

FIDEICOMISO DE TURISMO DE LOS CABOS
Banco Santander México, Sociedad Anónima, Institución de Banca Múltiple,
Grupo Financiero Santander México, en su carácter de fiduciaria del
fideicomiso irrevocable de inversión, administración
y fuente de pago para el Municipio de Los Cabos.

"ANEXO II" ANEXO TÉCNICO
SERVICIOS DE MARKETING DIGITAL, PARA EL DESTINO LOS CABOS, BAJA
CALIFORNIA, SUR.

A. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO OBJETO DE LA CONTRATACIÓN. Los servicios objeto de la presente contratación, especificaciones y términos de referencia que requiere **Banco Santander México, Sociedad Anónima, Institución de Banca Múltiple, Grupo Financiero Santander México, en su carácter de fiduciaria del Fideicomiso Irrevocable de Inversión, Administración y fuente de pago para el Municipio de Los Cabos, en adelante "FITURCA"**, son los siguientes:

OBJETIVOS. Contratar los **"SERVICIOS DE SERVICIOS DE MARKETING DIGITAL PARA EL DESTINO TURÍSTICO DE LOS CABOS, BAJA CALIFORNIA SUR, MÉXICO"**, con el objeto de diseñar y ejecutar una estrategia de publicidad y promoción integral eficaz para medios digitales, **a partir de un Plan de Acción** que incluya tácticas de amplia difusión e impacto en los diferentes segmentos de turismo, en congruencia con la estrategia de comunicación general e imagen aprobada por **"FITURCA"**.

La ejecución de dicha estrategia permitirá incrementar el conocimiento y difusión de la marca **LOS CABOS**, en medios digitales, a efecto de contribuir al cumplimiento de los siguientes objetivos:

1. Incrementar la cantidad de visitantes internacionales y derrama económica hacia el destino.
2. Elevar el conocimiento de las actividades multi-consumidores (*multitarget*) y multidestino que componen la oferta turística de **LOS CABOS**.
3. Incrementar el posicionamiento (*top share of mind*) y el reconocimiento de la marca **"Awareness"** de **LOS CABOS** como un destino exclusivo de alta calidad en su oferta de instalaciones y servicios, distinguiéndose de los demás destinos turísticos del mundo como un destino de clase mundial y aspiracional ante el consumidor **final**.

B. JUSTIFICACIÓN. Las acciones integrales de publicidad y promoción en medios digitales, se consideran fundamentales para contribuir a la generación de audiencias de alto perfil hacia **LOS CABOS**, con el objeto de incrementar los flujos turísticos, además de propiciar una relación de largo plazo mediante la generación de lealtad hacia la marca del destino.

Se considera de especial importancia contar con los **Servicios Marketing Digital para el**

destino Los Cabos, Baja California Sur objeto de la contratación a efecto de incrementar la penetración e interacción con las audiencias de mayor relevancia en el entorno digital.

La competencia global entre destinos turísticos obliga a la implementación de acciones de marketing digital en el mercado de Estados Unidos y Canadá, con el objeto de implementar una interacción a través de los diversos canales digitales del Destino para promover su oferta.

Para tal efecto "**EL LICITANTE GANADOR**", deberá generar una estrategia de *marketing* digital para fortalecer, crecer la comunidad y distribuir contenidos en canales propios y adquiridos para incentivar la recordación, visita y fidelidad hacia el Destino.

C. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A CONTRATAR: Servicios de Marketing Digital para el destino Los Cabos, Baja California Sur.

C.1 DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UN PLAN DE ACCIÓN DE MERCADOTECNIA DIGITAL: "**EI LICITANTE GANADOR**" deberá diseñar y elaborar un Plan de Acción de mercadotecnia para medios digitales, incluyendo la elaboración de promoción y publicidad digital del Destino (en lo sucesivo "**PLAN DE ACCIÓN**"), enfocado a los diferentes segmentos de mercado, que integre de manera específica y calendarizada, las actividades a realizar durante la vigencia del contrato. El citado documento deberá elaborarse y remitirse a "**FITURCA**" en un plazo no mayor a 30 (treinta) días hábiles posteriores al fallo, el cual estará integrado por los siguientes servicios:

1. *Community Management* para redes en inglés;
2. Diseño de estrategia y generación de contenidos para redes sociales en inglés;
3. Escucha en redes sociales;
4. Pauta de posteos en redes sociales;
5. Generación y edición de contenidos para página *web* y *blog* en inglés;
6. SEO y SEM;
7. Licencias, dominios y SSL;
8. Personalización de página;
9. Programa de *e-mail marketing*; y
10. Programa de *influencers*.

El **Plan de Acción** podrá presentarse en formato libre y deberá cumplir por lo menos con las siguientes características:

- a. Deberá considerar objetivos claros para cada uno de los servicios y en los casos que corresponda, una estimación de metas que establezca métricas claras de los resultados a obtener.
- b. Deberá desagregarse conforme a las acciones referidas en el numeral **C.1.** del presente documento y de acuerdo con las especificaciones que se detallan en los numerales subsecuentes.
- c. Cada una de las acciones de marketing digital, deberán de estar calendarizadas e integradas en una hoja de ruta o cronograma que detalle el período de ejecución,

mercado al que va dirigida, así como la estimación de presupuesto correspondiente, las cuales en su conjunto no podrán exceder el monto máximo del presupuesto asignado para la ejecución del contrato.

- d. Deberá considerar la generación de reportes mensuales de actividades además de un informe final de cierre que considere la totalidad de acciones realizadas, su costo, así como los resultados obtenidos que refieran las fuentes de información que los sustenten e integre las evidencias documentales que correspondan.

Las acciones y estimaciones de presupuesto correspondientes podrán ser modificadas durante el período de ejecución de los servicios, a solicitud del "**LICITANTE GANADOR**", que resulte adjudicado o conforme a las necesidades de "**FITURCA**", a efecto de adecuar el Plan de Acción a las oportunidades, condiciones del mercado u otras situaciones supervinientes que se presenten, sin que en ningún momento se exceda el monto máximo del presupuesto asignado para la ejecución del contrato.

Todas las modificaciones al Plan de Acción deberán ser acordadas de manera previa y aprobadas por escrito, mediante la firma de ambas partes del "Plan de Acción Modificado", situación por la cual "**EL LICITANTE GANADOR**", se abstendrá de llevar a cabo cualquier acción que no se encuentre considerada y aprobada en el Plan de Acción original o en sus modificaciones.

"**FITURCA**" podrá solicitar cambios al Plan de Acción en toda la duración del contrato sin que ello implique un incremento en el costos de los honorarios de agencia.

En situaciones de crisis que se presenten durante la vigencia de la prestación de los servicios derivadas de situaciones supervinientes que identifique el "**EL LICITANTE GANADOR**" o a solicitud de "**FITURCA**", no se requerirá la modificación del Plan de Acción, salvo que se requiera reasignar recursos de las estimaciones de presupuesto previstas para las acciones programadas originalmente, sin perjuicio de que dichas acciones de manejo de crisis puedan ejecutarse de manera inmediata, previa aprobación por correo electrónico del Titular de la Dirección de Mercadotecnia de "**FITURCA**".

C.2. EJECUCIÓN DE LAS ACCIONES DE LOS SERVICIOS DE MARKETING DIGITAL PARA EL DESTINO LOS CABOS. "**EL LICITANTE GANADOR**" será responsable de ejecutar las acciones consideradas en el Plan de Acción referido en el numeral anterior, de acuerdo con las siguientes especificaciones:

C.2.1. Community Management para redes en inglés. "**EL LICITANTE GANADOR**" deberá llevar a cabo acciones de comunicación en redes sociales, como sigue:

- Gestionar la comunicación en las redes sociales de *LOS CABOS: Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest y YouTube* o en cualquiera que por estrategia sea agregada.
- Comunicar e interactuar con usuarios en tiempo real siguiendo un protocolo diseñado por "**EL LICITANTE GANADOR**" y aprobado por la Gerencia de Medios Digitales

- Proponer y gestionar el uso de herramientas de posteo y medición adecuadas para realizar la labor de Community management, brindando siempre acceso a "FITURCA".
- Manejar el canal de *LOS CABOS* de *YouTube* con su propia estrategia de contenidos digitales, incluyendo *copies* con SEO y edición, a fin de incrementar el número de suscriptores, alcance y engagement, establecidos en la estrategia; mediante reportes que incluyan los principales *insights* como vistas, duración, suscriptores, impresiones, geografía, *click-through rate*, entre otros indicadores.
- Diseñar e implementar un protocolo de atención a casos de crisis.

C.2.2 Diseño de estrategia y generación de contenidos para redes sociales y canales digitales en inglés: El "LICITANTE GANADOR", deberá llevar a cabo el diseño de la estrategia y la generación de contenidos para redes sociales, considerando para tal efecto, las siguientes acciones:

- Conceptualizar creativamente, generar y diseñar los contenidos y posteos en los canales digitales y redes sociales del destino.
- Proponer la periodicidad y contenido en redes sociales; proponer y ajustar la frecuencia semanal y horarios adecuados para potenciar su impacto.
- Elaborar la parrilla mensual integrando de forma dinámica y versátil contenido para cada red. Mediante; video, imagen, carrusel, artículos, infografías, *links*, encuestas, contenido generado por usuarios (UGC), etc., para mantener una audiencia interesada y en crecimiento.
- Diseñar y ajustar la estrategia de contenidos para *LOS CABOS* en redes sociales, *newsletters* y otros canales digitales.
- Actualizar y adaptar el "*playbook*" de redes sociales, para mantener a la audiencia interesada y actualizada, de acuerdo con la tendencia en el mercado digital.
- Generar campañas para incentivar la interacción y promover el crecimiento de las comunidades utilizando "*sweepstakes*" u otras iniciativas creativas similares, asimismo, deberá proponer la periodicidad de estas de acuerdo al presupuesto.
- Manejo de plataformas UGC (*User Generated Content*) que permitan obtener mayor alcance y *engagement*, así como, proveer a la audiencia contenido actualizado del destino.
- La generación de contenidos incluye también el diseño de éstos para la pauta de posteos que se menciona en el apartado 5 de este Anexo Técnico.

C.2.3. Escucha en redes sociales: "EL LICITANTE GANADOR", a solicitud de "FITURCA" deberá llevar a cabo la escucha activa de las redes sociales de acuerdo a las siguientes especificaciones:

- Utilizar plataformas con alcance internacional para detectar sucesos recientes que se estén desarrollando en el destino.
- Gestionar la actual plataforma para escucha social o proponer alguna mejor, que comprenda audiencia internacional y nacional con (*Dashboards*) actualizados.
- Obtener los *insights* necesarios para el desarrollo de la estrategia de diseño de contenidos.
- Obtener y actualizar regularmente los "*keywords*" relacionados a la escucha social y

- analizar la tonalidad de redes sociales vs los destinos competencia.
- Crear un análisis inicial de escucha que sirva como hoja de ruta para las labores a realizar durante la prestación de servicios, incluyendo los insights con la reputación del destino (positivo-negativo-neutral).
 - Mantener activo un protocolo de escucha en casos de crisis.

C.2.4. Pauta de posteo en redes sociales: "EL LICITANTE GANADOR", deberá preparar un plan para ejecutar una pauta de posteo en las redes sociales del Destino, a fin de incrementar el alcance, *engagement* y lograr mayor suscripción a los canales que posea, considerando lo siguiente:

- La pauta deberá estar coordinada con la estrategia de contenidos y segmentación que apruebe "FITURCA".
- Proponer una segmentación adecuada, temporalidad, montos estimados y las redes y posteos que deberá contener dicha pauta.
- Los posteos pautados deberán estar incluidos en la parrilla de contenidos.
- El presupuesto y la programación destinados a las campañas deberán ser aprobados por "FITURCA" previo a su lanzamiento.

C.2.5. Generación y edición de contenidos para página web y blogs: Durante la vigencia del contrato "EL LICITANTE GANADOR", generará, editará y producirá contenido en formato de texto, imagen, infografía o video de forma programada el cual deberá estar alineado a la estrategia de posicionamiento de SEO en inglés de acuerdo a las siguientes especificaciones:

- Proponer un calendario editorial alineado con los ejes de comunicación definidos en la estrategia, con la periodicidad de publicación establecida para la generación de contenido para el blog, entre los contenidos que pueden utilizar se encuentran mini-blogs o blogs completos.
- Las notas del blog deberán contar con las características requeridas por "FITURCA".
- Generar contenidos para "landing pages" o micrositiros, así como realizar la programación necesaria que requiera la página para los "landing pages" o micrositiros que solicite "FITURCA".
- Deberá hacerse una revisión mensual del contenido para actualizar imágenes o texto según convenga.
- Reporte general de *Google Analytics* con comparativos de periodo anterior de diversos indicadores clave como: audiencia, adquisición, comportamiento y conversiones.

C.2.6. SEO y SEM: "EL LICITANTE GANADOR", deberá realizar acciones de posicionamiento en buscadores, y optimización y mercadotecnia en motores de búsqueda, así como, la autenticación, cifrado y descifrado de datos, considerando las siguientes actividades:

a) **SEO**

- Elaborar auditorías de SEO del contenido de la página web de manera trimestral para mantenerla por encima del 90% de eficiencia.
- Presentar los resultados de la auditoría, así como mejorar mensualmente las métricas siguientes:
 - o Posicionamiento en buscadores;

- o Número de *backlinks*;
 - o Velocidad de página;
 - o Tamaño de página;
 - o Redireccionamientos;
 - o Revisión;
 - o Optimización de *meta-keywords* y *keywords* tanto de texto como de imágenes;
 - o Verificación de *Http requests*;
 - o Títulos de página óptimos, y
 - o Verificación de experiencia de usuario.
 - o Detección y eliminación de *links* tóxicos
- Generar un plan de trabajo para la página *visitloscabos.travel* y sus diferentes micro sitios que permitan alcanzar las métricas deseadas en: visitas, *bounce rate*, impresiones, duración de sesión, conversiones, y posicionamiento orgánico y pagado en buscadores, entre otras métricas.
 - Mantener por medio de auditorías y ajustes al contenido de la página para generar la mejor experiencia al usuario.
 - Realizar un reporte mensual del las 15 páginas más visitadas, indicando crecimiento, posición contra periodo anterior y su hubo alguna acción que detonara las visitas
- b) **SEM**
- Desarrollar campañas en motores de búsqueda (SEM), *Google* y *Bing*, o cualquiera que la estrategia considere necesario, así como, el desarrollo de los creativos para correr estas campañas.
 - Proponer las palabras clave para los resultados de búsqueda y, de ser necesario llevar a cabo el posicionamiento de campañas display incluyendo sus diseños creativos. Asimismo
 - Durante y después de cada campaña se presentarán los resultados de las diferentes metas establecidas para cada una.
 - La estrategia de SEM deberá estar lista para su implementación a partir del primer día del contrato.

C.2.7. Licencias, Dominios y SSL. "EL LICITANTE GANADOR", deberá mantener un control de los dominios y licencias necesarias para ejecutar las acciones contenidas en el Plan de Acción referido en el numeral C.1 del presente anexo técnico en favor de **FITURCA**.

- Verificar y mantener activo y vigente el certificado SSL de la página, manteniendo informado a **FITURCA** de forma mensual su estado, vigencia y cualquier eventualidad.

C.2.8. Personalización Web: "EL LICITANTE GANADOR", deberá considerar en el Plan de Acción al que refiere el numeral C.1. del presente Anexo Técnico, la creación de una estrategia de personalización para la página *web* del Destino, con el objetivo de incrementar la duración de las visitas y la relevancia de contenido para los visitantes, considerando las siguientes acciones:

- Elaborar los diseños y arte necesarios para ejecutar el plan estratégico, realizando las adaptaciones correspondientes.

- Revisar mensualmente la estrategia para alcanzar las métricas establecidas como pueden ser: número de impresiones, cantidad de sesiones, duración de la visita, rebote de página, cantidad de suscriptores, CTR, etc.
- Proponer una plataforma para el manejo de la personalización, alcances y métricas. Usará dicha herramienta para la ejecución de la estrategia referida.
- Contemplar el diseño de *banners* y *fly-ins* y su compatibilidad con las versiones de escritorio y dispositivos móviles.

C.2.9 Programa de e-mail Marketing. "EL LICITANTE GANADOR", deberá proponer y elaborar una estrategia de mercadeo mediante el uso de correo electrónico con prioridad para la industria turística y el consumidor, con el objetivo de incrementar la base de este mercado, manteniendo a la audiencia con información relevante y actualizada del destino, conforme lo siguiente:

- Proponer un programa de *newsletters* en inglés para la industria y uno para el consumidor con 12 envíos anuales para cada audiencia, incluyendo la calendarización, tipo de contenido y conceptualización de la presentación del contenido que se distribuirá.
- Adicionalmente, contemplar 3 boletines o "*newsletters*" para mercados específicos, como bodas, golf, romance, o cualquier otro tema conveniente a "FITURCA".
- Administrar y gestionar la herramienta para realizar los envíos y recolectar las métricas; de la misma manera se encargará de la administración y mantenimiento de bases de datos de acuerdo a los requisitos que solicite "FITURCA". "FITURCA" aprobará o recomendará la herramienta que mejor con venga a sus necesidades.
- Elaborar un plan estratégico para captación y mantenimiento de suscriptores que nutrirán la base de datos de consumidores; se podrá incluir servicios a terceros para generación de *leads*.
- Crear y diseñar *newsletters* en formato *HTML* y se encargará de todo diseño que "FITURCA" necesite distribuir a sus bases de datos como pueden ser: invitaciones, comunicados, síntesis de noticias, entre otros.
- Gestionar la base de datos, así como realizar la limpieza mensual de ésta conforme la revisión de estado *GDPR*, segmentación y *taggeo*.
- Controlar y manejar la plataforma de *CRM* actualizando el *content media* de acuerdo con los lineamientos de la marca.
- Diseñar el "*Customer Journey*" para los nuevos suscriptores y la automatización de la cadena de envíos con base en una estrategia de asimilación de contenidos, creando listas de distribución para quienes están interesados, seguimiento a quienes no están abriendo los correos, etc.

C.2.10 Programa de Influencers. "EL LICITANTE GANADOR", deberá elaborar un programa con el uso de *influencers*, a efecto de generar contenido para las diferentes redes sociales, impulsar el conocimiento de la marca e incrementar el número de suscriptores e interacciones en los canales digitales de "FITURCA", incluyendo las siguientes actividades:

- Proponer un programa que incluya alcance, temporalidad y cantidad de *influencers* a utilizar con un perfil definido con base en el objetivo a lograr y la estrategia general.

- La ejecución de dicho programa deberá considerar la gestión de las visitas de *influencers* al destino, así como, la obtención de los patrocinios necesarios para realizarlo al menor costo posible.
- Dentro de los alcances del programa deberán estar toda la producción de contenidos, gastos y honorarios de *influencers* y la pautas para dar alcance a los contenidos generados.

C.3 Elaboración de Reporte de Servicios. "EL LICITANTE GANADOR" deberá elaborar reportes mensuales de servicios y un informe final de cierre que considere la totalidad de acciones realizadas, su costo, así como los resultados obtenidos que refieran las fuentes de información que los sustenten, que integre las evidencias documentales que correspondan.

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

- a. Un resumen de las actividades realizadas por "EL LICITANTE GANADOR", que incluya una descripción breve de las actividades ejecutadas, fechas, participantes e inversión, así como, los resultados cuantitativos y/o cualitativos conforme a lo programado en el Plan de Acción.
- b. Un reporte de avance físico-financiero acumulado de cada actividad ejecutada conforme a las estimaciones de presupuesto establecidas en el Plan de Acción o sus modificaciones, que integre información correspondiente al presupuesto ejercido, facturado y disponible por actividad, haciendo referencia a las acciones realizadas, fecha de ejecución y número de factura emitida por "EL LICITANTE GANADOR".

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

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

Nota: Los reportes antes mencionados deberán ser remitidos a la Dirección de Mercadotecnia y a la Gerencia de Medios Digitales para su aprobación junto con la demás comprobación que se genere para cada uno de los servicios prestados.

C.4. APROBACIONES ESPECÍFICAS PARA LA EJECUCIÓN DE ACCIONES CONSIDERADAS EN EL PLAN DE ACCIÓN. Todas las acciones y actividades previstas para la ejecución deberán estar aprobadas en el Plan de Acción o las modificaciones al mismo conforme lo establecido en el numeral C.1., las actividades relacionadas con la ejecución de los servicios que integran el numeral C.2., que requieran aprobación específica de "FITURCA", deberán contar invariablemente con la aprobación del Titular de la Dirección de Mercadotecnia, para lo

cual **"EL LICITANTE GANADOR"** deberá hacer la solicitud correspondiente mediante correo electrónico, la cual podrá ser aprobada o rechazada por **"FITURCA"** por el mismo medio, para lo cual se deberán utilizar exclusivamente las direcciones de correo electrónico que para tal efecto se definan en el apartado de enlaces y comunicación del contrato correspondiente, sin que tenga validez cualquier solicitud o aprobación que se realice de manera verbal o en direcciones de correo electrónico no establecidas en el contrato.

C.5. COMPROBACIÓN DE LOS SERVICIOS. Durante la vigencia del contrato **"EL LICITANTE GANADOR"**, remitirá a la Dirección de Mercadotecnia de **"FITURCA"** para revisión y aprobación, las facturas, los informes referidos en el apartado C.2., así como la comprobación y testigos de todas las acciones ejecutadas del Plan de Acción, que amparen el monto de los servicios prestados, conforme la siguiente tabla:

Actividad.	Periodicidad.	Testigos.	Formato Comprobación.
1.- Community management para redes en inglés	Mensual	1.1. Reporte de Redes Sociales orgánico Incluye resultados orgánicos de las métricas establecidas vs resultados alcanzados (KPI's de cada red) comprende: impresiones, clics, alcance, CPV, <i>engagement</i> , seguidores, clic links, demográficos, no de posts e historias. Soporte con testigos.	Medio electrónico/ formato PDF.
	De conformidad con el Plan de Acción	1.2.- Reporte de Redes Sociales (social-ads) Reporte de la campaña puntual de redes sociales de cada una describiendo (KPI's establecidos vs resultados alcanzados) como, por ejemplo: CPM, CPC, CPV, CPE, impresiones, interacciones, <i>views</i> , alcance, <i>link ads</i> , <i>promoted posts</i> . Soportar con testigos.	Medio electrónico/ formato PDF
	Semestral	1.3.- Reporte de reputación online vs competidores Reporte de reputación online vs competidores principales incluye auditoria de las redes vs estos destinos.	Medio electrónico/ formato PDF

	Mensual	<p>1.4.- Informe de YouTube</p> <p>Reporte de las principales métricas establecidas vs resultados de la plataforma de YouTube tanto orgánica como pagada. Ejemplo: vistas, duración, suscriptores, <i>top videos</i>, alcance, impresiones, <i>engagement</i>, audiencia, CTR etc. Soportar con testigos.</p> <p>Importante: Notificar a FITURCA cuando alcance 1000 suscriptores, y 4,000 hrs. vistas (debido al <i>partner program</i> de monetizar vía <i>YouTube</i>)</p>	Medio electrónico/ formato PDF
2.- Diseño de estrategia y generación de contenidos para redes sociales en inglés	Mensual	<p>Parrilla de contenidos</p> <p>Parrilla de contenidos de <i>posts</i> incluye edición de imágenes, videos, copias de cada red.</p>	Medio electrónico/ Google drive Excel
3.- Escucha en redes sociales	Semanal	<p>Reporte semanal reflejando la escucha social positiva, negativa y neutral. Incluye visualización del <i>dashboard</i>, principales <i>social news</i> y principales términos encontrados sobre la reputación online. Con el objetivo de anticiparnos a posibles crisis.</p>	Medio electrónico/ formato PDF
	Mensual	<p>Reporte mensual incluye comparativo anual contra otros destinos sobre escucha social reflejando sentimiento positivo, negativo y neutral, así como una auditoría de la reputación online. Incluye gráfica.</p>	Medio electrónico/ formato PDF
4.- Pauta de Posteos en redes sociales	Continuo	<p>Pauta con segmentación, temporalidad, montos, redes y calendario de posteos que esté coordinada con la estrategia de contenidos y segmentación que elija FITURCA.</p>	Medio electrónico/ Google drive
5. Generación y edición de contenidos	Continuo	<p>A través de una parrilla anual se revisará un calendario editorial</p>	Medio electrónico/ Google drive

		número de bajas, número de <i>bounce e-mails</i> , etc. Reporte de estatus del contrato de la plataforma digital para envíos.	
	Mensual	Plataforma "Lead Generation" Industria De acuerdo con el programa seleccionado para capturar leads de industria y/o limpieza de base de datos. Enviar reporte mensual o a solicitud de "FITURCA" de los resultados obtenidos y recomendaciones.	Medio electrónico/formato PDF – y base de datos en Excel
10.-Programa de Influencers	De conformidad con el Plan de Acción	-Enviar resultados obtenidos vs metas propuestas en programa de campañas de <i>influencers</i> que incluya, no de posteos, alcances, <i>engagement</i> en sí los principales KPI's de la campaña. -Entrega de <i>assets</i> correspondientes como imágenes y videos acordados en el plan. En un disco duro en formato crudo.	Medio electrónico (formato PDF y disco duro)

D. PLANTILLA DE RECURSOS HUMANOS. "EL LICITANTE GANADOR" deberá contar con los recursos humanos necesarios para cumplir con lo solicitado en este Anexo Técnico. Será responsabilidad de "EL LICITANTE GANADOR" garantizar la experiencia y capacidad de cada uno de los integrantes del equipo en los términos establecidos en los criterios de evaluación. Cómo mínimo deberán asignar para la atención del proyecto el siguiente personal:

Puesto	Cantidad
Director de Cuenta	1
Estratega de Contenido	1
Director de Redes Sociales	1
Director de Arte de Redes Sociales	1
Ejecutivo de cuenta de Redes Sociales	1
Estratega de Data	1
Director de analítica y CRM	1
Gerente de programación de emails	1
Director de SEO	1
Director de Tecnología en Marketing	1
TOTAL	10

La plantilla de personal asignada por **"EL LICITANTE GANADOR"**, para la prestación de los servicios a **"FITURCA"**, podrá solicitar cualquier información que le permita contar con conocimiento suficiente sobre *LOS CABOS*, como es: ubicación geográfica, atractivos, conectividad aérea, actividades turísticas, clima, así como los principales segmentos de mercado que son target del destino, con el objeto de contar con una base técnica que le permita llevar a cabo las actividades de promoción de manera eficaz, para tal efecto la Dirección de Mercadotecnia le proporcionara cualquier información que sea solicitada durante la vigencia de la prestación de los servicios. **"FITURCA"** no hará pago de horas extras de personal asignado a la cuenta ni de otro tipo de personal que realice labores necesarias para el cumplimiento en tiempo y forma de los servicios contratados.

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

"FITURCA" podrá solicitar al **"LICITANTE GANADOR"** la sustitución o relevo de los ejecutivos que den servicio a la cuenta cuando identifique omisiones, incumplimientos o deficiencias en la capacidad del personal para prestar los servicios adecuadamente, debiendo avisar por correo electrónico y solicitar al **"LICITANTE GANADOR"**, el relevo que corresponda, que deberá realizarse en un plazo no mayor a 3 días hábiles con el objeto de no afectar la continuidad en la prestación del servicio, en caso de no hacerlo, se hará acreedor a una **penalización equivalente al 1%** del monto máximo del contrato que será aplicada como deductiva contra el monto de los servicios que facturados del periodo inmediato posterior.

En caso de que **"EL LICITANTE GANADOR"** requiera realizar el relevo de algún ejecutivo por cuenta propia, deberá informar a la Dirección de Mercadotecnia de **"FITURCA"** con 5 días hábiles de anticipación, señalando las causas así como el nombre y datos de contacto (teléfono, correo electrónico), del nuevo ejecutivo, en caso de no hacerlo, se hará acreedor a una **penalización equivalente al 1%** del monto máximo del contrato que será aplicada como deductiva contra el monto de los servicios que facturados del periodo inmediato posterior.

No se permitirá la subcontratación de terceros para prestar los servicios objeto de la contratación que sean adjudicados al **"LICITANTE GANADOR"**, no se considera subcontratación de servicios apoyo y gastos contratados a terceros vinculados en que incurra el **"LICITANTE GANADOR"** para la prestación adecuada de los servicios, como pueden ser: transportación aérea, arrendamientos de espacios para llevar a cabo eventos, alimentación, viáticos, participación en ferias, material promocional, inserciones en medios, transportación, hospedaje propio y de terceros, entre otros, siempre y cuando correspondan a las actividades previstas en el Plan de Acción a que hace referencia el numeral **C.1.** del presente anexo técnico y el Plan de Acción modificado que se haya acordado con **"FITURCA"**.

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

Los viáticos y gastos del personal de **"EL LICITANTE GANADOR"** para la realización de las actividades de **"EL FIDEICOMISO"** deberán estar identificados y aprobados por **"FITURCA"**, conforme a los montos previstos en el Plan de Trabajo a que hace referencia el numeral C.1. del presente anexo técnico o sus modificaciones, para lo cual se acordará una tarifa máxima por día de viáticos que no deberá exceder \$450 dólares (CUATROSCIENTOS CINCUENTA DÓLARES AMERICANOS 00/100 USD) diarios o su equivalente en moneda nacional.

E. PERÍODO. La prestación de los servicios será a partir del **15 de febrero de 2021 al 14 de febrero del 2022.**

F. LUGAR DE ENTREGA DE LOS MATERIALES Y DE LOS ELEMENTOS COMPROBATORIOS DE LOS SERVICIOS. Los materiales, facturación y comprobación de los servicios, se entregarán en las oficinas administrativas de **"FITURCA"** con domicilio en Carretera Transpeninsular Kilometro 4.3 Fracción I Lote 5 Plaza Providencia, Local 209 – 210, Colonia El Tezal, en Cabo San Lucas, Municipio de Los Cabos, Baja California Sur, México; Código Postal 23454, de 08:30 a 13:00 y de 15:00 a 18:00 horas, en los términos y plazos previstos en el presente anexo técnico.

G. MONTO ESTIMADO DE INVERSIÓN. El tipo de contrato que se formalice al Licitante que resulte adjudicado será abierto, de conformidad con lo establecido en el Artículo 58 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Estado de Baja California Sur, el presupuesto máximo es de **\$18'000,000.00 (DIECIOCHO MILLONES DE PESOS 00/100 M.N.)**, conforme a la estimación de presupuesto aprobada por el Comité Técnico de **"FITURCA"**.

Para tal efecto el proveedor deberá presentar su propuesta considerando un monto mínimo desglosado estimado para llevar a cabo las acciones y conceptos de servicios objeto del contrato, el cual no podrá representar un monto inferior al 40% del monto máximo que presente en la misma, sin que dicho monto exceda el presupuesto máximo referido en el párrafo anterior.

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

Los montos máximos y mínimos por ejercer en el contrato estarán sujetos a la disponibilidad presupuestal que se obtenga de la recaudación del Impuesto Sobre la Prestación del Servicio de Hospedaje en el Municipio de Los Cabos, Baja California Sur en el período de la prestación de los servicios y que sea aprobada por el Comité Técnico de **"FITURCA"**.

H. POLÍTICAS PRESUPUESTALES. **"FITURCA"**, hace del conocimiento a todos los

participantes, que se reserva el derecho en todo momento a suspender en forma definitiva o temporal, parcial o totalmente, la continuación y pago de los servicios objeto de la contratación, toda vez que la disponibilidad presupuestal para su ejecución está sujeta a la recaudación del Impuesto Sobre la Prestación del Servicio de Hospedaje en el Municipio de Los Cabos, Baja California Sur; lo anterior a efecto de que **"EL LICITANTE GANADOR"** tome en cuenta las probables restricciones presupuestarias y reservas que pudieran derivarse durante la vigencia de la prestación de los servicios; el pago total en todo caso nunca podrá ser menor al presupuesto mínimo que se señala en la convocatoria, por lo tanto **"FITURCA"** a través de la Dirección de Mercadotecnia, se reserva el derecho de aceptar, declinar o corregir, el orden y clasificación de los servicios objeto de la contratación a que refiere el contrato y el presente Anexo Técnico.

Durante el período de prestación de los servicios **"FITURCA"** estará en posibilidad de proporcionar al **"LICITANTE GANADOR"** materiales impresos, comunicados y cualquier material de audio, video, cine, radio o cualquier otro medio audiovisual que se requieran como apoyo a los servicios objeto de la contratación.

"FITURCA" no cubrirá los gastos de viáticos del personal de **"EL LICITANTE GANADOR"** cuando tenga que viajar por motivo de reuniones convocadas por **"FITURCA"** o **"EL LICITANTE GANADOR"**, que por este motivo se hubieran generado.

Los errores cometidos por **"EL LICITANTE GANADOR"** en los servicios prestados, materiales generados, deberán ser subsanados o indemnizados por él mismo, pudiendo estar sujeto a la aplicación las penalizaciones establecidas para tal efecto en el presente anexo técnico.

En ningún momento **"FITURCA"** estará obligado al pago de servicios y acciones que no se encuentren considerados en la planeación estratégica, planes de medios o modificaciones a los mismos que no se encuentren aprobados, de conformidad con lo previsto en el presente Anexo Técnico.

I. PROPIEDAD DE MATERIALES. **"FITURCA"**, será el titular de los derechos de autor y de propiedad intelectual e industrial de cualquier tipo de material, ya sea impreso, audiovisual o de cualquier clase, que se produzcan en virtud del contrato que se celebre, así como de las ya existentes y que **"FITURCA"** proporcione a **"EL LICITANTE GANADOR"** para la ejecución del mismo; salvo el caso de aquellos materiales respecto de los que terceros ya detenten los derechos de autor o de propiedad intelectual e industrial, en cuyo caso **"EL LICITANTE GANADOR"** deberá poner en conocimiento a **"FITURCA"** de tal situación.

J. ENTREGA DE MATERIALES, PROPIEDAD DE "FITURCA". Al término de la vigencia del contrato o cuando **"FITURCA"** lo requiera, **"EL LICITANTE GANADOR"** deberá hacer entrega de todos los materiales producidos bajo el amparo del mismo o entregados para su ejecución, sin costo adicional al presupuesto contemplado en el contrato, para lo cual **"EL LICITANTE GANADOR"** deberá realizar todos los trámites que resulten necesarios, siendo en todo momento **"FITURCA"** el poseedor exclusivo de los derechos autorales y de propiedad intelectual e industrial que se generen con motivo los servicios prestados durante la vigencia del contrato.

K. RESPONSABILIDAD. **"FITURCA"**, ni su personal serán responsables de ningún costo en

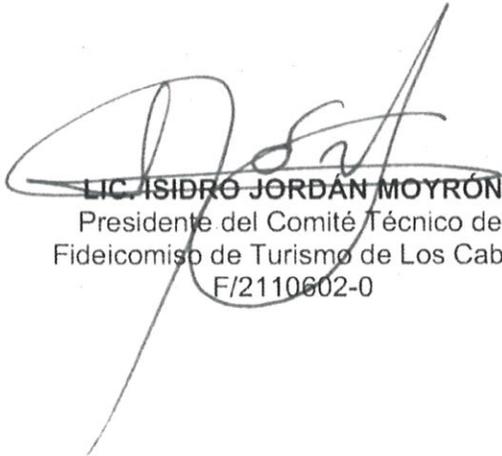


que incurran "EL LICITANTE GANADOR" como consecuencia del trabajo desarrollado o en la preparación, ni por viáticos y otros gastos que se generen por la firma del contrato.

Rúbricas:

COMITÉ TÉCNICO DE "FITURCA"

Cabo San Lucas, Baja California Sur, México, a los 3 días del mes de diciembre de 2020.



LIC. ISIDRO JORDAN MOYRÓN
Presidente del Comité Técnico del
Fideicomiso de Turismo de Los Cabos
F/2110602-0



LIC. MAURICIO DE JESÚS PÉREZ SALICRUP
Secretario del Comité Técnico del
Fideicomiso de Turismo de Los Cabos
F/2110602-0