar nuevas herramientas digitales de mejora del portal www.visitloscabos.travel y www.visitaloscabos.com , con el objeto de fortalecer su interactividad y familiarización por parte de la industria turística, prestadores de servicios, visitantes y potenciales visitantes de carácter nacional e internacional; las cuales son presentadas a la Dirección General para su aprobación. La Dirección General aprueba las nuevas herramientas digitales de mejora al portal "www.visitloscabos.travel", " www.visitaloscabos.travel " (en caso de no autorizarlas, regresar a la actividad anterior).	Herramientas digitales. Portales: www.visitloscabos.travel www.visitaloscabos.travel
5	Gerencia de Medios Digitales.	Administra la gestión de usuarios de correo electrónico y usuarios de administrador de la página <i>web</i> .	Usuarios de correo electrónico institucional. Usuarios de administrador de páginas <i>web</i> .
6	Gerencia de Medios Digitales. Dirección General.	Identifica en el mercado nuevas alternativas de soluciones de publicidad digital para desarrollo e instrumentación de nuevas aplicaciones informáticas, uso de nuevas tecnologías, actividades de promoción y publicidad en medios digitales, campañas de publicidad digital, redes sociales y servicios de supervisión de campañas, entre otros, que contribuyan al cumplimiento de la estrategia de mercadotecnia, publicidad y promoción digital del destino; las cuales son presentadas para su aprobación a la Dirección General.	Acciones de modernización y desarrollo tecnológico. Aplicaciones informáticas. Tecnologías.



		La Dirección General aprueba las acciones de modernización y desarrollo tecnológico presentadas, (en caso de no autorizarlas, regresar a las actividades anteriores).	
FIN DE PROCEDIMIENTO			

11
19

MSH



g

M

N

12. Gerencia de Contenido Digital.

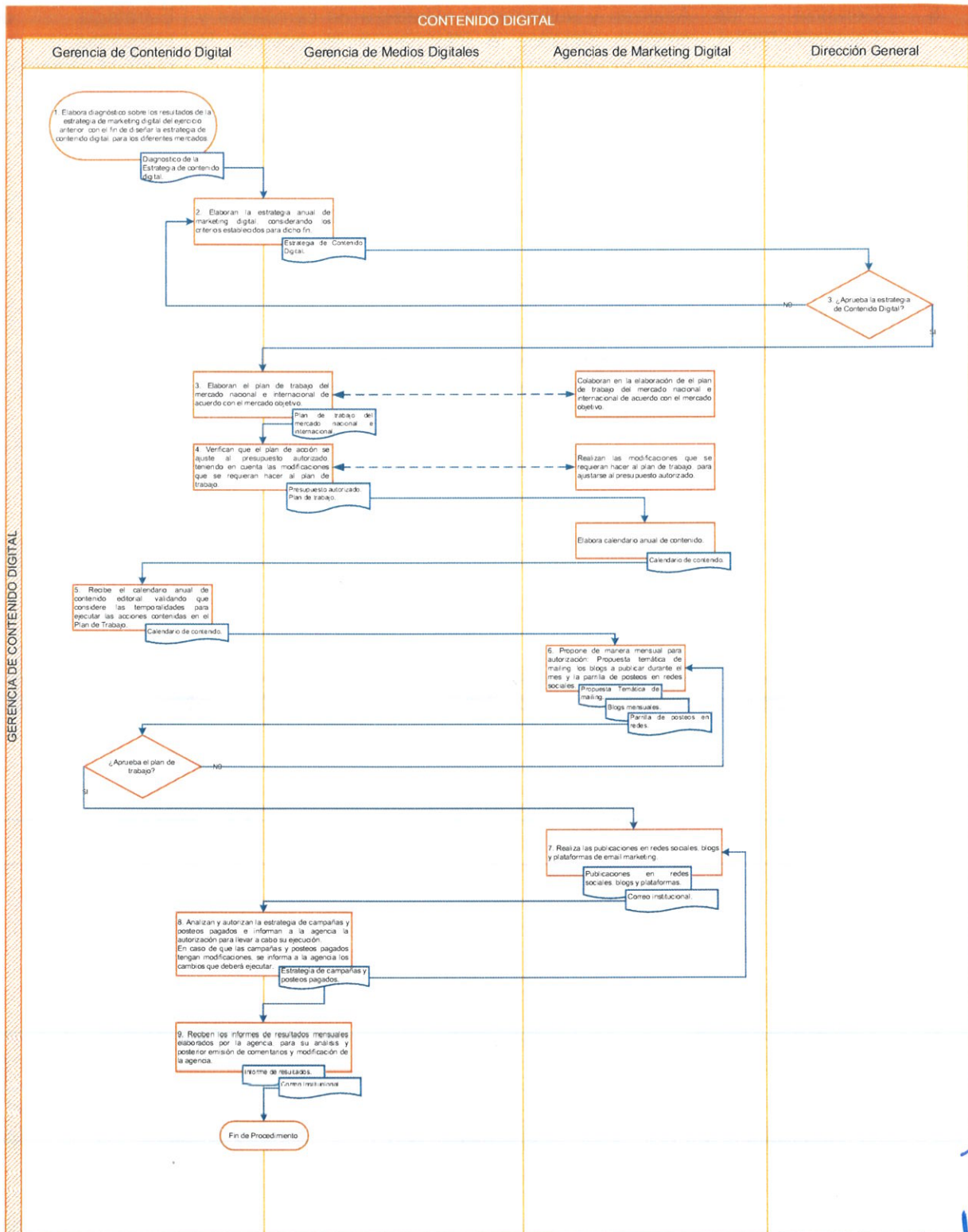
Procedimiento: 12.0.1	Clave del procedimiento P-GCD-CD-01
Contenido Digital.	
Fecha: Diciembre 2024	Versión 1.0

Cons.	Responsable	Descripción de Actividades	Documento
1	Gerencia de Contenido Digital.	Elaborar un diagnóstico sobre los resultados de la estrategia de marketing digital del ejercicio anterior, basado en el análisis de la información estadística y de las acciones de los servicios de marketing digital, y otras fuentes de información con el fin de diseñar la estrategia de contenido digital, para los diferentes mercados.	Diagnóstico de la Estrategia de contenido digital.
2	Gerencia de Contenido Digital. Gerencia de Medios Digitales. Dirección General.	<p>Se coordinan para la elaboración de la estrategia anual de Contenido digital, tomando en consideración los siguientes criterios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseño de estrategia digital anual y generación de contenidos para redes sociales. • <i>Community Management</i> para redes sociales. • Escucha en redes sociales. • Pauta de posteo en redes sociales. • Generación y edición de contenidos para página web y blogs. • SEO y SEM. • Personalización <i>WEB</i> y <i>Chat-bot</i>. • Programa de <i>e-mail marketing</i>. • Programa de <i>Content Creators</i>. • Creador de material audiovisual y contenido especializado del destino para los segmentos de lujo y ultra lujo. • <i>Digital Day</i> (Entretenimiento anual a los miembros de la industria del destino sobre tendencias e innovaciones de <i>marketing</i> para la mejora digital de los Cabos en los diferentes mercados. <p>Una vez elaborada la estrategia se somete a aprobación de la Dirección General, quien da el visto bueno para su ejecución.</p>	Estrategia de Contenido Digital.

		En caso de que la Dirección General solicite cambios al Plan, se elaboran dichos cambios.	
3	Gerencia de Contenido Digital. Gerencia de Medios Digitales. Agencias.	En coordinación con la Gerencia de Medios Digitales y con las agencias de marketing digital, elaboran el plan de trabajo del mercado nacional e internacional de acuerdo con el mercado objetivo. El cual una vez autorizado, puede ser modificado de acuerdo con las temporalidades y necesidades que vaya presentando del destino.	Plan de trabajo del mercado nacional e internacional.
4	Gerencia de Contenido Digital. Gerencia de Medios Digitales. Agencias.	Se coordina con la Gerencia de Medios Digitales y las agencias de Marketing Digital para verificar que el plan de acción se ajuste al presupuesto autorizado, teniendo en cuenta las modificaciones que se requieran hacer al plan de trabajo.	Presupuesto autorizado. Plan trabajo.
5	Gerencia de Contenido Digital. Agencias.	Solicita a la agencia el calendario anual de contenido editorial, validando que considere las temporalidades para ejecutar las acciones contenidas en el Plan de Trabajo.	Calendario de contenido.
6	Gerencia de Contenido Digital. Agencia.	La agencia de marketing digital de manera mensual propone a la Gerencia de contenido digital para su validación y autorización del contenido a publicar, de acuerdo con los siguientes servicios: <ul style="list-style-type: none"> • Propuesta temática de mailing. • Los blogs que serán publicados durante el mes. • Parrilla de posteos en redes sociales. <p>En caso de no aprobarlo lo regresa a la Agencia con las observaciones para realizar las modificaciones o de ser necesario solicitar peticiones de cambio.</p>	Propuesta temática de <i>mailing</i> . Los <i>blogs</i> que serán publicados durante el mes. Parrilla de posteos en redes sociales.
7	Gerencia de Contenido Digital. Agencia.	Una vez autorizado el contenido para el ecosistema digital de Los Cabos, le informa a la agencia de marketing digital su aprobación para la realización de las publicaciones en redes sociales, blogs y plataformas de <i>email marketing</i> .	Publicaciones en redes sociales, blogs y plataformas de <i>email marketing</i> . Correo institucional.

8	<p>Gerencia de Contenido Digital</p> <p>Gerencia de Medios Digitales.</p> <p>Agencia.</p>	<p>Analizan y autorizan la estrategia de campañas y posteos pagados e informan a la agencia la autorización para llevar a cabo su ejecución.</p> <p>En caso de que las campañas y posteos pagados tengan modificaciones, se informa a la agencia los cambios que deberá ejecutar.</p>	<p>Estrategia de campañas y posteos pagados.</p>
9	<p>Gerencia de Contenido Digital.</p> <p>Gerencia de Medios Digitales.</p> <p>Agencias.</p>	<p>Reciben los informes de resultados mensuales elaborados por la agencia.</p> <p>Analizan los informes comparando los resultados obtenidos.</p> <p>En caso de no obtener los resultados deseados en las acciones, se solicita a la agencia el cambio de estrategia, de las mismas.</p>	<p>Informe de resultados.</p> <p>Correo institucional.</p>
FIN DE PROCEDIMIENTO			



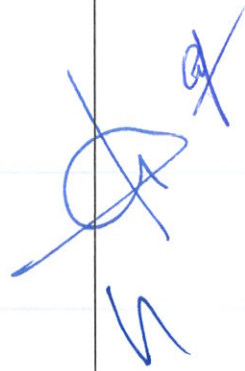


Handwritten signatures and initials.

13. Gerencia de Segmentos Especiales.

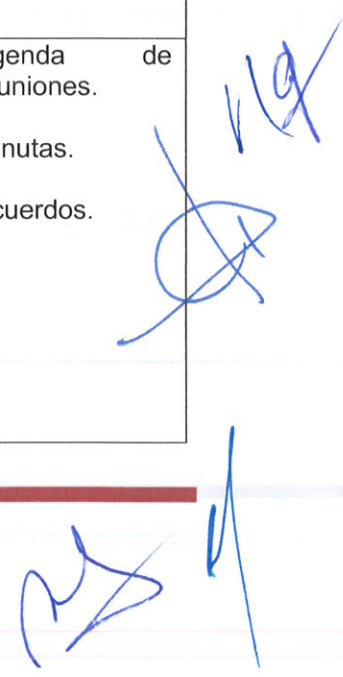
Procedimiento 13.0.1	Clave del procedimiento P-AESC-GSE-01
Alianzas estratégicas con socios comerciales para desarrollo de producto turístico en los diferentes segmentos especiales.	
Fecha: Diciembre 2024	Versión 1.0

Cons.	Responsable	Descripción de Actividades.	Documento
1	Gerencia de Segmentos Especiales.	Analiza los resultados de la estrategia de segmentos especiales implementada en el ejercicio anterior, y una vez elaborado el análisis, realiza un diagnóstico con los resultados obtenidos.	Diagnóstico sobre resultados del ejercicio anterior.
2	Gerencia de Segmentos Especiales.	<p>Analiza la información estadística y los resultados obtenidos de las acciones de inteligencia de mercados, del observatorio turístico, de las tendencias en el mercado de segmentos especiales y de otras fuentes de información, con el fin de diseñar una estrategia de desarrollo y comercialización de producto turístico para segmentos especiales que será propuesta a la Dirección General para integrarla al Plan Anual de Promoción Turística de Los Cabos.</p> <p>En el diseño para la estrategia de segmentos especiales se considerarán los aspectos siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definición de objetivos a alcanzar e indicadores. • Socios comerciales acordes a la oferta local de producto turístico relacionado con segmentos especiales. • Evaluación y selección de posibles socios comerciales para formalizar alianzas estratégicas (coops). • Promoción de alianzas estratégicas de la industria local/segmentos especiales con operadores y agencias turísticas en el extranjero en el mercado nacional e internacional. • Asesoría a operadores locales para crear y fortalecer la comercialización de sus productos. • Proporcionar las herramientas para fortalecer las habilidades y conocimientos de la industria relacionada con los requerimientos y necesidades de los segmentos especializados a promover con el fin de fortalecer la calidad de los productos que ofrece la industria, como pueden 	<p>Estrategia de desarrollo y comercialización de producto turístico para segmentos especiales.</p> <p>Plan Anual de Promoción Turística de Los Cabos.</p>

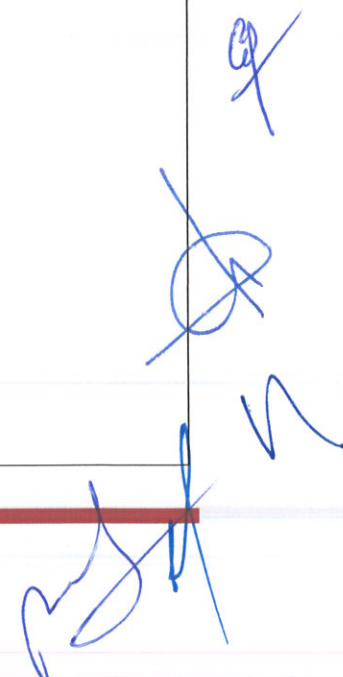


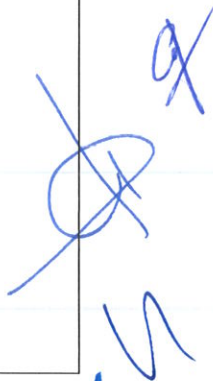

		<p>ser organización de webinars, seminarios de capacitación, talleres, entre otros.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de eventos en mercados nacionales e internacionales de segmentos especiales en los que se participará durante el ejercicio. • Diseño de un plan de eventos de segmentos especiales a organizar durante el ejercicio, ya sea en el destino o en mercados de acción • Patrocinio de eventos con consumidores finales, entre otros. • Viajes de familiarización de industria especializada, prensa, influencers y generadores de contenido • Las demás acciones de promoción que sean consideradas por la Dirección General y la Gerencia para cumplir con los objetivos de promoción institucionales. <p>La estrategia deberá tener los elementos siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objetivos • Mercados • Clasificación de mercado (nacional, internacional, tradicional o emergentes) • Líneas de acción • Actividades • Responsables de su ejecución • Áreas de apoyo interno y externo • Calendario • Indicadores 	
3	Gerencia de Segmentos Especiales. Dirección General.	Una vez elaborada la estrategia de desarrollo y comercialización de producto turístico de segmentos especiales, la somete a aprobación de la Dirección General.	Estrategia de desarrollo y comercialización de producto turístico de segmentos especiales.
4	Dirección General.	<p>La Dirección General, aprueba la estrategia de desarrollo y comercialización de producto turístico de segmentos especiales, cuando se encuentre alineada a los objetivos de promoción institucionales; en caso de no aprobarla, regresar a la actividad anterior.</p> <p>En caso de que sea aprobada la estrategia se integrará a la propuesta del Plan Anual de Promoción Turístico de los Cabos.</p>	Plan Anual de Promoción Turística de Los Cabos.

5	Gerencia de Segmentos Especiales. Gerencia de Administración y Finanzas.	Se elabora proyecto de requerimientos presupuestales para cumplir con la estratégica. Una vez elaborado se remite a la Gerencia de Administración y Finanzas para su revisión e integración al proyecto de presupuesto del Fideicomiso.	Proyecto de requerimientos presupuestales. Proyecto de presupuesto del Fideicomiso.
6	Gerencia de Segmentos Especiales.	Se definen los requerimientos de bienes y servicios a contratar para la estrategia de la Gerencia de Segmentos Especiales con el fin de integrarlas al Programa Anual de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Fideicomiso.	Requerimientos de bienes y servicios a contratar. Programa Anual de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Fideicomiso.
7	Gerencia de Segmentos Especiales. Gerencia Jurídica.	Proporciona a la Gerencia Jurídica los convenios con organizaciones de la industria, para revisión de las condiciones, especificaciones y alcances de este. Formalizar los convenios con las organizaciones de la industria, previa revisión, visto bueno y registro de la Gerencia Jurídica considerando las condiciones, especificaciones y alcances del mismo.	Convenios de promoción. Convenios de colaboración.
8	Gerencia de Segmentos Especiales. Gerencia Jurídica.	Se llevan a cabo los procedimientos de contratación de conformidad con lo establecido en la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Gobierno del Estado de Baja California Sur.	Convocatoria, Bases y Anexo Técnico.
9	Gerencia de Segmentos Especiales. Subdirección Comercial. Gerencia de Marca y Creatividad. Gerencia de Mercadotecnia.	Diseña los mensajes clave para llevar a cabo las acciones de comunicación y publicidad de segmentos especiales durante el año. Coordina a las áreas del fideicomiso para acordar las actividades específicas a ejecutar para la promoción de segmentos especiales, de acuerdo a su área de especialidad: <ol style="list-style-type: none">1. Subdirección comercial: participación en eventos y acciones coordinadas con la industria.2. Gerencia de Marca y Creatividad: uso de la	Agenda de reuniones. Minutas. Acuerdos.



	<p>Gerencia de Contenido Digital.</p> <p>Gerencia de Medios Digitales</p> <p>Dirección de Comunicación Estratégica.</p> <p>Gerencia de Administración y Finanzas .</p> <p>Gerencia Jurídica.</p>	<p>estrategia institucional de marca en las acciones de promoción.</p> <p>3. Gerencia de Mercadotecnia: estrategia de medios por segmento.</p> <p>4. Gerencia de Contenido Digital: estrategia de promoción y contenidos en redes sociales.</p> <p>5. Gerencia de Medios Digitales: estrategia de generación de contenidos en el sitio web visitlocabos.com, visitalocabos.com y herramientas de medición en general del sitio.</p> <p>6. Dirección de Comunicación Estratégica y Medios: desarrollo de estrategia de comunicación de segmentos especiales.</p> <p>7. Gerencia de Administración y Finanzas y Gerencia Jurídica: definición de requerimientos presupuestales y requerimientos de contratación que sean necesarios.</p>	
<p>10</p>	<p>Gerencia de Segmentos Especiales.</p>	<p>Identifica posibles socios comerciales acordes a la oferta local de producto turístico relacionado con segmentos especiales.</p> <ul style="list-style-type: none"> Llevar a cabo reuniones de trabajo para seguimiento de la estrategia de desarrollo y comercialización de producto turístico de segmentos especiales. <p>Realiza una evaluación y selección de posibles socios comerciales para formalizar alianzas estratégicas (coops)</p> <ul style="list-style-type: none"> Celebra reuniones con los operadores turísticos, agentes de viajes e industria turística, con el fin de establecer alianzas cooperativas y esquemas de coordinación para la promoción, oferta y comercialización de los productos turísticos que sean desarrollados para segmentos especiales. <p>Propicia la generación de alianzas estratégicas de la industria local de segmentos especiales con operaderees y agencias turísticas en el extranjero para el mercado nacional e internacional</p> <ul style="list-style-type: none"> Facilita la interacción de la oferta local con operadores turísticos y agencias de viajes 	<p>Estrategia de desarrollo y comercialización de producto turístico de segmentos especiales.</p>



		<p>nacionales e internacionales con el fin de crear sinergias a efecto de desarrollar productos turísticos de segmentos especiales que se integren a la estrategia comercial del destino</p> <p>Asesora a operadores locales para crear y fortalecer la comercialización de sus productos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coadyuva a integrar su oferta ante mercados nacionales e internacionales. <p>Proporciona las herramientas para fortalecer las habilidades y conocimientos de la industria relacionada con los requerimientos y necesidades de los segmentos especializados a promover con el fin de fortalecer la calidad de los productos que ofrece la industria; como pueden ser organización de webinars, seminarios de capacitación, talleres, entre otros</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realiza eventos presenciales o digitales con actores turísticos para la profesionalización de la industria. <p>Lleva a cabo la evaluación de eventos en mercados nacionales e internacionales de segmentos especiales en los que se participará durante el ejercicio.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preparación de la documentación administrativa, materiales y legales requeridos en los eventos a participar. • Participación en las citas de negocios de los eventos. • Seguimiento de <i>leads</i> para evaluación de resultados. <p>Diseñar un plan de eventos de segmentos especiales a celebrarse durante el ejercicio, ya sea en el destino o en mercados de acción.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acciones de planeación, logística y coordinación de los eventos • Selección de proveedores • Convocatoria de eventos • Agenda • Ejecución del evento • Definición de leads y otros aspectos para evaluar los objetivos del evento 	
--	--	---	---

		<p>Gestionar el patrocinio de eventos con consumidores finales, entre otros.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preparación de la documentación administrativa, materiales y legales requeridos en los eventos a participar. • Material promocional a utilizarse • Estrategia de presencia de marca • Se solicita reporte o testimonios de la presencia de marca <p>Realiza viajes de familiarización de industria especializada, prensa, influencers y generadores de contenido</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agenda • Convocatoria de invitados • Coordinación de logística • Elaboración del reporte sobre el viaje de familiarización 	
11	<p>Gerencia de Segmentos Especiales.</p> <p>Dirección General.</p>	<p>Lleva a cabo una evaluación final de la Estrategia de desarrollo y comercialización de producto turístico de segmentos especiales, con base en las métricas de resultados en la participación y organización de los eventos de segmentos especializados.</p> <p>Presentar al Director General el informe final de evaluación sobre la participación y organización de eventos dirigidos a segmentos especializados, para su conocimiento y análisis.</p>	Evaluación final.
FIN DE PROCEDIMIENTO			



14. Procedimiento de Contrataciones Públicas.

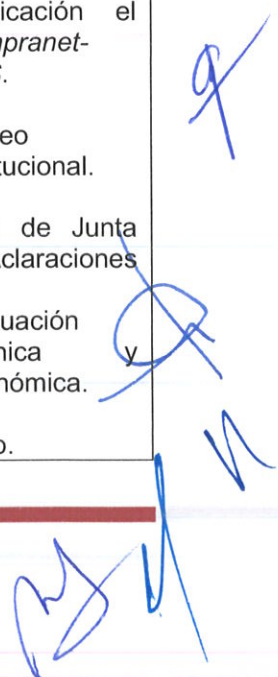
Procedimiento: 14.0.1	Clave del procedimiento P-CP-01
Contrataciones Públicas.	
Fecha: Diciembre 2024	Versión 1.0

Nota preliminar: El presente procedimiento se llevará a cabo con el cumplimiento de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Estado de Baja California Sur, así como, las Políticas, Bases y Lineamientos en Materia de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Fideicomiso de Turismo de Los Cabos, Baja California Sur (FITURCA).

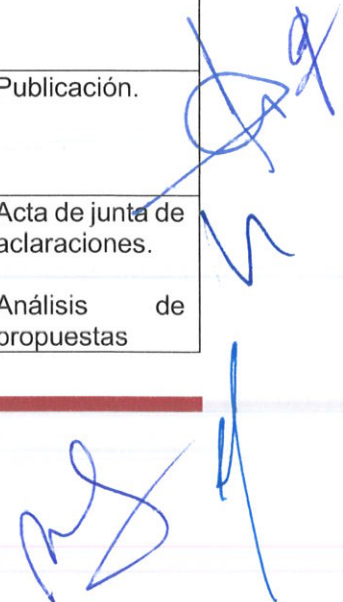
Cons.	Responsable	Descripción de Actividades	Documento
1	Direcciones, Subdirecciones y Gerencias. Gerencia de Administración y Finanzas. Comité de Adquisiciones Arrendamientos y Servicios del FITURCA. Comité Técnico.	Elaboran en el ámbito de sus competencias la propuesta inicial del programa anual de adquisiciones, considerando como base las contrataciones realizadas en el ejercicio inmediato anterior, así como las necesidades con que cuente el FITURCA con el objeto de contar con las estimaciones de los procedimientos a realizar en el siguiente ejercicio presupuestal, para dar cumplimiento al Plan Anual de Promoción Turística del Destino. Una vez elaboradas las propuestas del programa anual de adquisiciones, lo remiten a la Gerencia de Administración y Finanzas, quien lo revisa y elabora el Plan Anual de Adquisiciones, y lo somete a revisión del Comité de Adquisiciones Arrendamientos y Servicios del FITURCA. En caso de que el Comité de Adquisiciones formule observaciones o recomendaciones, lo remitirá a la Gerencia de Administración y Finanzas para que por su conducto se gestionen y realicen las mismas ante la Dirección y/o Gerencia Requiriente. En caso de que no existan observaciones o correcciones al Programa Anual de Adquisiciones, integra la estimación del presupuesto de egresos, y lo somete a la Dirección General para su conocimiento del Comité Técnico.	Formato de Programa Anual de Adquisiciones. Acta del Comité de Adquisiciones.
2	Dirección General.	Una vez aprobado el Programa Anual de Adquisiciones, se informa a las áreas que integran el fideicomiso las acciones que se deben llevar a cabo, para la ejecución, control y seguimiento del programa.	Programa Anual de Adquisiciones.
3	Direcciones, Subdirecciones y Gerencias.	Requieren una necesidad de contratar un servicio e informan a la Dirección General, quien les autoriza la contratación para llevar a cabo la investigación de mercado.	Correo Institucional.

	Dirección General.	<p>Las Direcciones y Gerencias que integran el fideicomiso, elaboran un estudio de mercado.</p> <p>Una vez elaborado el estudio de mercado, informan a la Dirección General, el resultado y proponen el tipo de procedimiento de contratación de conformidad con lo dispuesto en la Ley de Adquisiciones Arrendamientos y Servicios del Estado de Baja California Sur.</p> <p>Adjudicación directa o invitación a tres, en términos de lo dispuesto en los artículos 52 y 53 de la Ley de Adquisiciones Arrendamientos y Servicios del Estado de Baja California Sur.</p> <p>Licitación Pública en términos de lo dispuesto en el Artículo 35 de la Ley de Adquisiciones Arrendamientos y Servicios del Estado de Baja California Sur.</p>	Estudio de Mercado.
4	<p>Direcciones, Subdirecciones y Gerencias.</p> <p>Gerencia de Administración y Finanzas.</p>	<p>Llevar a cabo la ejecución del Programa Anual de Adquisiciones, remitiendo a la Gerencia de Administración y Finanzas el anexo técnico de las contrataciones a ejecutar durante el ejercicio fiscal y solicita que se lleven a cabo los procedimientos de contratación en términos de la Ley de Adquisiciones Arrendamientos y Servicios de Baja California Sur.</p>	<p>Anexo Técnico.</p> <p>Oficio solicitud de contratación.</p>
5	Gerencia de Administración y Finanzas.	<p>Verifica que se cuente con la suficiencia presupuestal para llevar a cabo la contratación.</p>	Suficiencia presupuestal.
6	<p>Direcciones, Subdirecciones y Gerencias.</p> <p>Gerencia de Administración y Finanzas.</p> <p>Dirección General.</p> <p>Gerencia Jurídica.</p>	<p>1. Adjudicación directa.</p> <p>De acuerdo con los resultados obtenidos del estudio de mercado y la autorización, válida si el proveedor próximo a contratar, se encuentra en alguno de los supuestos mencionados en el artículo 52 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Estado de Baja California Sur, informa a la Dirección General la conveniencia de llevar a cabo la contratación.</p> <p>La Dirección General autoriza que se someta a aprobación del Comité de Adquisiciones, el tipo de contratación.</p> <p>El Comité de Adquisiciones dictaminará sobre la procedencia de celebrar o no licitaciones públicas por encontrarse en alguno de los supuestos de excepción previstas en los artículos 52 de la Ley de Adquisiciones Arrendamientos y Servicios del Estado de Baja California</p>	<p>Estudio de Mercado.</p> <p>Dictamen de excepción a la Licitación Pública.</p> <p>Acta del Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Fideicomiso.</p> <p>Contrato.</p>

		<p>Sur, analizando el tipo de servicio requerido por el área requirente y el dictamen de excepción a la licitación pública, en el cual se fundamentan y motivan las razones por las cuales se requiere llevar a cabo la contratación en dicho dictamen se deberá justificar los criterios de economía, eficacia, eficiencia, imparcialidad y honradez, así como los beneficios a obtener con la contratación y su impacto en el cumplimiento del Programa Anual de Promoción Turística de los Cabos.</p> <p>Una vez autorizado por el Comité, la Gerencia de Administración y Finanzas lleva a cabo la contratación, y solicita a la Gerencia Jurídica que elabore el contrato respectivo.</p>	
7	<p>Direcciones, Subdirecciones y Gerencias.</p> <p>Dirección General.</p> <p>Gerencia de Administración y Finanzas.</p>	<p>2. Invitación a cuando menos 3 personas.</p> <p>Una vez realizado el estudio de mercado, con los resultados del mismo, determinan la conveniencia de llevar a cabo una contratación por invitación a cuando menos tres personas e informan a la Dirección General la conveniencia de llevar a cabo dicho procedimiento.</p> <p>Las áreas requirentes validan a los proveedores viables que cumplan y cuenten con capacidad de respuesta inmediata, así como los recursos técnicos, financieros y demás que sean necesarios, y cuyas actividades comerciales estén relacionadas con los bienes o servicios objeto del contrato a celebrarse, en caso de contar con un mínimo de tres proveedores, informa al área convocante para que elabore las invitaciones.</p>	<p>Estudio de mercado.</p> <p>Propuesta de contratación por invitación a cuando menos tres personas.</p> <p>Invitación.</p>
8	<p>Direcciones, Subdirecciones y Gerencias.</p> <p>Gerencia de Administración y Finanzas.</p>	<p>Elabora las invitaciones, solicitando a los posibles proveedores la documentación legal y administrativa que se requiere para llevar a cabo la contratación, los requerimientos técnicos de conformidad con el servicio a contratar, y la propuesta económica.</p> <p>Envía las invitaciones a los proveedores seleccionados para girarles la invitación y publica el procedimiento de contratación en el portal COMPRANET de Baja California Sur.</p> <p>Durante el procedimiento de contratación la Gerencia de Administración y Finanzas en coordinación con el área requirente llevar a cabo el evento de "Junta de aclaraciones" (en caso de que así lo determinen), resolviendo dudas y en su caso precisiones que se tengan</p>	<p>Invitaciones.</p> <p>Publicación el <i>Compranet-BCS</i>.</p> <p>Correo institucional.</p> <p>Acta de Junta de Aclaraciones</p> <p>Evaluación Técnica y Económica.</p> <p>Fallo.</p>



		<p>que realizar en las bases y anexos del procedimiento de contratación.</p> <p>La Gerencia de Administración y Finanzas convoca conforme a las fechas plasmadas en la invitación y convocatoria a la Dirección General, Representante de la Contraloría del Estado y miembros del Comité Técnico para llevar a cabo el evento de "presentación de propuestas" y el área requirente, quien deberá validar que los proveedores cumplan con todos y cada uno de los requisitos solicitados en la invitación, informando a los presentes y asentando en el acta del evento, las fechas en que se llevará a cabo el fallo y adjudicación de la contratación por invitación a cuando menos tres.</p>	
9	<p>Direcciones, Subdirecciones y Gerencias.</p> <p>Dirección General.</p> <p>Gerencia de Administración y Finanzas.</p>	<p>Lleva a cabo la contratación del proveedor en coordinación con la Gerencia de Administración y Finanzas de conformidad con el Artículo 56 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Estado de Baja California Sur y POBALINES en materia de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Fideicomiso de Turismo de Los Cabos, Baja California Sur. (FITURCA)</p> <p>La Gerencia Jurídica elabora el contrato, recaba las firmas del proveedor, Dirección General, Fiduciario y Miembros del Comité.</p>	Contrato.
10	<p>Direcciones y Gerencias.</p> <p>Dirección General.</p> <p>Gerencia de Administración y Finanzas.</p>	<p>3. Procedimiento de Licitación Pública.</p> <p>Una vez obtenido el resultado del estudio de mercado y no contar con proveedores que cuenten con la capacidad técnica y financiera, el área requirente elabora el anexo técnico y solicita a la gerencia de administración y Finanzas elabore la convocatoria y las bases de licitación y anexos, una vez elaboradas, las somete a autorización de la Dirección General.</p> <p>En caso de que la Dirección General solicite cambios, solicita al área convocante llevarlas a cabo.</p>	<p>Estudio de mercado.</p> <p>Anexo Técnico.</p> <p>Convocatoria.</p> <p>Bases de Licitación.</p>
11	<p>Gerencia de Administración y Finanzas.</p>	<p>Solicita la publicación de la convocatoria en el periódico de mayor circulación del Estado y en el portal CompraNet BCS.</p>	Publicación.
12	<p>Direcciones Subdirecciones y Gerencias.</p>	<p>La Gerencia de Administración y Finanzas realiza las siguientes actividades:</p> <p>Convoca a la Dirección General, Representante de la Contraloría del Estado y miembros del Comité Técnico y al</p>	<p>Acta de junta de aclaraciones.</p> <p>Análisis de propuestas</p>



	Gerencia de Administración y Finanzas.	<p>área requirente para llevar a cabo el evento de "Junta de aclaraciones", la "presentación de propuestas" de conformidad con las fechas previstas en la convocatoria.</p> <p>El área requirente en coordinación con la gerencia de Administración y Finanzas realizan el análisis de las propuesta técnicas y económicas, asentando dicho análisis en el acta del fallo, en el cual se declarará al licitante ganador o bien se declarará desierto el procedimiento de licitación, cuando los licitantes no cumplan con los requisitos previstos en la convocatoria y las bases de licitación.</p> <p>En caso de que se declare desierto el procedimiento de contratación vuelve a dar inicio el procedimiento de contratación.</p> <p>Una vez llevado a cabo el fallo, será notificado a los licitantes.</p>	técnica y económica. Fallo.
13	<p>Direcciones Subdirecciones Gerencias.</p> <p>Gerencia de Administración y Finanzas.</p> <p>Gerencia Jurídica.</p>	<p>La Gerencia de Administración y Finanzas lleva a cabo la contratación del licitante ganador en coordinación el área requirente de conformidad con el Artículo 56 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Estado de Baja California Sur y POBALINES en materia de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Fideicomiso de Turismo de Los Cabos, Baja California Sur.</p> <p>La Gerencia Jurídica elabora el contrato, y lo remite al área requirente para que recabe las firmas del proveedor, Dirección General, Fiduciario y Miembros del Comité.</p>	Contrato.
14	Direcciones Subdirecciones Gerencias.	Una vez recibida la comprobación de los servicios del proveedor se procederá al pago, conforme a las fechas pactadas en los contratos, el CFDI emitido por el proveedor, deberá cumplir con los requisitos fiscales necesarios para gestión de pago con la Gerencia de Administración y Finanzas.	Factura / CFDI. Comprobación de los servicios.
15	<p>Direcciones Subdirecciones Gerencias.</p> <p>Gerencia de Administración y Finanzas.</p>	<p>Genera carta de instrucción para conforme a la solicitud de la Gerencia operativa, dicha solicitud deberá contener la comprobación entera satisfacción de ejecución de los servicios, una vez validada se envía al Fiduciario para llevar a cabo el pago correspondiente.</p> <p>Terminado los servicios conforme al contrato, se procede a la liberación de garantía, mediante un escrito recibido por el proveedor, para llevar a cabo su liberación y reembolso del monto.</p>	<p>Carta de Instrucción.</p> <p>Escrito de solicitud de conclusión del servicio y liberación de garantía.</p>

16	Gerencia Jurídica.	Una vez liberada la garantía recaba la información correspondiente y la integra en el " Expediente Único del Contrato ".	Expediente Único del Contrato.
17	Direcciones Subdirecciones y Gerencias. Dirección General. Gerencia Jurídica.	Una vez formalizados los procedimientos de contratación, los proveedores o prestadores de servicios ejecutarán los servicios objeto del contrato, en las fechas acordadas en el anexo técnico, así mismo, hará entrega a las áreas requirentes de los servicios plasmados en el anexo técnico, en los términos acordados. Dichos entregables serán resguardados por la Gerencia Jurídica en el "Expediente Único de Contrataciones" en el cual resguardará la documentación física y electrónica correspondiente al estudio de mercado, Invitaciones, convocatoria, dictámenes, anexos, bases, contrato formalizado con el proveedor adjudicado, facturas, entregables, garantías y liberación de garantía.	Entregables de los servicios ejecutados. Expediente Único de Contrataciones.
FIN DEL PROCEDIMIENTO			

