

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 I "ANEXO TÉCNICO"

SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN EN EL MERCADO NACIONAL, CON PRIORIDAD EN LA CIUDAD DE MÉXICO, MONTERREY Y GUADALAJARA, PARA EL DESTINO DE LOS CABOS, BAJA CALIFORNIA SUR.

A. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO OBJETO DE LA CONTRATACIÓN.

Los bienes 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:

Objetivo General: Contratar los servicios de una empresa que cuente con la capacidad, experiencia e infraestructura física y recursos humanos calificados que preste los **Servicios de Relaciones Públicas y Comunicación en el mercado nacional, con prioridad en la Ciudad de México, Monterrey y Guadalajara, para el destino de Los Cabos, Baja California Sur**, con el objeto de diseñar y ejecutar una estrategia de comunicación integral eficaz **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 de comunicación, permitirá incrementar el conocimiento y difusión de la marca **LOS CABOS**, en el mercado nacional, a efecto de contribuir al cumplimiento de los siguientes objetivos:

1. Incrementar la cantidad de visitantes del territorio nacional 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 relaciones públicas y comunicación se consideran fundamentales para contribuir a la generación de audiencias de alto perfil hacia **LOS CABOS**, con el objeto de incrementar los flujos turísticos y de divisas provenientes del Mercado Nacional, 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 objeto de la contratación a efecto de incrementar la penetración e interacción con las audiencias de mayor relevancia en el mercado nacional (medios de comunicación, consumidores, industria turística y líderes de opinión, entre otros) a efecto de crear, fortalecer e incrementar relaciones de largo plazo.

La competencia global entre destinos turísticos obliga a la implementación de acciones de representación, comunicación y promoción en el mercado Nacional con el objeto de comunicar de manera clara sus diferenciadores, mediante mecanismos continuos de comunicación bidireccional establecidos de acuerdo con el perfil de los consumidores en cada mercado.

Para tal efecto **"EL LICITANTE GANADOR"**, deberá generar una estrategia de comunicación y relaciones públicas que permita consolidar la marca **LOS CABOS** e incrementar la interacción con audiencias múltiples relacionadas con la generación de flujos turísticos, entre los que se encuentran medios de comunicación, socios comerciales, consumidores y otras audiencias, fortaleciendo la presencia del destino en el Mercado Nacional para incrementar el alcance de las acciones de promoción en los diferentes segmentos a efecto de fortalecer las acciones que lleva a cabo **"FITURCA"** para incrementar la conectividad aérea obteniendo un aumento en la tasa de ingreso de visitantes al Destino por ese medio.

C. SERVICIOS A CONTRATAR

C.1 DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UN PLAN DE ACCIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN EN EL MERCADO NACIONAL, CON PRIORIDAD EN LA CIUDAD DE MÉXICO, MONTERREY Y GUADALAJARA.

"EL LICITANTE GANADOR" deberá diseñar y elaborar un Plan de Acción de Relaciones Públicas y Comunicación (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. Creación de mensajes y contenido.
2. Asesoría en asuntos críticos y/o crisis.
3. Gabinete de Prensa entrevistas.
4. Viajes de prensa individuales y grupales.
5. Monitoreo de medios.
6. Roadshows de Medios.
7. Organización y logística de eventos y activaciones de promoción dirigidos a medios, industria y consumidor.
8. Programa de boletines de prensa.
9. Community management y diseño de contenidos digitales.
10. Programa de influencers.
11. Estudio de reputación de destino en el mercado nacional.

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 relaciones públicas y comunicación deberá de estar calendarizada e integrada 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 LOS RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN EN EL MERCADO NACIONAL, CON PRIORIDAD EN LA CIUDAD DE MÉXICO, MONTERREY Y GUADALAJARA.

"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. Creación de Mensajes y Contenido: "EL LICITANTE GANADOR" deberá generar mensajes para medios y otras audiencias sobre el destino y generar lineamientos y protocolos con socios comerciales e industria de acuerdo con las siguientes especificaciones:

- Desarrollo de mensajes atractivos para medios y elaboración de materiales correspondientes a asuntos clave para el destino, generación de anuncios sobre acciones, eventos y logros de importancia, discursos y formatos para la distribución de los mensajes, que fortalezcan la imagen de liderazgo de *LOS CABOS* entre los destinos mejor posicionados a nivel mundial
- Generación de lineamientos y protocolos para socios internos y autoridades, a efecto de que cuenten con herramientas de apoyo y guías de acción que faciliten su respuesta oportuna ante situaciones o eventos que pudieran afectar la imagen del destino, la industria turística, así como la atención de requerimientos que formule la prensa local o nacional.

C.2.2. Asesoría en asuntos críticos y/o crisis: El "LICITANTE GANADOR", deberá llevar a cabo acciones de monitoreo, identificación y administración de asuntos críticos y/o crisis que pudieran implicar la afectación la imagen de *LOS CABOS* como destino turístico, considerando para tal efecto, las siguientes acciones:

- a. Monitoreo, identificación, manejo y mitigación de asuntos críticos y crisis a través de sus relaciones con medios.
- b. Generación de mensajes troncales, definición de una estrategia de medios y ejecución acciones reactivas y proactivas ante los asuntos críticos o crisis con potencial riesgo para la imagen del destino, que se presenten o identifiquen durante la vigencia del contrato.
- c. Seguimiento y actualización de protocolos preventivos para la administración de situaciones con riesgo de afectar la reputación del destino a efecto de atenuar la posibilidad de que se materialice alguna crisis que impacte de manera negativa la imagen del destino.
- d. Organización de talleres, seminarios o impartición de entrenamiento de gestión crisis.

Toda vez que los servicios correspondientes al presente numeral están vinculados a posibles asuntos críticos o crisis que pudieran presentarse por caso fortuito o fuerza mayor y por lo tanto no es posible prever, no será necesario calendarizar las actividades correspondientes en el Plan de Acción a que hace referencia el numeral C.1. del presente anexo técnico, únicamente será necesario referir en el mismo, las actividades que corresponden a cada inciso, así como una estimación del presupuesto del contrato que se destinará para su ejecución.

En caso de que el monto de las acciones relacionadas con el presente apartado exceda la estimación del presupuesto del contrato referida en el párrafo anterior, se requerirá la modificación del Plan de Acción a que se refiere el numeral C.1. del presente anexo técnico, la cual deberá estar aprobada de conformidad con el procedimiento previsto en el numeral C.3. del citado anexo.

C.2.3. Gabinete de Prensa: "EL LICITANTE GANADOR", a solicitud de "FITURCA" deberá, establecer y mantener una relación cercana con medios de comunicación para la promoción de *LOS CABOS* de acuerdo a las siguientes especificaciones:

- El "LICITANTE GANADOR", a través de las relaciones que mantenga con los diversos medios deberá generar acciones de promoción proactiva haciendo énfasis en las experiencias únicas que ofrece el destino, además deberá proponer iniciativas novedosas y positivas, eventos otras acciones que contribuyan al posicionamiento de *LOS CABOS* como un destino líder a nivel nacional.

Para tal efecto se deberá tener énfasis en mantener relaciones con medios nacionales "top tier" del mercado con alcance nacional y regional dirigidos a industria y al consumidor.

"EL LICITANTE GANADOR", deberá presentar opciones y ángulos novedosos de cobertura a distintos medios (tradicionales, impresos, on-line, social media) con alcance nacional, regional y especializados de la industria en el mercado Nacional, que consideren la difusión de contenidos relacionados con la oferta de los diversos productos turísticos que diferencian a *LOS CABOS* respecto de otros destinos de lujo, inversiones en infraestructura hotelera y de servicios iniciativas sobre sustentabilidad, entre otros que tengan por objeto generar intención de viaje hacia el destino.

"EL LICITANTE GANADOR" deberá gestionar y obtener entrevistas para funcionarios de FITURCA, así como diversos miembros de la industria turística, a los cuales se les considerará como voceros oficiales de *LOS CABOS*, con personas clave de los medios de comunicación del país, con cobertura especializada en negocios, viajes y

turismo, a efecto de difundir aspectos relevantes del modelo turístico del destino su oferta en el segmento de lujo y experiencias únicas.

C.2.4. Viajes de Prensa individuales y grupales: Durante la vigencia del contrato "EL LICITANTE GANADOR", podrá organizar y realizar viajes de familiarización a Los Cabos (*fam trips*), siempre y cuando se encuentren considerados en el Plan de Acción a que hace referencia el numeral C.1. del presente Anexo Técnico, medios de comunicación de amplio alcance y "top tier", líderes de opinión, influencers en medios tradicionales y social media destacados en el mercado Nacional, con el fin de que conozcan el producto turístico y comuniquen sus atributos o generen elementos de mayor entendimiento de los aspectos y diferenciadores del destino en apoyo a la estrategia de comercialización del destino, los cuales deberán llevarse a cabo de acuerdo a las siguientes especificaciones:

- a. Fam trips tematizados con influencers en medios tradicionales y social media.
- b. Fam trips individuales para medios clave y top tier que requieran conocer el destino de manera individual.

C.2.5. Monitoreo de Medios: "EL LICITANTE GANADOR", deberá ejecutar acciones de monitoreo de medios relevantes en el mercado nacional, así como de artículos y publicaciones en redes sociales generados por reporteros y medios de comunicación de importancia, para tal efecto se deberán identificar las notas que se generen y que contengan menciones relevantes sobre el destino, el entorno turístico, columnas y editoriales, entre otros, en su caso deberá emitir reportes con alertas en tiempo real sobre asuntos y conversaciones relevantes relacionadas con *LOS CABOS*. En caso de que se identifiquen asuntos críticos o de crisis que pudieran afectar la imagen de *LOS CABOS* se deberá iniciar con las acciones referidas en el numeral C.2.2. "Asesoría en asuntos críticos y/o crisis", del presente Anexo Técnico.

C.2.6. Roadshows de medios: "EL LICITANTE GANADOR", deberá organizar y agendar entrevistas para funcionarios de FITURCA con personajes clave de los medios en mercados prioritarios para el destino como son: Ciudad de México, Monterrey y Guadalajara, entre otros, a efecto de generar conversación sobre *LOS CABOS*.

C.2.7. Organización y logística de eventos y activaciones de promoción dirigidos a medios, industria y consumidor: "EL LICITANTE GANADOR", deberá considerar en el Plan de Acción a que refiere el numeral C.1. del presente Anexo Técnico, la conceptualización y organización de al menos un evento o activación o alianza para medios, industria y/o consumidor a efecto de poner a su alcance las experiencias que forman parte del producto de *LOS CABOS*, convocando para su difusión a medios tradicionales y digitales de amplio alcance, en el que además se convoquen líderes de opinión en la industria, medios digitales e influencers, redes sociales de cobertura nacional y regional en los principales mercados de México. Esto incluye la organización de dinámicas para incentivar la participación a cambio de premios.

C.2.8. Programa de boletines de prensa: "EL LICITANTE GANADOR", deberá identificar áreas de oportunidad para proponer una agenda de boletines de prensa en medios enfocada a los potenciales consumidores del producto turístico de *LOS CABOS* en el mercado nacional, el servicio considera la redacción y distribución de boletines a través de los canales establecidos para tal efecto, que resalten el producto único del destino.

C.2.9. Community management y diseño de contenidos digitales. "EL LICITANTE GANADOR", deberá proponer la periodicidad y contenido de newsletters para industria y para consumidor de manera que se mantenga un lenguaje diferenciado para cada industria y diseñando los contenidos relevantes para tener a *LOS CABOS* en el top of mind. "EL LICITANTE GANADOR" deberá también conceptualizar un calendario editorial para 3 canales digitales en español y propondrá el número de contenidos al mes a difundir y la frecuencia semanal y horarios adecuados para potenciar su impacto. Ejecutará acciones digitales al consumidor que permitan potenciar toda la actividad realizada por FITURCA y llevará a cabo la gestión y manejo de la comunidad en los tres canales utilizando herramientas de gestión adecuadas.

C.2.10 Programa de influencers. "EL LICITANTE GANADOR" deberá proponer un programa para generación de contenidos en video para los canales digitales de FITURCA encabezado por influencers. "EL LICITANTE GANADOR" se encargará de la búsqueda de los mejores influencers de acuerdo a las audiencias seleccionadas por "FITURCA", el formato de contenidos a generar y deberá liderar la generación y difusión de estos contenidos en canales digitales.

C.2.11 Estudio de reputación de destino en el mercado nacional. "EL LICITANTE GANADOR", propondrá un estudio para medir la reputación de la marca destino con una metodología propietaria que permita saber el posicionamiento que tiene *LOS CABOS* como marca destino en el mercado nacional. "EL LICITANTE GANADOR" se encargará de llevar a cabo todo el proceso de estudio desde su conceptualización ejecución y presentación de resultados en el destino. "EL LICITANTE GANADOR" podrá colaborar con una empresa especializada en este tipo de estudios en caso de no contar con una metodología propia. "FITURCA" deberá aprobar la elaboración de dicho estudio.

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 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.

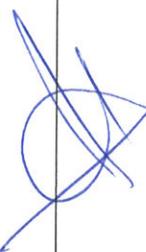
Todas las acciones y actividades previstas para la ejecución deberán estar aprobadas en el Plan de Acción o las modificaciones al mismo conforme lo establecido en el numeral C.1., las actividades relacionadas con la ejecución de los servicios que integran el numeral C.2., que requieran aprobación específica de "FITURCA", como son: viajes de prensa individuales y grupales, programa de boletines de prensa, acciones de manejo de crisis, entre otros, 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.	Descripción.	Formato Comprobación.
1. Creación de Mensajes y Contenido.	Quando se lleve a cabo conforme al Plan de Acción.	Relación de mensajes y contenido creado para el destino con una breve descripción, objetivo, audiencia y mercado y medio de difusión. Relación de protocolos y lineamientos creados, que integre una breve descripción, objetivo y autoridad, socio comercial o miembro de la industria para el cual fue elaborado. Relación de requerimientos de prensa local o nacional atendidos, señalando breve	Medio electrónico/ formato PDF.

Actividad.	Periodicidad.	Descripción.	Formato Comprobación.
		descripción, objetivo y autoridad, socio comercial o miembro de la industria para el cual fue elaborado. Testigos. Reporte semanal de cobertura de medios y testigos a que hace referencia la actividad 5 "Monitoreo de Medios" del presente apartado.	
2. Asesoría en asuntos críticos y/o crisis.	Mensual	Relación de asuntos críticos identificados, breve descripción de las estrategias desarrolladas para su gestión, mensajes y/o contenidos elaborados, objetivo, audiencia, mercado(s) y medio de difusión. Listado de protocolos y mensajes elaborados y entregados a socios internos y autoridades para la gestión de las crisis que se hubieran presentado durante la vigencia del contrato. Testigos. Documentos de protocolo elaborados. Reporte semanal de cobertura de medios y testigos a que hace referencia la actividad 7 "Monitoreo de Medios" del presente apartado. Nota: en caso de que no se hubiera gestionado una crisis durante el mes, el " LICITANTE GANADOR " deberá informarlo por correo electrónico al Director de Mercadotecnia de FITURCA .	Medio electrónico/ formato PDF.
3. Gabinete de Prensa.	Mensual	Listado de interacciones con medios, y comprobante de la cobertura lograda en impactos logrados en el mercado Nacional Listado de acciones de cobertura asegurada para el destino, objetivo, ángulos con los que se trabajó, medios, alcance y reportero. Testigos. Reporte semanal de cobertura de medios y testigos a que hace referencia la actividad 5 "Monitoreo de Medios" del presente apartado.	Medio electrónico/ formato PDF.
4. Viajes de Prensa individuales y grupales	Cuando se lleven a cabo conforme al Plan de Acción.	Ficha técnica de cada viaje prensa realizado con la siguiente información: Participantes, período en que se llevó a cabo, agenda, actividades realizadas, en el caso de medios de comunicación, fechas estimadas de publicación en medios,	Medio electrónico/ formato PDF.



Actividad.	Periodicidad.	Descripción.	Formato Comprobación.
		monitoreo de noticias y reporte con los testigos (<i>clipping</i>) cuantificación del Retorno de Inversión (ROI). Testigos: <ul style="list-style-type: none"> • Invitaciones. • Agenda. • Fotografías. • Notas de Prensa generadas. • Clippings. • Cuantificación de Retorno de Inversión determinado con base en la proporción inversión realizada entre el valor de cobertura de medios lograda. 	
5. Monitoreo de Medios.	Semanal	Reporte semanal de cobertura de medios lograda, que incluya breve descripción del contenido publicado, tipo y nombre del medio, impactos obtenidos, alcance por mercado y acción de los servicios a la que está vinculada. Testigos. Relación de correos enviados (5 a la semana) y testigos de cada artículo del monitoreo (Clipping) En el caso de que se identifiquen asuntos críticos o de crisis que pudieran afectar la imagen de <i>LOS CABOS</i> se deberá iniciar con las acciones referidas en el numeral C.2.2. "Asesoría en asuntos críticos y/o crisis" , del presente Anexo Técnico y la comprobación estará sujeta a lo señalado en el punto 2 del presente numeral.	Medio electrónico/ formato PDF.
6. Roadshows de medios.	Cuando se lleven a cabo conforme al Plan de Acción.	Propuesta de fechas, temática y medios a enfocarse, así como el concepto genérico para desarrollar. Agenda de encuentros logrados, y briefing books de cada encuentro que incluya perfil del medio, periodista, mensajes clave e información relevantes para cada encuentro. Cobertura lograda Testigos. Reporte de cobertura de medios y testigos a que hace referencia la actividad 7 "Monitoreo de Medios" del presente apartado.	Medio electrónico/ formato PDF.



Handwritten blue mark or signature.

Actividad.	Periodicidad.	Descripción.	Formato Comprobación.
7. Organización y logística de eventos y activaciones de promoción dirigidos a medios, industria y consumidor.	Cuando se lleven a cabo conforme al Plan de Acción.	<p>Reporte del evento que considere, objetivo, breve descripción, recomendaciones de temática, fechas, formato, convocatoria de medios al evento, lista de medios (que no podrá ser inferior a 20).</p> <p>Testigos.</p> <p>Reporte semanal de cobertura de medios y testigos a que hace referencia la actividad 5 "Monitoreo de Medios" del presente apartado.</p>	Medio electrónico/ formato PDF.
8. Programa de boletines de prensa.	Cuando se lleve a cabo conforme al Plan de Acción.	<p>Calendario editorial de boletines, boletines redactados, medio de difusión y resultados de la difusión.</p> <p>Testigos.</p> <p>Boletín difundido, relación de notas publicadas y clipping de las notas publicadas a raíz del boletín. Deberá incluir en valor publicitario, impactos impresiones u otra medida acordada previamente con FITURCA.</p>	Medio electrónico/ formato PDF.
9. Community management y diseño de contenidos digitales.	Cuando se lleve a cabo conforme al Plan de Acción	<p>Newsletters para industria y para consumidor;</p> <p>Calendario editorial para 3 canales digitales en español, con la ejecución de acciones digitales al consumidor que permitan potenciar toda la actividad realizada por FITURCA, mediante la gestión y manejo de la comunidad en los tres canales utilizando herramientas de gestión adecuadas.</p> <p>Testigos</p> <p>Reporte semanal de cobertura de medios y testigos a que hace referencia la actividad 5 "Monitoreo de Medios" del presente apartado.</p>	Medio electrónico/ formato PDF.
10. Programa de influencers	Cuando se lleve a cabo conforme al Plan de Acción	<p>Programa para generación de contenidos en video para los canales digitales de "FITURCA" encabezado por los mejores influencers de acuerdo a las audiencias seleccionadas por "FITURCA".</p> <p>Testigos</p> <p>Reporte semanal de cobertura de medios y testigos a que hace referencia la actividad 5 "Monitoreo de Medios" del presente apartado.</p>	Medio electrónico/ formato PDF.
11. Estudio de reputación del destino en el mercado nacional	Cuando se lleve a cabo conforme al Plan de Acción	<p>Estudio para medir la reputación de la marca destino con una metodología propietaria que permita saber el posicionamiento que tiene LOS CABOS como marca destino en el mercado nacional.</p>	Medio electrónico/ formato PDF.

Actividad.	Periodicidad.	Descripción.	Formato Comprobación.
		Testigos Reporte de reputación de marca en el mercado nacional.	

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 General	1
Director de Cuenta	1
Director de Crisis	1
Director de Digital	1
Jefe de Relaciones con Medios	1
Ejecutivo de apoyo con medios	1
Ejecutivo de apoyo en eventos y proyectos especiales	1
Ejecutivo administrativo	1
TOTAL	8

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 Comercialización le proporcionara cualquier información que sea solicitada durante la vigencia de la prestación de los servicios.

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 este 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.

F. PERÍODO. La prestación de los servicios será a partir del **14 (catorce) de febrero de 2020 (dos mil veinte) al 14 (catorce) de febrero del 2021 (dos mil veintiuno).**

G. LUGAR DE ENTREGA DE LA DOCUMENTACIÓN Y DE LOS ELEMENTOS COMPROBATORIOS DE LOS SERVICIOS. La documentación comprobatoria de la campaña realizada, se entregará en las oficinas administrativas del Fideicomiso, con domicilio en Carretera Transpeninsular Kilómetro 4.3 Fracción I Lote 5 Plaza Providencia, Local 209 – 210, Colonia El Tezal, en Cabo San Lucas, Municipio de Los Cabos, Baja California Sur, México; Código Postal 23454, de 08:30 a 13:00 y de 15:00 a 18:00 horas, por cierre mensual, es decir, a más tardar cinco días hábiles de cada mes.

H. 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 \$5,500,000.00 (cinco millones quinientos mil pesos 00/100 M.N.), conforme a la estimación de presupuesto por el Comité Técnico de FITURCA.

Para tal efecto el proveedor deberá presentar su propuesta económica considerando un monto mínimo desglosado estimado para llevar a cabo las acciones y conceptos de servicios a considerar en el Plan de Acción a que hace referencia el numeral C.1., del presente anexo técnico, el cual no podrá representar un monto inferior al 40% del monto máximo que es \$5,600,000.00 que presente en la misma, sin que dicho monto exceda el presupuesto máximo referido en el párrafo anterior.

Los montos máximos y mínimos a 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".

I. 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 Comercialización, se reserva el derecho de aceptar, declinar o corregir, el orden y clasificación de los servicios previstos en el Plan de Trabajo referido en el numeral C.1. del 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 encuentran considerados en el Plan de Acción o las modificaciones al mismo, que no se encuentren aprobadas, de conformidad con lo establecido en el

J. 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.

K. 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.

L. 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"
Los Cabos, Baja California Sur, México, 23 de diciembre de 2019.


LIC. ISIDRO JORDÁN 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