

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 EN EL MERCADO NACIONAL, 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 Marketing Digital en el mercado nacional, para el destino Los Cabos, Baja California Sur**, con el objeto de diseñar y ejecutar una estrategia de publicidad y promoción integral eficaz para medios digitales, a partir de un **Plan de Trabajo** 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 nacionales 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 de Marketing Digital en el Mercado Nacional para el destino Los Cabos, Baja California Sur** objeto de la contratación a



1/18

efecto de incrementar la penetración e interacción con las audiencias de mayor relevancia en el entorno digital.

La competencia nacional entre destinos turísticos obliga a la implementación de acciones de *marketing digital*, con el objeto de implementar una interacción a través de los diversos canales digitales del destino para promover su oferta.

Para tal efecto 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 en el mercado nacional, para el destino Los Cabos, Baja California Sur.

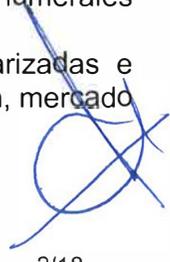
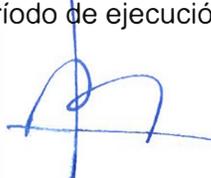
C.1 DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UN PLAN DE TRABAJO DE MERCADOTECNIA DIGITAL.

El LICITANTE GANADOR deberá diseñar y elaborar un Plan de Trabajo de mercadotecnia para medios digitales, incluyendo la elaboración de promoción y publicidad digital del destino (en lo sucesivo "**Plan de Trabajo**"), 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, remitirse y formalizarse con "**FITURCA**" en un plazo no mayor a 30 (treinta) días hábiles posteriores al fallo, el cual estará integrado por los siguientes servicios:

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

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

- a) Deberá considerar objetivos claros para cada 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 Trabajo a las oportunidades, condiciones del mercado u otras situaciones supervinientes que se presenten, sin que en ningún momento se exceda el monto máximo del presupuesto asignado para la ejecución del contrato.

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

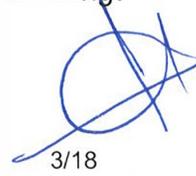
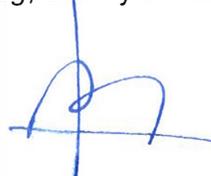
"FITURCA" podrá solicitar cambios al Plan de Trabajo en toda la duración del contrato sin que ello implique un incremento en el costos de los honorarios de agencia.

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

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

C.2.1 Diseño de estrategia y generación de contenidos para canales digitales en español. El LICITANTE GANADOR, deberá llevar a cabo el diseño de la estrategia y la generación de contenidos para redes sociales y canales digitales, considerando para tal efecto, las siguientes acciones:

- a) Aplicación del concepto creativo general de la marca de *LOS CABOS* con ejecución en los canales digitales, incluyendo redes sociales, página *web*, *blog*, *CRM* y *e-mail marketing*.



3/18

- b) Proponer la periodicidad y contenido en canales digitales; proponer y ajustar la frecuencia y cadencia semanal, así como, los horarios adecuados para potenciar su impacto, además de los formatos que se emplearán para aprobación de **"FITURCA"**.
- c) Elaborar un calendario editorial anualizado y la parrilla mensual integrando de forma dinámica y versátil contenido para cada red a través de diversos formatos como: videos, imagen fija, carrusel, artículos, infografías, *links*, encuestas, contenido generado por usuarios UGC (*User Generated Content*), etc., para mantener una audiencia interesada y en crecimiento.
- d) Definir el uso de *hashtags* adecuados y con base en estudios y analítica para lograr una mayor amplificación acorde a tendencias, conversaciones y ajustar éstos con base en la coyuntura del periodo de publicación.
- e) Actualizar y adaptar el *playbook* de redes sociales en español, para mantener a la audiencia interesada y actualizada, de acuerdo con la tendencia en el mercado digital alineado a la arquitectura e identidad de marca *LOS CABOS*.
- f) Establecer un proceso de detección de oportunidades de interacción con personas de interés, *influencers*, socios del destino o cualquier persona que genere una conversación positiva a la cual las cuentas de redes sociales del destino puedan sumarse.
- g) Generar campañas para incentivar la interacción y promover el crecimiento de las comunidades utilizando "*sweepstakes*" o concursos u otras iniciativas creativas similares, asimismo, deberá proponer la periodicidad de éstas de acuerdo al presupuesto.
- h) Manejo de plataformas UGC (*User Generated Content*) que permitan obtener mayor alcance y *engagement*, así como, proveer a la audiencia contenido actualizado del destino.
- i) Deberá considerarse como parte de la generación de contenidos el levantamiento de imágenes y video para alimentar los canales digitales.
- j) La estrategia y generación de contenidos para redes sociales y canales digitales deberá estar lista para su implementación a partir del primer día del contrato.

C.2.2. Community Management para redes en español. EL LICITANTE GANADOR deberá llevar a cabo acciones de comunicación en redes sociales, como sigue:

- a) Publicación del contenido generado con base en la estrategia aprobada por **"FITURCA"** en las redes sociales de Los Cabos: *Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, LinkedIn, YouTube* o en cualquiera que por estrategia sea agregada, así como, la programación del contenido creado para cada canal. Cualquier contenido adicional que sea requerido por **"FITURCA"** deberá también calendarizarse y publicarse.
- b) Comunicar e interactuar con usuarios, *influencers*, socios del destino y personas de interés en tiempo real (incluyendo los fines de semana en caso de ser necesario) siguiendo un protocolo diseñado por el LICITANTE GANADOR y aprobado por el Administrador del Contrato designado por **"FITURCA"**, indicado en el apartado **C.2.1.f)**.
- c) Monitoreo de oportunidades y tendencias en tiempo real en las redes sociales para sumarse a conversaciones afines al destino Los Cabos.
- d) Proponer y gestionar el uso de herramientas de posteo y medición adecuadas para realizar la labor de *Community Management*, brindando siempre acceso a **"FITURCA"**.

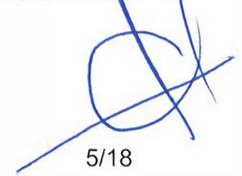
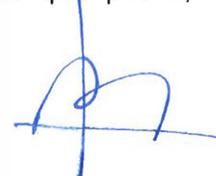


- e) Dar respuesta a comentarios dentro del contenido o a través de los servicios de mensajería de las plataformas en plazo razonable.
- f) Detectar comentarios ofensivos, agresivos o que atenten contra la moral para ser bloqueados, ocultos o eliminados.
- g) Crear un documento de preguntas y respuestas para atender los diversos puntos de entrada como pueden ser: comentarios en publicaciones o mensajes privados. Este deberá actualizarse al menos 1 vez cada mes con base en el análisis de las preguntas o comentarios recibidos y el entorno de la conversación.
- h) Realizar la detección e implementación de *hashstags* pudiendo hacerlo de manera manual o, en caso de solicitarlo, a través de herramientas de medición que permita el adecuado uso de éstas en las redes sociales que aplique para lograr una mayor amplificación.
- i) Gestionar el canal de Los Cabos en *YouTUBE*, a través de la organización del contenido a través de listas de reproducción; subir los videos generados para el canal, incluyendo *copies* con *SEO*, edición y redacción de las descripciones e incluir etiquetas de contenido, 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 de visita, suscriptores, impresiones, información geográfica, *click-through rate*, minutos de reproducción, entre otros indicadores.
- j) Diseñar e implementar un protocolo de atención a casos de crisis.
- k) Proponer y realizar un análisis semanal y mensual del contenido publicado con el mejor performance con base en los *KPI's* definidos en la estrategia para alinear y calibrar los contenidos futuros.

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:

- a) Utilizar plataformas para detectar sucesos recientes que se estén permeando en la conversación del destino.
- b) Gestionar la actual plataforma para escucha social o proponer alguna mejor, que comprenda con (*dashboards*) actualizados.
- c) Obtener los *insights* necesarios para el desarrollo y adaptación de la estrategia de diseño de contenidos.
- d) Obtener y actualizar regularmente los “*keywords*” relacionados a la escucha social y analizar la tonalidad de redes sociales vs los destinos competencia.
- e) 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).
- f) Realizar un monitoreo semanal que incluya una serie de recomendaciones para mejorar el contenido de los canales digitales y poder estar alineado a las tendencias.

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



5/18

siguiente:

- a) La pauta deberá estar coordinada con la estrategia de contenidos y segmentación que apruebe **"FITURCA"**.
- b) Proponer una segmentación adecuada, temporalidad, montos estimados y las redes y posts que deberá contener dicha pauta.
- c) Establecer la estrategia a seguir para la inversión en pauta con base en los diversos objetivos de las redes sociales.
 1. *Boost Post*: pauta asignada a promocionar el contenido orgánico de las diversas redes sociales; ya sea contenido propio o aquel generado por terceros contratados por el LICITANTE GANADOR como creadores de contenidos o *influencers*.
 2. Campañas: pauta asignada a la promoción de campañas específicas con objetivos específicos y diversos, como lo son: generación de audiencia, alcance, interacción, entre otros.
- d) En caso de llevar a cabo concursos (sweepstakes) podrá potenciarse el alcance de estos por medio de pauta también.
- e) 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 español de acuerdo a las siguientes especificaciones:

- a) 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. Deberá contemplarse la creación de al menos un artículo de *blog* semanal durante la gestión del contrato. Estos deberán contemplar cumplir con las características de *SEO* semántico como se indica en el apartado **C.2.6**.
- b) Las notas del *blog* deberán contar con las características y temáticas requeridas y aprobadas por **"FITURCA"**.
- c) Mantener al personal capacitado con la herramienta de *CMS* proveída por **"FITURCA"** para desarrollar "micrositios" o "*landing pages*", así como, el desarrollo del contenido que éstos requieran, incluyendo la investigación necesaria para la creación de los textos y así satisfacer las necesidades de comunicación sobre algún proyecto, información, producto, etc.
- d) Deberá hacerse una revisión mensual del contenido para actualizar imágenes o texto según convenga y entregar un reporte de los hallazgos y un Plan de Trabajo para su mejora.
- e) Reporte general de *Google Analytics* con comparativos de período anterior de diversos indicadores clave como: audiencia, adquisición, comportamiento y establecer objetivos de conversiones. En caso de requerir un análisis más profundo a solicitud de **"FITURCA"**

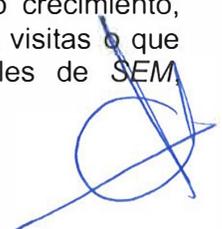


podrán contratarse servicios de terceros.

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:

C.2.6.1 SEO.

- a) Ejecución de Auditoría *SEO* al inicio del contrato para determinar la estrategia anual.
 - Generar un plan de trabajo para la página *www.visitaloscabos.travel* y sus diferentes micro sitios y *landing pages* 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.
- b) Planeación y ejecución de la estrategia integral de *SEO* considerando: el *SEO on page*, *SEO off page*, *SEO técnico* y *SEO de contenidos*, éste último relacionado con el apartado **C.2.5.**
- c) Elaborar auditorías de *SEO* del contenido de la página *web* de manera semestral para mantenerla por encima del 90% de "*site health*" o salud del sitio con base en la reducción de errores y advertencias como los indicados a continuación en el inciso d).
- d) Presentar los resultados de la auditoría, así como mejorar mensualmente las métricas siguientes:
 - Posicionamiento en buscadores;
 - Número de *backlinks* y generar oportunidades de éstos;
 - Velocidad de página;
 - Tamaño de página;
 - Redireccionamientos;
 - Optimización de *meta-keywords* y *keywords* tanto de texto como de imágenes;
 - Verificación de *http requests*;
 - Descripciones *ALT* en las imágenes;
 - Títulos de página óptimos;
 - Etiquetas y encabezados H1 correctos y eliminación de duplicados;
 - Verificación de experiencia de usuario;
 - Detección y eliminación de *links* tóxicos;
 - Detección de errores 404 y redirección de *links* rotos;
 - Validación de que las páginas cuenten con meta descripciones, imágenes con *ALT*, meta descripciones e imágenes para *Open Graph*.
- e) Con base en un *benchmark* de la industria, establecer las metas y objetivos a alcanzar de las diversas métricas e indicadores de éxito. Deberá realizarse un ajuste de manera bimestral. Con base en esta información revisar y establecer los objetivos de metas en *Google Analytics* alineado a la estrategia.
- f) Realizar un reporte mensual de las 20 páginas más visitadas, indicando crecimiento, posición contra periodo anterior y si hubo alguna acción que detonara las visitas o que incrementara algún indicador, como por ejemplo las campañas digitales de *SEM*, programáticas, de redes sociales u otras.



C.2.6.1 SEM.

- a) Desarrollar una estrategia de *SEM* integral que contemple la selección de palabras clave afines al destino para lograr un mejor resultado en las búsquedas; la elaboración de campañas estableciendo la correcta segmentación, alcance y objetivos, tanto de búsqueda como display atendiendo al destino en general para atraer visitantes a la página *web* así como los segmentos o nichos determinados en la estrategia y que aterricen en páginas específicas.
- b) Implementar 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.
- c) Durante y después de cada campaña se presentarán los resultados de las diferentes metas establecidas para cada una.
- d) La estrategia de *SEM* deberá estar lista para su implementación a partir del primer día del contrato.

C.2.7. Personalización *web* y *chatbot*. El LICITANTE GANADOR, deberá considerar en el Plan de Trabajo 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:

- a) Elaborar los diseños y arte necesarios (*banners*, *fly-in*, *modals*, etc.) para ejecutar el plan estratégico, realizando las adaptaciones correspondientes.
- b) 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.
- c) Proponer o mantener una plataforma para el manejo de la personalización, alcances y métricas. Usará dicha herramienta para la ejecución de la estrategia referida.
- d) Implementar y gestionar el servicio de *chatbot* de la página *web*, manteniendo el actual servicio o proponiendo otro que permita una interacción con los usuarios.

C.2.8 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:

- a) Proponer un programa de *content* por medio de *newsletters* o boletines electrónicos en español para la industria y uno para el consumidor con por lo menos 12 envíos anuales para cada audiencia, incluyendo la calendarización, tipo de contenido y conceptualización de la presentación del contenido que se distribuirá. Se debe contemplar la generación de piezas de distribución (*blasts*) y el contenido de cada apartado del *blast*.



- b) Adicionalmente, contemplar por lo menos 4 boletines electrónicos o "newsletters" para mercados específicos, como bodas, golf, romance, o cualquier otro tema conveniente a "FITURCA".
- c) 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 convenga a sus necesidades.
- d) Elaborar un plan estratégico para captación y mantenimiento de suscriptores que nutrirán la base de datos de consumidores e industria, incluyendo segmentos específicos; se podrá incluir servicios a terceros para generación de *leads* en caso de ser solicitados y aprobados por "FITURCA".
- e) Crear y diseñar *newsletters* dentro de la plataforma que "FITURCA" indique 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.
- f) Gestionar la base de datos, así como, realizar la limpieza mensual de ésta conforme la revisión de estado *GDPR*, segmentación y *taggeo*.
- g) Controlar y manejar la plataforma de *CRM* actualizando el *content media* de acuerdo con los lineamientos de la marca.
- h) Diseñar, gestionar y ejecutar el "*Customer Journey*" a través de la herramienta provista por "FITURCA" la cual permita mejorar la experiencia del usuario al recibir una cadena de correos electrónicos con información relevante, útil e interesante que genere visitas al sitio con base en la información presentada.
 - Detectar oportunidades de segmentación a través del comportamiento en página *web* de los "usuarios conocidos" o "visitantes previos" para elaborar correos electrónicos con contenido relevante y segmentado por intereses.
 - Diseñar la automatización de la cadena de envíos con base en una estrategia de asimilación de contenidos, creando listas de distribución para quienes están interesados en determinado contenido, seguimiento a quienes no están abriendo los correos, etc.
 - Crear respuestas automáticas por correo electrónico a los formularios de contacto o petición de información que se encuentran en la página *web*.
 - Proponer y administrar la segmentación por *score* de las base de datos.

C.2.9 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:

- a) 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.
- b) 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.



- c) Gestionar la visita de los *influencers* en el destino, asegurando agendas, seguimiento a transportación, prestadores de servicios y demás logística para garantizar que la visita se realice de manera satisfactoria.
- d) Dentro de los alcances del programa deberán estar toda la producción de contenidos, gastos y honorarios de los *influencers*, así como, las 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 Trabajo.
- b) Un reporte de avance físico-financiero acumulado de cada actividad ejecutada conforme a las estimaciones de presupuesto establecidas en el Plan de Trabajo o sus modificaciones, que integre información correspondiente al presupuesto ejercido, facturado y disponible por actividad, haciendo referencia a las acciones realizadas, fecha de ejecución y número de factura emitida por el LICITANTE GANADOR.

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

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

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

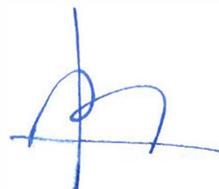
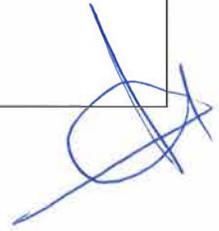
C.4. APROBACIONES ESPECÍFICAS PARA LA EJECUCIÓN DE ACCIONES CONSIDERADAS EN EL PLAN DE TRABAJO. Todas las acciones y actividades previstas para la ejecución deberán estar aprobadas en el Plan de Trabajo o las modificaciones al mismo conforme lo establecido en el numeral **C.1.**, las actividades relacionadas con la ejecución de los servicios que integran el numeral **C.2.**, que requieran aprobación específica de "**FITURCA**", deberán contar invariablemente con la aprobación del Administrador del Contrato designado por "**FITURCA**", para lo cual el LICITANTE GANADOR deberá hacer la solicitud correspondiente mediante correo



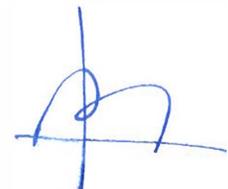
electrónico, la cual podrá ser aprobada o rechazada por **"FITURCA"** por el mismo medio, para lo cual se deberán utilizar exclusivamente las direcciones de correo electrónico que para tal efecto se definan en el apartado de enlaces y comunicación del contrato correspondiente, sin que tenga validez cualquier 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 al Administrador del Contrato designado por **"FITURCA"** para revisión y aprobación, las facturas, los informes referidos en el apartado **C.2.**, así como la comprobación y testigos de todas las acciones ejecutadas del Plan de Trabajo, que amparen el monto de los servicios prestados, conforme la siguiente tabla:

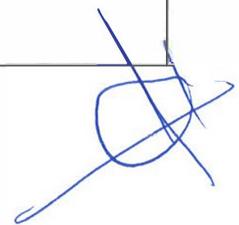
Actividad	Periodicidad	Testigos	Formato Comprobación
1.- Diseño de estrategia y generación de contenidos en canales digitales en español	Anual	1.1 Estrategia anual de contenidos en canales digitales en español.	Medio electrónico / formato PDF
		1.2 Playbook canales digitales en español.	Medio electrónico / formato PDF
		Documento que establece los lineamientos de marca aplicados a los canales digitales	
	Mensual	1.2 Parrilla de contenidos Parrilla de contenidos de publicaciones en redes sociales. Incluye selección y edición de imágenes, videos, historias y demás formatos, así como, textos de la publicación y <i>hashtags</i> , enlaces y llamados a la acción.	Medio electrónico / Google drive Excel
2.- Community management para redes en español	Semanal	2.1 Reporte de Redes Sociales orgánico	Medio electrónico / formato PDF
		Reporte semanal.- Se entrega todos los lunes e incluye un acumulado de la semana calendario con resultados de los indicadores de desempeño de cada red social. Éste incluirá un porcentaje de variación en el crecimiento del indicador con respecto a la semana previa.	
	Mensual	Reporte mensual.- Incluye los indicadores de desempeño acumulados durante el mes, así como, cualquier acción realizada dentro de los canales sociales	

		(concursos, campañas, tácticas) y sus resultados. Incluir porcentaje de consecución de metas y comparativo de crecimiento contra el mes previo. Indicar los posteos con mejor <i>performance</i> . Soporte con testigos.	
	De conformidad con el Plan de Trabajo	2.2 Reporte de Redes Sociales (social-ads) Reporte de la campaña puntual de redes sociales de cada una describiendo (<i>KPI's</i> establecidos vs resultados alcanzados) como, por ejemplo: <i>CPM, CPC, CPV, CPE</i> , impresiones, interacciones, <i>views</i> , alcance, <i>link ads, promoted posts</i> . Soportar con testigos.	Medio electrónico / formato PDF
		2.3 Reporte de reputación online vs competidores Reporte de reputación <i>online</i> vs competidores principales incluye auditoria de las redes vs estos destinos.	Medio electrónico / formato PDF
	Semestral	2.4 Informe de YouTube Reporte de las principales métricas establecidas vs resultados de la plataforma de <i>YouTube</i> tanto orgánica como pagada. Ejemplo: vistas, duración, suscriptores, top videos, alcance, impresiones, <i>engagement</i> , audiencia, <i>CTR</i> etc. Soportar con testigos.	Medio electrónico / formato PDF
	Mensual		
3.- Escucha en redes sociales	Semanal y mensual	3.1 Reporte Semanal Presentar 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 <i>online</i> . Con el objetivo de anticiparnos a posibles crisis.	Medio electrónico / formato PDF
		3.2 Reporte Mensual Incluye comparativo contra otros destinos sobre escucha social reflejando sentimiento positivo, negativo y neutral, así como una auditoría de la reputación <i>online</i> .	Medio electrónico / formato PDF



		Incluyendo recomendaciones que permitan mejorar el contenido de los canales digitales.	
4. Pauta de posteos en redes sociales	Continuo	4.1 Reporte de pauta en redes sociales	Medio electrónico / formato PDF
		Pauta con segmentación, temporalidad, montos, redes y calendario de posteos que esté coordinada con la estrategia de contenidos y segmentación que elija "FITURCA".	
5. Generación y edición de contenidos para páginas web y blogs	Mensual	5.1 Calendario Editorial	Medio electrónico / Google drive Excel
		Calendario editorial que incluya de manera mensual los contenidos a publicar tales como <i>blogs</i> , artículos, <i>landing pages</i> y micrositiros. Marcando fechas clave como eventos importantes, días de celebración u otros identificados acordes al destino.	
6. SEO y SEM	Mensual	6.1 Reporte de SEO	Medio electrónico / formato PDF
		Reporte de <i>Google Analytics</i> incluyendo auditoría mensual del estado de la página, mencionando los indicadores y comparándolos con el mes anterior, así como, un comparativo de avance contra meta global y objetivos cumplidos.	
		6.2 Reporte de SEM	
		Reporte mensual de la(s) campaña(s) <i>SEM</i> de <i>Google Ads</i> de conformidad con el presupuesto autorizado por "FITURCA". Indicando el tipo de campaña (búsqueda, palabras clave o <i>display</i>).	
		Informe de mantenimiento de dominios y vigencia de licencias y estado que guarda el <i>SSL</i> .	
7. Personalización de página web y chatbot	Mensual	7.1 Reporte de personalización web	Medio electrónico / formato PDF
		Reporte mensual de las métricas alcanzadas vs las metas establecidas. Ejemplo número de impresiones, cantidad sesiones, duración de visita en la página,	

		rebote de página, cantidad de suscriptores, <i>CTR</i> , etc.	
		7.2 Reporte de chatbot	
		Presentar reporte mensual de las métricas otorgadas por el <i>chatbot</i> tales como el número de conversaciones, preguntas frecuentes, conversiones y demás indicadores que la herramienta presente.	
8. Programa de e-mail marketing	Anual	8.1 Calendario editorial Calendario editorial anual (al principio del contrato) de boletines al consumidor y de la industria, así como, los boletines de nicho, presentando la propuesta de temática y alineado con los temas del calendario editorial de contenidos.	Medio electrónico / <i>Google Drive</i> Excel
	Mensual	8.2 Reporte de envíos de boletines electrónicos Reporte de resultados obtenidos y con recomendaciones de mejora. (<i>Open rate</i> , <i>CTR</i> , <i>CTOR</i> , <i>bounce rate</i> , etc.) Incluir el promedio acumulado anual de los indicadores de desempeño y comparativo de indicadores contra el envío previo, indicando aquellos temas que hayan tenido mejor desempeño.	Medio electrónico / formato PDF
		8.3 Reporte de automatizaciones	
		Reporte de desempeño de las automatizaciones y series de correo, así como de los <i>autoresponders</i> enviados.	
9. Programa de <i>influencers</i>	De conformidad con el Plan de Trabajo	9.1 Reporte de programa Enviar resultados obtenidos vs metas propuestas en programa de campañas de <i>influencers</i> que incluya, no. de posteos, alcances, <i>engagement</i> , es decir, los principales <i>KPI</i> 's de la campaña. Acompañar con testigos.	Medio electrónico / formato PDF
		9.2 Entrega de materiales Entrega de materiales correspondientes como imágenes	Medio electrónico / formato PDF / Nube



		y videos acordados en el Plan de Trabajo.	
--	--	---	--

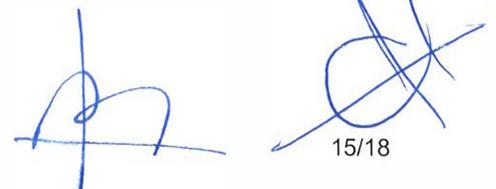
D. PLANTILLA DE RECURSOS HUMANOS. El LICITANTE GANADOR deberá contar con los recursos humanos necesarios para cumplir con lo solicitado en este Anexo Técnico. Será responsabilidad del LICITANTE GANADOR garantizar la experiencia y capacidad de cada uno de los integrantes del equipo en los términos establecidos en los criterios de evaluación. 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 y SEM	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 el Administrador del Contrato designado por "FITURCA" le proporcionará 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 LICITANTE GANADOR deberá proponer una terna de candidatos para aprobación de "FITURCA" que cuente con la experiencia y capacidad para realizar las siguientes funciones: Seguimiento administrativo, apoyo en análisis de reportes y estadísticas, coordinación de entrega de documentos, entregables y reportes entre la agencia y "FITURCA" y coordinación de la agencia con el resto de las agencias que prestan servicios a "FITURCA". Mantener una relación cercana con *community managers* y otros interesados del destino.

El personal dedicado a la cuenta deberá notificar al Administrador del Contrato designado por "FITURCA" de cualquier asueto extra o vacaciones por lo menos con 10 días hábiles de



15/18

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 al Administrador del Contrato designado por "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 Trabajo a que hace referencia el numeral **C.1.** del presente anexo técnico y el Plan de Trabajo 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 Trabajo o las modificaciones que estén previamente acordadas y aprobadas por el Administrador del Contrato designado por "FITURCA".

Los viáticos y gastos del personal del LICITANTE GANADOR para la realización de las actividades objeto del presente contrato, deberán estar identificados y aprobados por "FITURCA", conforme a los montos previstos en el Plan de Trabajo a que hace referencia el numeral C.1. del presente



16/18

anexo técnico o sus modificaciones, para lo cual se acordará una tarifa máxima por día de viáticos que no deberá exceder \$1,700.00 (MIL SETECIENTOS PESOS 00/100 M.N.) diarios.

E. PERÍODO. La prestación de los servicios será a partir del **1 de mayo de 2022 al 30 de abril del 2024**, equivalente a **730 días naturales**.

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.

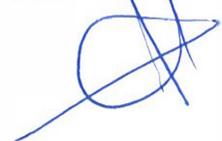
G. MONTO ESTIMADO DE INVERSIÓN. El tipo de contrato que se formalice al LICITANTE que resulte adjudicado será abierto, de conformidad con lo establecido en el Artículo 58 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Estado de Baja California Sur, el presupuesto máximo es de **\$15´000,000.00 (QUINCE 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 del Administrador del Contrato, se reserva el derecho de aceptar, declinar o corregir, el orden y clasificación de los servicios objeto de la contratación a que refiere el contrato y el presente Anexo Técnico.



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

Los errores cometidos por el LICITANTE GANADOR en los servicios prestados, 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 al LICITANTE GANADOR para la ejecución del mismo; salvo el caso de aquellos materiales respecto de los que terceros ya detenten los derechos de autor o de propiedad intelectual e industrial, en cuyo caso, el LICITANTE GANADOR, deberá poner en conocimiento a **"FITURCA"** de tal situación.

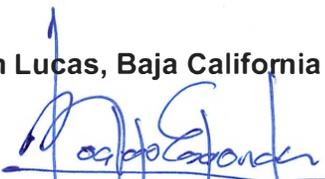
J. ENTREGA DE MATERIALES, PROPIEDAD DE "FITURCA". Al término de la vigencia del contrato o cuando **"FITURCA"** lo requiera, LICITANTE GANADOR deberá hacer entrega de todos los materiales producidos bajo el amparo del mismo o entregados para su ejecución, sin costo adicional al presupuesto contemplado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

K. RESPONSABILIDAD. **"FITURCA"**, ni su personal serán responsables de ningún costo en que incurra el LICITANTE GANADOR como consecuencia del trabajo desarrollado o en la preparación, ni por viáticos y otros gastos que se generen por la firma del contrato.

Rúbricas:

"FITURCA"

Cabo San Lucas, Baja California Sur, México, a los 11 días del mes de abril de 2022.



ARQ. RODRIGO ESPONDA CASCAJARES

Director General 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