

U.S. Department of Justice
Washington, DC 20530

Exhibit A to Registration Statement
Pursuant to the Foreign Agents Registration Act of 1938, as amended

INSTRUCTIONS. Furnish this exhibit for EACH foreign principal listed in an initial statement and for EACH additional foreign principal acquired subsequently. The filing of this document requires the payment of a filing fee as set forth in Rule (d)(1), 28 C.F.R. § 5.5(d)(1). Compliance is accomplished by filing an electronic Exhibit A form at <https://www.fara.gov>.

Privacy Act Statement. The filing of this document is required by the Foreign Agents Registration Act of 1938, as amended, 22 U.S.C. § 611 *et seq.*, for the purposes of registration under the Act and public disclosure. Provision of the information requested is mandatory, and failure to provide this information is subject to the penalty and enforcement provisions established in Section 8 of the Act. Every registration statement, short form registration statement, supplemental statement, exhibit, amendment, copy of informational materials or other document or information filed with the Attorney General under this Act is a public record open to public examination, inspection and copying during the posted business hours of the FARA Unit in Washington, DC. Statements are also available online at the FARA Unit's webpage: <https://www.fara.gov>. One copy of every such document, other than informational materials, is automatically provided to the Secretary of State pursuant to Section 6(b) of the Act, and copies of any and all documents are routinely made available to other agencies, departments and Congress pursuant to Section 6(c) of the Act. The Attorney General also transmits a semi-annual report to Congress on the administration of the Act which lists the names of all agents registered under the Act and the foreign principals they represent. This report is available to the public in print and online at: <https://www.fara.gov>.

Public Reporting Burden. Public reporting burden for this collection of information is estimated to average .22 hours per response, including the time for reviewing instructions, searching existing data sources, gathering and maintaining the data needed, and completing and reviewing the collection of information. Send comments regarding this burden estimate or any other aspect of this collection of information, including suggestions for reducing this burden to Chief, FARA Unit, Counterintelligence and Export Control Section, National Security Division, U.S. Department of Justice, Washington, DC 20530; and to the Office of Information and Regulatory Affairs, Office of Management and Budget, Washington, DC 20503.

| | |
|---|--------------------------------|
| 1. Name of Registrant MMGY Global, LLC | 2. Registration Number 6492 |
|---|--------------------------------|

3. Primary Address of Registrant
7309 W. 80th Street, #400, Overland Park, KS 66204

| | |
|--|---|
| 4. Name of Foreign Principal La Paz Tourism Trust | 5. Address of Foreign Principal Antiguo Palacio Municipal, Colonia Centro, C.P. 23000 La Paz, Baja California Sur MEXICO |
|--|---|

6. Country/Region Represented
MEXICO

7. Indicate whether the foreign principal is one of the following:

- Government of a foreign country¹
- Foreign political party
- Foreign or domestic organization: If either, check one of the following:
 - Partnership
 - Corporation
 - Association
 - Committee
 - Voluntary group
 - Other (*specify*) _____
- Individual-State nationality _____

8. If the foreign principal is a foreign government, state:

- a) Branch or agency represented by the registrant
La Paz Tourism
- b) Name and title of official(s) with whom registrant engages
Luz Maria Zepeda Esquerria - CEO

¹ "Government of a foreign country," as defined in Section 1(e) of the Act, includes any person or group of persons exercising sovereign de facto or de jure political jurisdiction over any country, other than the United States, or over any part of such country, and includes any subdivision of any such group and any group or agency to which such sovereign de facto or de jure authority or functions are directly or indirectly delegated. Such term shall include any faction or body of insurgents within a country assuming to exercise governmental authority whether such faction or body of insurgents has or has not been recognized by the United States.

9. If the foreign principal is a foreign political party, state:

- a) Name and title of official(s) with whom registrant engages

- b) Aim, mission or objective of foreign political party

10. If the foreign principal is not a foreign government or a foreign political party:

a) State the nature of the business or activity of this foreign principal.

b) Is this foreign principal:

- | | | |
|---|------------------------------|-----------------------------|
| Supervised by a foreign government, foreign political party, or other foreign principal | Yes <input type="checkbox"/> | No <input type="checkbox"/> |
| Owned by a foreign government, foreign political party, or other foreign principal | Yes <input type="checkbox"/> | No <input type="checkbox"/> |
| Directed by a foreign government, foreign political party, or other foreign principal | Yes <input type="checkbox"/> | No <input type="checkbox"/> |
| Controlled by a foreign government, foreign political party, or other foreign principal | Yes <input type="checkbox"/> | No <input type="checkbox"/> |
| Financed by a foreign government, foreign political party, or other foreign principal | Yes <input type="checkbox"/> | No <input type="checkbox"/> |
| Subsidized in part by a foreign government, foreign political party, or other foreign principal | Yes <input type="checkbox"/> | No <input type="checkbox"/> |

11. Explain fully all items answered "Yes" in Item 10(b).

12. If the foreign principal is an organization and is not owned or controlled by a foreign government, foreign political party or other foreign principal, state who owns and controls it.


EXECUTION

In accordance with 28 U.S.C. § 1746, and subject to the penalties of 18 U.S.C. § 1001 and 22 U.S.C. § 618, the undersigned swears or affirms under penalty of perjury that he/she has read the information set forth in this statement filed pursuant to the Foreign Agents Registration Act of 1938, as amended, 22 U.S.C. § 611 *et seq.*, that he/she is familiar with the contents thereof, and that such contents are in their entirety true and accurate to the best of his/her knowledge and belief.

| Date | Printed Name | Signature |
|------------|----------------|-------------------|
| 02/01/2024 | Misti Borchers | /s/Misti Borchers |
| _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ |

EXECUTION

In accordance with 28 U.S.C. § 1746, and subject to the penalties of 18 U.S.C. § 1001 and 22 U.S.C. § 618, the undersigned swears or affirms under penalty of perjury that he/she has read the information set forth in this statement filed pursuant to the Foreign Agents Registration Act of 1938, as amended, 22 U.S.C. § 611 *et seq.*, that he/she is familiar with the contents thereof, and that such contents are in their entirety true and accurate to the best of his/her knowledge and belief.

| Date | Printed Name | Signature |
|----------|----------------|--|
| 2/1/2024 | Misti Borchers |  |
| _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ |

U.S. Department of Justice
Washington, DC 20530

**Exhibit B to Registration Statement
Pursuant to the Foreign Agents Registration Act of
1938, as amended**

INSTRUCTIONS. A registrant must furnish as an Exhibit B copies of each written agreement and the terms and conditions of each oral agreement with his foreign principal, including all modifications of such agreements, or, where no contract exists, a full statement of all the circumstances by reason of which the registrant is acting as an agent of a foreign principal. Compliance is accomplished by filing an electronic Exhibit B form at <https://www.fara.gov>.

Privacy Act Statement. The filing of this document is required for the Foreign Agents Registration Act of 1938, as amended, 22 U.S.C. § 611 *et seq.*, for the purposes of registration under the Act and public disclosure. Provision of the information requested is mandatory, and failure to provide the information is subject to the penalty and enforcement provisions established in Section 8 of the Act. Every registration statement, short form registration statement, supplemental statement, exhibit, amendment, copy of informational materials or other document or information filed with the Attorney General under this Act is a public record open to public examination, inspection and copying during the posted business hours of the FARA Unit in Washington, DC. Statements are also available online at the FARA Unit's webpage: <https://www.fara.gov>. One copy of every such document, other than informational materials, is automatically provided to the Secretary of State pursuant to Section 6(b) of the Act, and copies of any and all documents are routinely made available to other agencies, departments and Congress pursuant to Section 6(c) of the Act. The Attorney General also transmits a semi-annual report to Congress on the administration of the Act which lists the names of all agents registered under the Act and the foreign principals they represent. This report is available to the public in print and online at: <https://www.fara.gov>.

Public Reporting Burden. Public reporting burden for this collection of information is estimated to average .32 hours per response, including the time for reviewing instructions, searching existing data sources, gathering and maintaining the data needed, and completing and reviewing the collection of information. Send comments regarding this burden estimate or any other aspect of this collection of information, including suggestions for reducing this burden to Chief, FARA Unit, Counterintelligence and Export Control Section, National Security Division, U.S. Department of Justice, Washington, DC 20530; and to the Office of Information and Regulatory Affairs, Office of Management and Budget, Washington, DC 20503.

| | |
|---|--------------------------------|
| 1. Name of Registrant MMGY Global, LLC | 2. Registration Number 6492 |
|---|--------------------------------|

| |
|--|
| 3. Name of Foreign Principal La Paz Tourism Trust |
|--|

Check Appropriate Box:

- 4. The agreement between the registrant and the above-named foreign principal is a formal written contract. If this box is checked, attach a copy of the contract to this exhibit.
- 5. There is no formal written contract between the registrant and the foreign principal. The agreement with the above-named foreign principal has resulted from an exchange of correspondence. If this box is checked, attach a copy of all pertinent correspondence, including a copy of any initial proposal which has been adopted by reference in such correspondence.
- 6. The agreement or understanding between the registrant and the foreign principal is the result of neither a formal written contract nor an exchange of correspondence between the parties. If this box is checked, give a complete description below of the terms and conditions of the oral agreement or understanding, its duration, the fees and expenses, if any, to be received.
- 7. What is the date of the contract or agreement with the foreign principal? 01/01/2023
- 8. Describe fully the nature and method of performance of the above indicated agreement or understanding.

Provide promotion, advertising and public relations services to promote tourism for La Paz, Baja California Sur to U.S. and Candadian travlelers.

9. Describe fully the activities the registrant engages in or proposes to engage in on behalf of the above foreign principal.

Refer to above.

10. Will the activities on behalf of the above foreign principal include political activities as defined in Section 1(o) of the Act¹.

Yes No

If yes, describe all such political activities indicating, among other things, the relations, interests or policies to be influenced together with the means to be employed to achieve this purpose. The response must include, but not be limited to, activities involving lobbying, promotion, perception management, public relations, economic development, and preparation and dissemination of informational materials.

11. Prior to the date of registration² for this foreign principal has the registrant engaged in any registrable activities, such as political activities, for this foreign principal?

Yes No

If yes, describe in full detail all such activities. The response should include, among other things, the relations, interests, and policies sought to be influenced and the means employed to achieve this purpose. If the registrant arranged, sponsored, or delivered speeches, lectures, social media, internet postings, or media broadcasts, give details as to dates, places of delivery, names of speakers, and subject matter. The response must also include, but not be limited to, activities involving lobbying, promotion, perception management, public relations, economic development, and preparation and dissemination of informational materials.

Set forth below a general description of the registrant's activities, including political activities.

Set forth below in the required detail the registrant's political activities.

| Date | Contact | Method | Purpose |
|------|---------|--------|---------|
|------|---------|--------|---------|

12. During the period beginning 60 days prior to the obligation to register³ for this foreign principal, has the registrant received from the foreign principal, or from any other source, for or in the interests of the foreign principal, any contributions, income, money, or thing of value either as compensation, or for disbursement, or otherwise?

Yes No

If yes, set forth below in the required detail an account of such monies or things of value.

| Date Received | From Whom | Purpose | Amount/Thing of Value |
|---------------------------|-----------|---------|-----------------------|
| See Appendix for Response | | | |
| | | | \$ 170,582.09 |
| | | | Total |

13. During the period beginning 60 days prior to the obligation to register⁴ for this foreign principal, has the registrant disbursed or expended monies, or disposed of anything of value other than money, in connection with activity on behalf of the foreign principal or transmitted monies to any such foreign principal?

Yes No

If yes, set forth below in the required detail an account of such monies or things of value.

| Date | Recipient | Purpose | Amount/Thing of Value |
|-----------------------|----------------------|------------------------------|-----------------------|
| 01/01/2023-11/30/2023 | La Paz Tourism Trust | Press Clipping Service | \$ 455.66 |
| 01/01/2023-11/30/2023 | La Paz Tourism Trust | Travel/Expense Reimbursement | \$ 1,902.88 |
| 01/01/2023-11/30/2023 | La Paz Tourism Trust | Subscriptions | \$ 3,567.18 |
| | | | \$ 5,925.72 |
| | | | Total |

¹ "Political activity," as defined in Section 1(o) of the Act, means any activity which the person engaging in believes will, or that the person intends to, in any way influence any agency or official of the Government of the United States or any section of the public within the United States with reference to formulating, adopting, or changing the domestic or foreign policies of the United States or with reference to the political or public interests, policies, or relations of a government of a foreign country or a foreign political party.

^{2,3,4} Pursuant to Section 2(a) of the Act, an agent must register within ten days of becoming an agent, and before acting as such.


EXECUTION

In accordance with 28 U.S.C. § 1746, and subject to the penalties of 18 U.S.C. § 1001 and 22 U.S.C. § 618, the undersigned swears or affirms under penalty of perjury that he/she has read the information set forth in this statement filed pursuant to the Foreign Agents Registration Act of 1938, as amended, 22 U.S.C. § 611 *et seq.*, that he/she is familiar with the contents thereof, and that such contents are in their entirety true and accurate to the best of his/her knowledge and belief.

| Date | Printed Name | Signature |
|------------|----------------|-------------------|
| 02/01/2024 | Misti Borchers | /s/Misti Borchers |
| _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ |

EXECUTION

In accordance with 28 U.S.C. § 1746, and subject to the penalties of 18 U.S.C. § 1001 and 22 U.S.C. § 618, the undersigned swears or affirms under penalty of perjury that he/she has read the information set forth in this statement filed pursuant to the Foreign Agents Registration Act of 1938, as amended, 22 U.S.C. § 611 *et seq.*, that he/she is familiar with the contents thereof, and that such contents are in their entirety true and accurate to the best of his/her knowledge and belief.

| Date | Printed Name | Signature |
|----------|----------------|--|
| 2/1/2024 | Misti Borchers |  |
| _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ |
| _____ | _____ | _____ |

Appendix

Response to Item 12

Item 12: During the period beginning 60 days prior to the obligation to register for this foreign principal, has the registrant received from the foreign principal, or from any other source, for or in the interests of the foreign principal, any contributions, income, money, or thing of value either as compensation, or for disbursement, or otherwise? If yes, set forth below in the required detail an account of such monies or things of value.

| Date Received | From Whom | Purpose | Amount/Thing of Value |
|-----------------------|----------------------|-----------------------|------------------------------|
| 01/01/2023-11/30/2023 | La Paz Tourism Trust | Professional Services | \$ 15,902.07 |
| 01/01/2023-11/30/2023 | La Paz Tourism Trust | Professional Services | \$ 16,607.86 |
| 01/01/2023-11/30/2023 | La Paz Tourism Trust | Professional Services | \$ 16,611.71 |
| 01/01/2023-11/30/2023 | La Paz Tourism Trust | Professional Services | \$ 17,054.84 |
| 01/01/2023-11/30/2023 | La Paz Tourism Trust | Professional Services | \$ 34,429.22 |
| 01/01/2023-11/30/2023 | La Paz Tourism Trust | Professional Services | \$ 17,862.48 |
| 01/01/2023-11/30/2023 | La Paz Tourism Trust | Professional Services | \$ 17,515.49 |
| 01/01/2023-11/30/2023 | La Paz Tourism Trust | Professional Services | \$ 17,055.33 |
| 01/01/2023-11/30/2023 | La Paz Tourism Trust | Professional Services | \$ 17,543.09 |

CONTRATO No. FITUPAZ 2022/20

CONTRATO ABIERTO DE ADQUISICIÓN DE SERVICIOS PARA EL EJERCICIO FISCAL 2023, QUE CELEBRAN, POR UNA PARTE, BANCO SANTANDER MÉXICO, SA, INSTITUCIÓN DE BANCA MULTIPLE, GRUPO FINANCIERO SANTANDER MÉXICO, EN SU CARÁCTER DE FIDUCIARIA DEL FIDEICOMISO DENOMINADO FIDEICOMISO DE TURISMO DE LA PAZ Y/O BANCO MEXICANO FIDEICOMISO DE TURISMO DE LA PAZ, REPRESENTADO EN ESTE ACTO POR EL LIC. JORGE CARLOS GONZÁLEZ TISCAREÑO EN SU CARÁCTER DE DELEGADO FIDUCIARIO, A QUIEN EN LO SUCESIVO SE LE DENOMINARÁ COMO "FITUPAZ", Y POR LA OTRA PARTE LA EMPRESA "MMGY GLOBAL LLC.", REPRESENTADA EN ESTE ACTO POR JUSTIN MICHAEL FARMER, A QUIEN EN LO SUCESIVO SE LE DENOMINARÁ COMO "EL PROVEEDOR", DE CONFORMIDAD CON LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLAUSULAS:

DECLARACIONES

I.- Declara "FITUPAZ" a través de su Delegado Fiduciario, bajo protesta de decir verdad, que:

- a) Ser un fideicomiso constituido conforme a lo previsto tanto en la Ley de Títulos y Operaciones de Crédito como en la Ley de Instituciones de Crédito, autorizado dentro de sus fines para llevar a cabo operaciones contractuales que tengan como finalidad la promoción turística del Municipio de La Paz Baja California Sur, que comparece a formalizar este contrato a través de su Delegado Fiduciario, quien actúa en cumplimiento de las instrucciones que le giró por escrito el Comité Técnico de EL FIDEICOMISO y que se encuentra identificado en los registros del fiduciario bajo el número denominado indistintamente como "Fideicomiso de Turismo de La Paz" y/o "Banco Mexicano Fideicomiso de Turismo de La Paz", también conocido como "FITUPAZ".
b) Con fecha 26 de junio de 1997, el Gobierno del Estado de Baja California Sur con el carácter de Fideicomitente y Fideicomisario y Banco Mexicano, S.A., Institución de Banca Múltiple, Grupo Financiero Invermexico, actualmente

OPEN CONTRACT FOR SERVICES AQUISICION FOR FISCAL YEAR 2023, THIS AGREEMENT IS ENTERED INTO BY BANCO SANTANDER MÉXICO, SA, INSTITUCIÓN DE BANCA MULTIPLE, GRUPO FINANCIERO SANTANDER MÉXICO. IN ITS CAPACITY AS TRUSTEE OF TRUST NAMED "FIDEICOMISO DE TURISMO DE LA PAZ" [LA PAZ TOURISM TRUST] AND/OR "BANCO MEXICANO FIDEICOMISO DE TURISMO DE LA PAZ" [BANCO MEXICANO LA PAZ TOURISM TRUST], HEREIN REPRESENTED BY LIC. JORGE CARLOS GONZÁLEZ TISCAREÑO, DELEGATE FIDUCIARY, THEREAFTER, HE SHALL BE NAMED AS "FITUPAZ" AND ON THE OTHER PART, MMGY GLOBAL LLC., REPRESENTED IN THIS ACT BY JUSTIN MICHAEL FARMER, HEREINAFTER SHALL BE NAMED AS "THE SUPPLIER"; THE PARTIES WILL BE PURSUANT TO THE FOLLOWING:

RECITALS

I.- "FITUPAZ", through its representative, hereby states that:

- a) It is a trust established in accordance with the Negotiable Instruments and Credit Transactions Law and the Lending Institutions Law, and it is authorized, within the scope of its purposes, to engage in contractual transactions that are intended to promote tourism to the city of La Paz, Baja California Sur, Mexico. It enters into this contract through its Chief Trust Officer, and it is identified in the trustee's records as number named "Fideicomiso de Turismo de La Paz" and/or "Banco Mexicano Fideicomiso de Turismo de La Paz."
b) On June 26, 1997, the Government of the State of Baja California Sur, in the capacity of Trustor and Beneficiary, and Banco Mexicano, S.A., Institución de Banca Múltiple, Grupo Financiero Invermexico (now Banco Santander México, S.A., Institución de Banca Múltiple, Grupo Financiero

CONTRATO No. FITUPAZ 2022/20

Banco Santander México, S.A., Institución de Banca Múltiple, Grupo Financiero Santander México como fiduciario, celebraron contrato de Fideicomiso Irrevocable de Inversión, Administración y Fuente de Pago, en el cual el primero se comprometió a aportar un porcentaje de la recaudación obtenida con motivo de la Implementación y Administración del Impuesto sobre Hospedaje, establecido mediante decreto número 1105 emitido por el H. Congreso del Estado Libre y Soberano de Baja California Sur, de fecha 16 de diciembre de 1996, modificado mediante Decreto No. 1586, de fecha 30 de Septiembre de 2012, mismo que reformó su artículo 18 donde se establece que el 80% de la recaudación del impuesto al hospedaje se destinará a la promoción turística nacional e internacional, el 17.5% para la promoción turística de todo el Estado en General y el 2.5% para gastos originados con motivo de la administración del impuesto sobre la prestación de servicios de hospedaje.

- c) Que su Delegado fiduciario que en este acto participa, acredita su personalidad y las facultades con las que comparece con la escritura pública número 90,804 (noventa mil ochocientos cuatro), del Libro 3,398 (tres mil trescientos noventa y ocho), de fecha 13 de mayo de 2019, otorgada ante la fe del Licenciado Marco Antonio Ruiz Aguirre, Notario Público Número 229 de la Ciudad de México, registrada en el Registro Público de la Propiedad y del Comercio de dicha ciudad bajo el Folio Mercantil 63,608, manifestando bajo protesta de decir verdad que las facultades que le confiere dicho instrumento no le han sido limitadas o revocadas en forma alguna.
- d) Que acredita su cambio de razón social o denominación en la escritura pública 87,949 (ochenta y siete mil novecientos cuarenta y nueve), del Libro 3,248 (Tres mil doscientos cuarenta y ocho), de fecha 05 de septiembre de 2018, pasada ante la fe del licenciado Marco 2Ruiz Aguirre, titular de la Notaria número 229 (Doscientos veintinueve) de la Ciudad de México, inscrita en el Registro Público de la Propiedad y de Comercio de dicha ciudad con fecha 13 de septiembre de 2018, en el Folio Mercantil 59907, misma que bajo los términos del contrato constitutivo del Fideicomiso identificado en sus registros fiduciarios bajo el

Santander México), as trustee, entered into an agreement for an Irrevocable Investment, Management, and Source of Payment Trust. In that agreement, the Government of the State of Baja California Sur agreed to contribute a percentage of the revenue collected as a result of the Implementation and Administration of the Tax on Accommodations, which was established in Decree Number 1105, issued by the Honorable Congress of the Free and Sovereign State of Baja California Sur on December 16, 1996, modificado trough Decree

Number 1586 of September 30, 2012, which was amended it article 18 establishes that 80% of the revenue from the Tax on Accommodations shall be allocated for promoting tourism domestically and internationally, 17.5% shall be allocated for promoting tourism to the entire State in general, and 2.5% shall be allocated for expenses resulting from the administration of the tax on services involving accommodations.

- c) Its Chief Trust Officer, by whom it is represented herein, provides evidence of its legal personality and his authority as its representative in the form of notarially-recorded instrument number 90,804 ninety thousand eight hundred and four), of Book 3,398 (three thousand three hundred and ninety-eight), dated May 13, 2019, granted before the faith of Mr. Marco Antonio Ruiz Aguirre, Notary Public Number 229 of Mexico City, and registered in the Public Register of Property and Commerce in that city on Folio Number 63,608. He states under oath that the authority conferred on him by that instrument has not been revoked or limited in any manner.
- d) It provides evidence of the change in its name or corporate name in the form of notarially-recorded instrument number 87,949 (eighty-seven thousand nine hundred forty-nine), which was recorded in book number 3,248 (Three thousand two hundred forty-eight) on September 05, 2018; that instrument was executed before Marco Antonio Ruiz Aguirre, holder of notary number 229 (Two hundred and twenty-nine) of Mexico City, and that instrument was recorded in the Public Register of Property and Commerce in that city on September 13, 2018 in Commercial Folio Number 59907. Under the terms of the agreement establishing the trust

CONTRATO No. FITUPAZ 2022/20

número [redacted] puede formalizar directamente todo tipo de contratos, convenios y acuerdos, en nombre y representación del propio Fideicomiso

that is identified in the trustee's records as number [redacted] it may enter directly into contracts, agreements, and covenants of all kinds in the name and on behalf of the Trust itself.

e) Que para cubrir las erogaciones que se deriven del presente contrato, se cuenta con recursos derivados del Impuesto sobre la Prestación de Servicios de Hospedaje, autorizados por el Comité Técnico de "FITUPAZ", del presupuesto para el ejercicio 2022, la partida presupuestal: PROMOCIÓN INTERNACIONAL / CAMPAÑA DE PROMOCIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS/ CAMPAÑA IMAGEN Y PROMOCIÓN LA PAZ, mediante acuerdo unánime de fecha 19 de octubre del 2022, para provisionar recursos bastos y suficientes para hacer frente a los compromisos adquiridos en este contrato.

e) In order to cover expenses derived from this contract, there are resources from the accommodation tax, authorized by the technical committee of "FITUPAZ" from the 2022 budget, from the budget allocation: PROMOCIÓN INTERNACIONAL/ CAMPALA DE PROMOCIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS/ CAMPAÑA DE IMAGEN Y PROMOCIÓN LA PAZ. Whereby sufficient resources were allocated for the fulfillment of this Agreement.

f) El presente contrato se adjudicó de conformidad con el fallo de fecha 15 de diciembre de 2022, emitido por el Subcomité de Adquisiciones del Fideicomiso de Turismo de La Paz, dentro de la licitación pública Internacional presencial número [redacted], con fundamento en lo dispuesto por el artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y 161 de la Constitución política del Estado Libre y Soberano de Baja California Sur, y de conformidad con los artículos 30, 31 fracción I, 35 fracción II, 47, 48 y 58 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Estado de Baja California Sur.

f) This contract was awarded in accordance with the ruling dated December 15th 2022, issued by the acquisitions subcommittee of the La Paz Tourism Board within the public international tendering procedure number [redacted] in accordance with the provisions of article 134 of the Mexican Constitution and the article 161 of the State of Baja California Sur, and articles 30, 31 section I, 35 section II, 47, 48 and 58 of the Acquisitions, Leasing and Services of the State of Baja California Sur.

Para efectos del presente contrato, señala como su domicilio el de sus Oficinas Administrativas, ubicado en Calle Álvaro Obregón 460, locales 216 a 218, edificio Cornejo, C.P. 23000 en La Paz, Baja California Sur, México

For purposes of this contract, it establishes its physical address as the Administrative Offices at Calle Álvaro Obregón 460, locales 216 a 218, Cornejo Building, C.P. 23000, La Paz, Baja California Sur, México

II.- Declara "EL PROVEEDOR", bajo Protesta de decir verdad, que:

II .- "THE SUPPLIER" states under oath that:

a) Es una compañía de responsabilidad limitada debidamente constituida el 08 de diciembre de

a) It is a limited liability company duly incorporated dated December 8, 2011, under the laws of State of Delaware, USA. And that recognizes the

CONTRATO No. FITUPAZ 2022/20

2011, bajo las leyes del Estado de Delaware, en los Estados Unidos de Norteamérica, y conoce los alcances de las obligaciones que le fueron asignadas, y que derivan del proceso de licitación pública internacional presencial número [redacted]

assigned duties by the International public Tendering number [redacted]

- b) Se encuentra representada para la celebración de este contrato, por el Hug McConnell, quien acredita su personalidad en términos del expediente [redacted] de la constitución de la sociedad de fecha 12 de diciembre de 2011, otorgada ante la fe del Notario Público Michael N. Blue, del Estado de Delaware y manifiesta bajo protesta de decir verdad, que las facultades que le fueron conferidas no le han sido revocadas, modificadas ni restringidas en forma alguna.
- c) De acuerdo con sus estatutos, su objeto social consiste, entre otras actividades, el de prestar los servicios de comunicaciones de marketing y relaciones públicas.
- d) Que cuenta con número para el pago de impuestos: [redacted]
- e) Que se encuentra en pleno uso de sus derechos, tiene capacidad jurídica para contratar y que no se encuentra imposibilitada para celebrar el presente contrato con "FITUPAZ".
- f) Que se encuentra al corriente de sus obligaciones fiscales, y ha presentado la última declaración obligatoria, y que cuenta con el documento correspondiente, vigente, expedido por la autoridad fiscal del Estado de Delaware, USA.
- g) Manifiesta que dispone de la organización, experiencia, elementos técnicos, humanos y económicos necesarios, así como con la capacidad suficiente para cumplir con las obligaciones que asume en el presente contrato.
- h) Manifiesta, bajo protesta de decir verdad, no encontrarse en los supuestos de los artículos 61 y 77 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Estado de Baja California Sur.

- b) It is represented for the celebration of this contract, by Mr. Hugh McConnell, who accredits his personality in terms of the File No. [redacted] of the day of December 08, 2011 granted before the lawyer Michael N. Blue, Notary Public, of the State of Delaware and declares under protest of truth that the powers conferred upon him have not been revoked, modified or restricted in any way.
- c) In accordance with its bylaws, its corporate purpose consists, among other activities, of providing marketing communications and public relations services.
- d) It has tax identification number [redacted]
- e) That is on its full use of rights, has the juridical capacity to contract and that is not prevented from entering into this agreement with "FITUPAZ".
- f) That is up to date with its fiscal obligations and has presented the latest annual tax return stamped by the fiscal authority of the State of Delaware, USA.
- g) It declares that it possesses the organization, experience, technical, economical and human elements needed, as well as the full capacity to meet the duties designated on this contract.
- h) It states under oath, not being in the assumptions of articles 61 and 77 of the Law of acquisitions, leasing and services

[Handwritten signatures and initials in blue ink]

CONTRATO No. FITUPAZ 2022/20

| | |
|--|--|
| <p>i) Señala como domicilio legal para todos los efectos de este acto jurídico, el ubicado en 7309 W 80th St #400 Overland Park, Kansas, Código Postal 66204, Estados Unidos de Norteamérica. Con cuenta de correo electrónico jfammer@mmgyglobal.com and número telefónico 816 300 5173 y Julie Freeman jfreeman@njfpr.com , +1-646-442-6764.</p> <p>j) Que respecto de todo el personal que destine para la prestación del servicio objeto de este contrato, funge como único y absoluto patrón, responsabilizándose de todos los pagos que se generen por concepto de sueldos, salarios y prestaciones de seguridad social y demás obligaciones jurídicas que como patrón las leyes lo obligan, por lo que "EL PROVEEDOR" libera en este contrato de toda responsabilidad CIVIL, PENAL, ADMINISTRATIVA, LABORAL o de la índole que fuere a "FITUPAZ" y/o BANCO SANTANDER MÉXICO SOCIEDAD ANÓNIMA, INSTITUCIÓN DE BANCA MÚLTIPLE, GRUPO FINANCIERO SANTANDER MÉXICO, en lo personal y en su carácter de fiduciario de "FITUPAZ", sobre la contratación de los servicios a su cargo.</p> <p>k) Que reconoce y acepta que la marca que se utilizará en el material de promoción turística internacional de La Paz, Baja California Sur, a través de los servicios de Promoción, Publicidad y Relaciones Públicas en materia turística a nivel internacional (Estados Unidos y Canadá) para el destino de La Paz, Baja California Sur, México, es propiedad de "FITUPAZ" y que ésta será utilizada sin obtener ningún lucro o beneficio y siempre en favor del Estado de Baja California Sur, México.</p> <p>III. Declaran conjuntamente "LAS PARTES" que:</p> <p>a) Se reconocen recíprocamente la personalidad y facultades con las que comparecen a la celebración del presente Contrato.</p> <p>b) "EL PROVEEDOR" prestará los Servicios en favor de "FITUPAZ".</p> | <p>i) Its domicile is located at 7309 W 80th St #400 Overland Park, KS 66204, USA. With contacts Julie Freeman, email address jfreeman@njfpr.com and phone number 1-646-442-6764, and Justin Farmer, email address jfarmer@mmgyglobal.com and phone number 816 300 5173.</p> <p>j) It states he is the employer from all personnel designated for the duties, being responsible from all payments result of payrolls and social security as well as juridical obligations, for this reason "THE SUPPLIER" frees from this contract all civil, criminal, administrative liability to "FITUPAZ" y/o BANCO SANTANDER MÉXICO SOCIEDAD ANÓNIMA, INSTITUCIÓN DE BANCA MÚLTIPLE, GRUPO FINANCIERO SANTANDER MÉXICO, personally and in his capacity as trustee of "FITUPAZ" regarding the contract of services under his charge.</p> <p>k) It recognizes that the brand used on the material of international tourist promotion of La Paz Baja California Sur through the services of Promoción, Publicidad y Relaciones Públicas en materia turística a nivel internacional (Estados Unidos y Canadá) para el destino de La Paz, Baja California Sur, México is property of "FITUPAZ" and this will be used with no other purpose or benefit always in favour of the state of Baja California Sur.</p> <p>III. The parties, hereby mutually acknowledge the following:</p> <p>a) The personality and powers with which they appear at the conclusion of this Contract are reciprocally recognized.</p> <p>b) "THE SUPPLIER" will provide the services in favor of "FITUPAZ".</p> |
|--|--|

CONTRATO No. FITUPAZ 2022/20

c) En la celebración del presente instrumento no media dolo, mala fe, error o cualquier vicio del consentimiento.

En virtud de lo anterior, las partes se obligan al cumplimiento y ejecución del presente Contrato, al tenor de las siguientes

CLÁUSULAS:

PRIMERA.- OBJETO DEL CONTRATO.- "FITUPAZ" encomienda a "EL PROVEEDOR" y éste se obliga a llevar a cabo la prestación de los servicios de **Promoción, Publicidad y Relaciones Públicas en materia turística a nivel internacional (Estados Unidos y Canadá) para el destino de La Paz, Baja California Sur, México**, en los términos y condiciones que se precisan en el presente contrato, PROPUESTA TECNICA Y ECONÓMICA DEL LICITANTE GANADOR, en donde se señala la descripción pormenorizada del servicio, y que se anexan al presente como **ANEXOS I y II**.

Todo lo anterior, en coordinación con el (la) Director (a) de "FITUPAZ", para lo cual "EL PROVEEDOR" pondrá toda su experiencia y capacidad, dedicándole todo el tiempo que sea necesario.

SEGUNDA. MONTO DEL CONTRATO. El monto mínimo total a pagar es por la cantidad de **\$2,640,000.00 (SON: Dos millones seiscientos cuarenta mil pesos 00/100 M.N.)**, y el monto máximo total a pagar es por la cantidad de **\$5,466,000.00 (SON: Cinco millones cuatrocientos sesenta y seis mil pesos 00/100 M.N.)**, como contraprestación por los servicios objeto del presente Contrato.

No obstante, el precio pactado y como ha quedado señalado en líneas anteriores, BANCO SANTANDER MÉXICO, S.A., INSTITUCIÓN DE BANCA MÚLTIPLE, GRUPO FINANCIERO SANTANDER MÉXICO, no responderá en lo personal ni con sus bienes en caso del incumplimiento en el pago de los honorarios de "EL PROVEEDOR", sino que responderá hasta donde basten y alcancen los recursos propios de "FITUPAZ"; el precio aquí convenido es para todo el periodo del presente contrato. De la misma forma, BANCO SANTANDER MÉXICO, S.A. INSTITUCIÓN DE BANCA

c) In the conclusion of this instrument there is no fraud, bad faith, error or any vice of consent.

By virtue of the foregoing, both parties are obligated to comply and execute this contract in accordance with the following:

CLAUSES:

FIRST.- PURPOSE OF THE CONTRACT.-

"FITUPAZ" entrust to "THE SUPPLIER" and this is obligated to carry out the services of **Promotion, advertising, and public relations in tourism at an international level (United states and Canada) for the destination of La Paz, Baja California Sur**, in accordance and conditions mentioned on this contract, TECHNICAL AND ECONOMIC PROPOSAL FROM THE WINNER BIDDER, in which a summarized description is mentioned and which are attached to this contract as **EXHIBITS I AND II**.

All of the above, in coordination with the Director of "FITUPAZ", for which "THE SUPPLIER" will put all its experience and capacity, dedicating all the time that is necessary.

SECOND. CONTRACT AMOUNT. The minimum total to be paid corresponds the amount of **\$2,640,000.00 (Two million six hundred and forty thousand pesos 00/100 M.N.)**, and the maximum total amount to be paid is **\$5,466,000.00 (Five million four hundred and sixty-six thousand pesos 00/100 M.N.)**, as a remuneration for the given services mentioned on this contract.

Notwithstanding the price agreed and as it has been specified above, BANCO SANTANDER (MÉXICO), S.A., INSTITUCIÓN DE BANCA MÚLTIPLE, GRUPO FINANCIERO SANTANDER MÉXICO, will not be personally liable nor with its property in the event of a breach in the payment of the fees to "THE SUPPLIER"; however, it will be liable with the own funds of "FITUPAZ"; the price agreed herein is for all the term of this agreement. Likewise BANCO SANTANDER MÉXICO, S.A. INSTITUCIÓN DE BANCA MÚLTIPLE, GRUPO FINANCIERO SANTANDER MÉXICO, will not be personally liable nor with its property in the event

Página 6 de 37

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS, QUE CELEBRAN POR UNA PARTE "EL FIDEICOMISO DE TURISMO DE LA PAZ" F/2110603-0 Y/O BANCO MEXICANO F20025 FIDEICOMISO DE TURISMO DE LA PAZ Y POR OTRA PARTE "MMGY GLOBAL LLC"

CONTRATO No. FITUPAZ 2022/20

| | |
|--|--|
| <p>MÚLTIPLE, GRUPO FINANCIERO SANTANDER MÉXICO, no responderá en lo personal ni con sus bienes en caso de que habiendo recursos no se emitan las cartas de instrucción en donde se ordene el pago correspondiente por parte del Comité Técnico de "FITUPAZ".</p> <p>Un detallado como plan de trabajo y su calendario correspondiente se adjunta como ANEXO I, además de la propuesta económica con su respectivo esquema de pagos como ANEXO II.</p> <p>TERCERA.- CONDICIONES DE PAGO.- "FITUPAZ" pagará mensualmente en relación al plan de comunicación y trabajos realizados a entera satisfacción de "FITUPAZ" y previa entrega de facturas y documentación comprobatoria, los cuales se sujetaran a lo siguiente:</p> <p>A) No se otorgarán anticipos.</p> <p>B) Para el pago de los conceptos que integran la campaña internacional de Promoción, Publicidad y Relaciones Públicas en materia turística a nivel internacional (Estados Unidos y Canadá) para el destino de La Paz, Baja California Sur, México, durante el periodo del 01 de enero del 2023 al 31 de diciembre de 2023. "EL PROVEEDOR" adjudicado se compromete a enviar a "FITUPAZ" la justificación debidamente fundamentada con testigos, con facturas, así como los respaldos realizados, mismos que deberán ser dirigidos y expedidos a nombre de BANCO SANTANDER MÉXICO, S.A., INSTITUCIÓN DE BANCA MÚLTIPLE, GRUPO FINANCIERO SANTANDER MÉXICO [REDACTED] OFIDEICOMISO DE TURISMO DE LA PAZ Y/O BANCO MEXICANO [REDACTED] FIDEICOMISO DE TURISMO DE LA PAZ, debiéndose comprobar invariablemente con dichos soportes el ejercicio de los recursos que pagará "FITUPAZ". El incumplimiento a dicha obligación cesará en todo momento los pagos que se tengan que cubrir por parte de "FITUPAZ", haciéndose inmediatamente efectiva la garantía de cumplimiento, incluyendo también los pagos previamente realizados y no comprobados.</p> | <p>that, having resources, the payment instructions are not issued in which the payment is order by the Technical Committee of "FITUPAZ".</p> <p>A detailed framework and calendar is attached as EXHIBIT I, as well as the economic proposal with payroll scheme as EXHIBIT II.</p> <p>THIRD.- PAYMENT CONDITIONS.- "FITUPAZ" will monthly pay according to the communication plan and duties done to the entirely satisfaction of "FITUPAZ" and previous delivery of invoices and documents as proof, which will be subjected to the following:</p> <p>A) There will not be payments in advance.</p> <p>B) In order to proceed with payments included on the Promotion, advertising, and public relations in tourism at an international level (United states and Canada) for the destination of La Paz, Baja California Sur in the period from January 1st 2023 to December 31st 2023. "THE SUPPLIER" is committed to send to "FITUPAZ" the justification duly substantiated with witnesses, with invoices, as well as the endorsements which must be addressed and issued to BANCO SANTANDER MÉXICO, S.A., INSTITUCIÓN DE BANCA MÚLTIPLE, GRUPO FINANCIERO SANTANDER MÉXICO [REDACTED] FIDEICOMISO DE TURISMO DE LA PAZ Y/O BANCO MEXICANO [REDACTED] FIDEICOMISO DE TURISMO DE LA PAZ and the exercise of the resources that "FITUPAZ" will pay must be invariably verified with said supports. The Failure to comply with this obligation will cease at all times the payments that have to be covered by "FITUPAZ", the compliance guarantee being immediately effective, also including previously made and unverified payments.</p> |
|--|--|

CONTRATO No. FITUPAZ 2022/20

C) "FITUPAZ" se reserva el derecho de rechazar cualquier documento de facturación o justificación de gastos que no esté claramente reportado y aprobado previamente por "FITUPAZ" y con sus características fiscales requeridas por las leyes del país de México.

D) Será requisito indispensable para realizar la ministración de recursos, el que "EL PROVEEDOR" se encuentre al corriente en la comprobación a que se refieren los puntos anteriores.

E) La fecha de pago no podrá exceder de 15 (quince) días naturales contados a partir de la entrega de la factura que cumpla con los requisitos fiscales, previa prestación del servicio en los términos contratados.

El pago de la contraprestación se hará mediante transferencia bancaria a la siguiente cuenta bancaria de "EL PROVEEDOR" (o aquella otra que "EL PROVEEDOR" le notifique a "FITUPAZ" de forma previa a realizar el pago):



CUARTA.- FORMA, LUGAR Y FECHA DE ENTREGA.- "EL PROVEEDOR" se obliga a cumplir con la entrega de los servicios de Promoción, Publicidad y Relaciones Públicas en materia turística a nivel internacional (Estados Unidos y Canadá) para el destino de La Paz, Baja California Sur, México, señalados en la CLÁUSULA PRIMERA, anterior, como a continuación se describe:

- o **FORMA.** Mediante reportes mensuales consistentes en:

Durante la vigencia del contrato se obliga a presentar los reportes o información que solicite "FITUPAZ" dentro de los 3 días hábiles siguientes a la petición. Dichos reportes se llevarán a cabo

C) "FITUPAZ" reserves the right to reject any billing document or justification of expenses that is not clearly reported and previously approved by "FITUPAZ" and with its fiscal characteristics required by the laws of the country of Mexico.

D) It will be required to perform resource management, for "THE SUPPLIER" to be current in the tests and reports referred to in the paragraphs above.

E) The payment will not exceed 15 (fifteen) natural days from the moment the invoice is received with the tax information in accordance with the terms in this contract.

The payment will be done through a wire transfer to the following bank account of "THE SUPPLIER" (or any other "THE SUPPLIER" notifies to "FITUPAZ", prior the payment):



FOURTH.- FORM, PLACE AND DELIVERY DATE.- "THE SUPPLIER" is obligated to comply with services of Promotion, advertising, and public relations in tourism at an international level (United states and Canada) for the destination of La Paz, Baja California Sur, mentioned on Term first described as follow:

- **FORM.** Through monthly reports consisting of:

During the period of the contract is mandatory to present the reports or information required by "FITUPAZ" within three business days. Such reports will be

Handwritten signatures and initials in blue ink.

CONTRATO No. FITUPAZ 2022/20

| | |
|--|--|
| <p>como "FITUPAZ" solicite dependiendo de la campaña, acción o solicitud correspondiente al reporte.</p> <p>Carpetas de Campañas: Estas carpetas deberán incluir todo el material resultante de la Planeación estratégica, creatividad y producción por cada campaña que se realice, incluyendo las comprobaciones, testigos y facturas de los montos que se deriven de dichas campañas. Estas carpetas deberán entregarse y/o actualizarse trimestralmente, dentro de los primeros 5 días hábiles del mes que corresponda, o en caso extraordinario en cuyos tiempos solicite "FITUPAZ" para casos específicos.</p> <p>Reportes de estatus mensual: Estos reportes deberán entregarse, cuando corresponda, el primer día hábil del mes posterior, conteniendo el estatus de todas las acciones solicitadas, realizadas y por realizar que se deriven de las necesidades concernientes a planeación estratégica, creatividad y producción de "FITUPAZ".</p> <p>La información que solicite "FITUPAZ" para atender las peticiones de instancias oficiales.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● LUGAR. La documentación comprobatoria se entregará como "FITUPAZ" lo determine, ya sea en formato digital o físico según corresponda. <p>FECHA. La entrega de los reportes de servicios de Promoción, Publicidad y Relaciones Públicas en materia turística a nivel internacional (Estados Unidos y Canadá) para el destino de La Paz, Baja California Sur, México, se realizará a más tardar los días 5 de cada mes vencido.</p> <p>QUINTA. - VIGENCIA. La vigencia del presente contrato es del 01 de enero de 2023 al 31 de diciembre de 2023.</p> <p>SEXTA.- PLAZO, LUGAR Y CONDICIONES PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO. "EL PROVEEDOR" deberá proporcionar el servicio conforme a los plazos y condiciones contenidas en los Anexos I y II.</p> | <p>done as "FITUPAZ" requires, depending on the campaign action or petition.</p> <p>Campaign files: These files must include all material, result of the strategic planning, creativity and production for each campaign carried out, including all supports, witnesses and invoices with the total amounts from such campaign. These files must be delivered and/or updated on a quarterly basis, within the first five business days of the corresponding month, or in extraordinary cases at which time "FITUPAZ" requests for specific cases.</p> <p>Monthly status report: These reports must be delivered on the first business day of the subsequent month, including the status of all actions required, carried out and to be carried out that derive from the needs concerning strategic planning, creativity and production of "FITUPAZ".</p> <p>The information requested by "FITUPAZ" to meet the requests of official authorities.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● PLACE. The proof files must be delivered as "FITUPAZ" determines, in either digital and physical format. <p>DATE. The delivery of the reports of services for Promotion, advertising, and public relations in tourism at an international level (United states and Canada) for the destination of La Paz, Baja California Sur, Mexico, must be delivered within the first five days of the subsequent month.</p> <p>FIFTH.- CONTRACT PERIOD. The effect of this contract will be valid from January 1st 2023 to December 31st 2023</p> <p>SIXTH.- TIMEFRAME, PLACE AND TERMS FOR THE PROVISION OF THE SERVICE. "THE SUPPLIER" must provide the service in accordance to timeframe and terms described on exhibits I and II.</p> |
|--|--|

CONTRATO No. FITUPAZ 2022/20

Está expresamente entendido entre las Partes que la revisión y aprobación del Calendario por parte de "FITUPAZ" no condona a "EL PROVEEDOR" de su responsabilidad de completar y tener control sobre los medios, métodos, secuencias y técnicas aplicadas para llevar a cabo los servicios.

Está expresamente acordado que "FITUPAZ" podrá solicitar por escrito, en cualquier momento a "EL PROVEEDOR", el inicio de cualquier Fase por medio de la Orden a Proceder, y de la misma manera requerir que una de las Fases aquí descritas no sea ejecutada, todo de acuerdo a las necesidades de "FITUPAZ", lo cual es aceptado por "EL PROVEEDOR".

SÉPTIMA.- ADMINISTRACIÓN DEL CONTRATO. El responsable de administrar y vigilar el cumplimiento del presente contrato es la Lic. **Luz María Zepeda Esquerro, Directora General de "FITUPAZ", o quien tenga dicho cargo**, y señala como domicilio para los efectos del presente contrato el ubicado en Calle Álvaro Obregón 460, locales 216 a 218, edificio Cornejo, C.P. 23000 en La Paz, Baja California Sur, México

El responsable de administrar y vigilar el presente contrato deberá informar por escrito a "EL PROVEEDOR", lo siguiente:

1. Oficio de aceptación de la prestación del servicio, y constancia de cumplimiento de las obligaciones contractuales, a fin de dar inicio a la cancelación de la garantía de cumplimiento.

2. En caso de aplicar, los atrasos e incumplimientos, el cálculo de las penas convencionales y deducciones correspondientes, anexando los documentos probatorios del incumplimiento en que incurra "EL PROVEEDOR".

3. Evaluación de "EL PROVEEDOR".

OCTAVA. - GARANTÍA DE CUMPLIMIENTO. "EL PROVEEDOR" deberá presentar la garantía de cumplimiento del contrato dentro de los 5 (cinco) días naturales posteriores a la firma del presente instrumento, esta se constituirá en favor de "FITUPAZ"

It is expressly understood between both parties that the supervision and approval of the calendar by "FITUPAZ" does not exempt "THE SUPPLIER" of its responsibility to complete and have control over the means, methods, sequences and techniques applied to carry out the services.

It is expressly agreed that "FITUPAZ" may request in writing at any moment to "THE SUPPLIER", the initiation of any phase through an Order to Proceed, and in the same way request that one of the phases hereby described is not executed, all according to the needs of "FITUPAZ" which is accepted by "THE SUPPLIER".

SEVENTH.- CONTRACT ADMINISTRATION. Luz María Zepeda Esquerro, Managing Director of "FITUPAZ" is fully responsible so review and supervise the compliance of this contract, with address at Calle Álvaro Obregón 460, locales 216 a 218, Cornejo Building, C.P. 23000, La Paz, Baja California Sur, México

The responsible to administrate and supervise this contract must inform in writing to "THE SUPPLIER" the following:

1. Letter of acceptance of the provision of the service and proof of compliance with obligations, in order to initiate the cancelation of compliance guarantee.

2. If applicable, delays and non-compliance, the calculation of conventional penalties and corresponding deductions, attaching the proving documents of the non-compliance incurred by "THE SUPPLIER".

3. "THE SUPPLIER" evaluation.

EIGHTH.- COMPLIANCE GUARANTEE. "THE SUPPLIER" must present the compliance guarantee within the first five calendar days after the signing of this instrument, this will be constituted in favor of "FITUPAZ" for the amount corresponding to **10% (ten percent)** of the maximum amount of the contract, not

CONTRATO No. FITUPAZ 2022/20

por la cantidad correspondiente al 10% (**diez por ciento**) del monto máximo del contrato, sin incluir el Impuesto al Valor Agregado, y tendrá una vigencia hasta la total aceptación por parte **"FITUPAZ"** respecto de la prestación del servicio.

"EL PROVEEDOR" deberá presentar la garantía a favor de **Banco Santander México, Sociedad Anónima, Institución de Banca Múltiple, Grupo Financiero Santander México, en su carácter de fiduciaria del Fideicomiso [REDACTED] denominado FIDEICOMISO DE TURISMO DE LA PAZ Y/O BANCO MEXICANO [REDACTED] FIDEICOMISO DE TURISMO DE LA PAZ**, para garantizar el correcto cumplimiento del contrato que se celebra, en alguna de las formas previstas a continuación:

- I. **Mediante póliza de fianza otorgada por institución autorizada por la SHCP, como afianzadora debidamente autorizada por las leyes mexicanas.**
- II. **Con carta de crédito irrevocable, expedida por institución de crédito autorizada conforme a las disposiciones legales aplicables, o**
- III. **Con cheque de caja o certificado expedido a favor de "FITUPAZ".**

La garantía será liberada mediante escrito a la Institución emisora, ya sea de manera directa o a través de su corresponsal, el cual deberá señalar de manera expresa la autorización para su cancelación, en el momento en que **"EL PROVEEDOR"** demuestre haber cumplido con la totalidad de las obligaciones adquiridas en el contrato y a entera satisfacción de **"FITUPAZ"**.

NOVENA. - PENAS CONVENCIONALES. En caso de que **"EL PROVEEDOR"** incurra en algún atraso y/o deficiencia en la prestación del servicio conforme a las condiciones pactadas en el contrato y el anexo técnico, estará sujeto a que **"FITUPAZ"** aplique las siguientes penas convencionales, las cuales no deberán exceder el monto máximo de la garantía de cumplimiento presentada, de conformidad con el artículo 64, párrafo primero de la Ley de Adquisiciones Arrendamientos y Servicios del Estado de Baja California Sur:

El equivalente al 1% del monto máximo del contrato, en los siguientes supuestos:

- Cuando por causas imputables a **"EL PROVEEDOR"** no se hubiera prestado alguno de los servicios o actividades considerados en el Plan de Trabajo.

including the Value Added Tax and will be valid until the full acceptance by **"FITUPAZ"** regarding the provision of the service.

"THE SUPPLIER" must present this guarantee in favor of **Banco Santander México, Sociedad Anónima, Institución de Banca Múltiple, Grupo Financiero Santander México, en su carácter de fiduciaria del Fideicomiso [REDACTED] denominado FIDEICOMISO DE TURISMO DE LA PAZ Y/O BANCO MEXICANO [REDACTED] FIDEICOMISO DE TURISMO DE LA PAZ**, in

order to guarantee the proper compliance of the contract in one of the forms provided below:

- I. **By means of a surety policy granted by an institution authorized by the SHCP (SECRETARIA DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO), as surety duly authorized by the Mexican laws.**
- II. **With an irrevocable letter of credit issued by an authorized institution in accordance with the applicable legal provisions.**
- III. **With a cashier's check or certificate issued in favor of "FITUPAZ".**

The guarantee will be released in writing to the issuing institution, either directly or through its correspondent, which must expressly indicate the authorization for its cancellation, at the moment that **"THE SUPPLIER"** demonstrates having entirely complied with its obligations mentioned on this contract to the entirely satisfaction of **"FITUPAZ"**.

NINTH.- PENALTIES. In case **"THE SUPPLIER"** incur in delays and or deficiencies in the provision of services according to the terms agreed and the technical exhibit, **"FITUPAZ"** can implement the following penalties, which will not exceed the maximum amount of the compliance guarantee in accordance with the article 64 paragraph I of the Acquisitions, Leasing and Services of the State of Baja California Sur.

The equivalent to 1% of the maximum amount of the contract in the following cases:

- When due causes to attributed to **"THE SUPPLIER"** any services or activities described on the framework had not been provided.

CONTRATO No. FITUPAZ 2022/20

- Cuando **"EL PROVEEDOR"** de manera unilateral hubiera ejecutado algún servicio o actividad no considerado en el Plan de Trabajo o sin la aprobación de la Dirección General de **"FITUPAZ"**.
- Cuando el **"EL PROVEEDOR"** a solicitud de **"FITUPAZ"**, en un plazo no mayor a tres días hábiles, no lleve a cabo la sustitución o relevo de ejecutivos que den servicio a la cuenta, cuando **"FITUPAZ"** hubiera identificado omisiones, incumplimientos o deficiencias en la capacidad del personal para prestar los servicios adecuadamente.
- Cuando **"EL PROVEEDOR"** requiera realizar el relevo de algún ejecutivo por cuenta propia, sin informar a la Dirección General de **"FITUPAZ"** con 5 días hábiles de anticipación.

El equivalente a la tasa de recargos por mora publicada en la Ley de Ingresos de la Federación vigente en el año de ejecución de los servicios expresada de manera diaria (tasa mensual de recargos por mora / 30 días), en los siguientes supuestos:

- Por cada día de retraso en la prestación de los servicios o actividades conforme a los plazos establecidos en el Plan de Trabajo.
- Por cada día de retraso en la remisión de la comprobación conforme a los plazos establecidos en el contrato.

DÉCIMA. - DEDUCCIONES. **"FITUPAZ"** estará en posibilidad de aplicar deducciones a los pagos que realice a **"EL PROVEEDOR"** conforme a las siguientes reglas, de conformidad con lo establecido en el artículo 65, numeral IV, párrafo cuarto de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Estado de Baja California Sur:

- Cuando identifique la prestación parcial o deficiente de algún servicio hasta por el costo del mismo en las facturaciones subsecuentes, incluyendo las penas convencionales correspondientes que se hubieran determinado conforme al numeral anterior.
- Cuando se apliquen penalizaciones derivadas de cualquiera de los supuestos referidos en el numeral anterior.

• When **"THE SUPPLIER"** in an unilateral way had executed any service or activity not described on the framework or without the approval of the Managing Direction of **"FITUPAZ"**.

• When **"THE SUPPLIER"** requested by **"FITUPAZ"** in a time span no longer than three business days, do not execute the replacement of executives responsible of the account, when **"FITUPAZ"** identifies omissions, breaches or deficiencies in its personnel capacities to provide service adequately.

• When **"THE SUPPLIER"** requires the replacement of an executive, without informing the Managing Director of **"FITUPAZ"** five business days in advance.

The equivalent to the rate of delay fees published in the Law of Income of the Federation in force of the years of execution of the services expressed on a daily basis (monthly rate of delay fees/30 days) in the following cases:

- For each day of delay in the provision of services or activities according to the framework established on the framework.
- For each day of delay in sending the proof according to the terms established in the contract.

TENTH.- DEDUCTIONS. **"FITUPAZ"** will have the possibility to apply deductions on the payments issued to **"THE SUPPLIER"** in accordance to the following rules, according to the article 65, number IV, paragraph fourth of the Law of Acquisitions, Leasing and Services of the State of Baja California Sur.

- When it is identified partial or deficient service provision, up to the cost of the same subsequent invoices including the corresponding penalties determined in accordance with the previous paragraph.
- When penalties are applied derived from any of the assumptions referred to in the previous paragraph.

CONTRATO No. FITUPAZ 2022/20

En caso de que "FITUPAZ" no esté en posibilidad de aplicar las deducciones correspondientes, "EL PROVEEDOR" deberá realizar el reintegro del servicio o los servicios no realizados o realizados deficientemente, así como las penalizaciones respectivas, caso contrario, "FITUPAZ" estará en posibilidad de solicitar la aplicación de la garantía de cumplimiento, sin perjuicio de las demás sanciones a que se haga sujeto "EL PROVEEDOR", de conformidad con lo establecido en la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Estado de Baja California Sur, en las bases de licitación y el contrato.

DÉCIMA PRIMERA. - TERMINACIÓN ANTICIPADA. "FITUPAZ" podrá dar por terminado anticipadamente el contrato en los siguientes supuestos:

- I. Por caso fortuito o fuerza mayor
- II. Cuando por causas justificadas se extinga la necesidad de requerir los servicios originalmente contratados
- III. Cuando se determine la nulidad de los actos que dieron origen al contrato, con motivo de la resolución de una inconformidad o intervención de oficio emitida por la Contraloría General del Estado, y
- IV. Cuando el administrador del contrato justifique mediante dictamen que la continuidad del contrato contraviene los intereses del "FITUPAZ".

Lo señalado en el párrafo anterior quedará sujeto a lo previsto en el artículo 67 fracción II, párrafo segundo de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Estado de Baja California Sur.

DÉCIMA SEGUNDA.- RESCISIÓN ADMINISTRATIVA. "FITUPAZ" podrá en cualquier momento rescindir administrativamente el contrato que se formalice, en caso de que por causas imputables a "EL PROVEEDOR" incumpla con cualquiera de las obligaciones establecidas en el contrato, como es el caso de los siguientes supuestos:

- A) Si deja de sostener el precio establecido en su oferta económica.
- B) Si durante la vigencia del contrato, "FITUPAZ" corrobora que "EL PROVEEDOR" proporcionó información falsa, relacionada con su documentación legal y/o sus ofertas.

In the event that "THE SUPPLIER" is not able to apply the corresponding deductions "THE SUPPLIER" must reimburse the services or the non-performed services or poorly performed as well as the respective penalties otherwise "FITUPAZ" will be in possibility of requestion the application of the compliance guarantee, without prejudice to the other sanctions to which "THE SUPPLIER" is subject in accordance with the Law of Acquisitions, Leasing and Services of the State of Baja California Sur and the tendering rules and the contract.

ELEVENTH.- ANTICIPATED TERMINATION. "FITUPAZ" may terminate the contract in advance on the following cases:

- I. Due to unforeseeable circumstances or force majeure.
- II. When for justified reasons the need to the originally contracted services is extinguished.
- III. When the nullity of the acts that originated the contract is determined, due to the resolution of a nonconformity or the intervention of the Contraloria General of the State, and
- IV. When the contract administrator justifies by letter the decision that the contract contravenes the interests of "FITUPAZ".

The stated in the previous paragraph is subject to the provisions of the article 64 section II, of the Law of Acquisitions, Leasing and Services of the State of Baja California Sur.

TWELFTH.- ADMINISTRATIVE TERMINATION. "FITUPAZ" can determine the administrative termination of the contract at any time in case that due to causes attributed to "THE SUPPLIER" for breaching any of the described obligations in the contract, as in case of the following assumptions:

- A) If it stops supporting the price established in its economic offer.
- B) If, during the term of the contract "FITUPAZ" corroborates that "THE SUPPLIER" provided false information related with its legal documentation and/or its offers.

CONTRATO No. FITUPAZ 2022/20

- C) Si el monto calculado de la pena convencional excede el monto de la garantía de cumplimiento.
- D) Si **"EL PROVEEDOR"** incumple con cualquiera de las obligaciones establecidas en el contrato.
- E) Si **"EL PROVEEDOR"** incumple con cualquiera de las obligaciones establecidas en los anexos del contrato, correspondiente a la información contenida en la propuesta técnica y económica.
- F) Si no presenta la garantía de cumplimiento de contrato.
- G) Cuando la autoridad competente lo declare en concurso mercantil, o bien se encuentre en cualquier otra situación que afecte su patrimonio en tal forma que le impida cumplir con las obligaciones asumidas en el contrato.

- C) If the calculated mount of the conventional penalty exceeds the amount of the compliance guarantee.
- D) When **"THE SUPPLIER"** breaches any of its obligations established on the contract.
- E) When **"THE SUPPLIER"** breaches any of its obligations established on the exhibits of this contract regarding the information described on the technical and economic proposal.
- F) When the compliance guarantee is not presented on the contract.
- G) When the authorities declare it is in any situation that affects it in such a way that it prevents it from complying with the obligations assumed in the contract.

El procedimiento de rescisión se llevará a cabo de conformidad con lo establecido en el artículo 65 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Estado de Baja California Sur.

The termination process will be lead in accordance to the article 65 of the Law of Acquisitions, Leasing and Services of the State of Baja California Sur.

DÉCIMA TERCERA. - PREVALENCIA. "EL PROVEEDOR" reconoce que la convocatoria, las bases y sus anexos (I, II, III y IV), el fallo y el presente contrato son instrumentos que vinculan a las partes en sus derechos y obligaciones. Las estipulaciones que se establezcan en el contrato no deberán modificar las condiciones previstas en las bases y la junta de aclaraciones; en caso de discrepancia prevalecerá lo establecido en estas últimas.

THIRTEENTH.- PREVALENCE. "THE SUPPLIER" acknowledges that the call, the rules and its exhibits (I, II, III, IV) the ruling and this contract are instruments that bind parties in their rights and obligations, The stipulations established in the contract shall not modify the conditions provided in the bases and the clarification meeting; in case of discrepancy the provisions of the latter shall prevail.

DÉCIMA CUARTA. - TRANSFERENCIA DE DERECHOS. "EL PROVEEDOR" no podrá transferir los derechos y obligaciones derivados del presente contrato, con excepción de los derechos de cobro, en cuyo caso se deberá contar con el consentimiento expreso y por escrito por parte de **"FITUPAZ"**.

FOURTEENTH.- RIGHT TRANSFER. "THE SUPPLIER" is not able to transfer rights and obligations derived from this contract, with the exception of collecting rights, in which case the express written consent of **"FITUPAZ"** must be obtained.

DÉCIMA QUINTA. - IMPUESTOS Y DERECHOS. Los impuestos y derechos que se generen con motivo del servicio objeto del presente contrato correrán por cuenta de **"EL PROVEEDOR"**, trasladando a **"FITUPAZ"** únicamente el Impuesto al Valor Agregado de acuerdo a la legislación fiscal vigente.

FIFTHEENTH.- TAXES AND RIGHTS. All taxes and rights generated as a result of the compliance of this contract are full responsibility of **"THE SUPPLIER"**, only transferring to **"FITUPAZ"** the Valued Added Tax in accordance with the current tax legislation.

CONTRATO No. FITUPAZ 2022/20

DÉCIMA SEXTA. - PROPIEDAD INTELECTUAL. En caso de violaciones en materia de derechos inherentes a la propiedad intelectual, la responsabilidad estará a cargo de "EL PROVEEDOR".

DÉCIMA SÉPTIMA. - CONFIDENCIALIDAD. "EL PROVEEDOR" no podrá divulgar ningún tipo de información relacionada con el presente contrato, y tampoco podrá utilizarla en su beneficio o de terceros, sin la previa autorización expresa y por escrito de "FITUPAZ".

DÉCIMA OCTAVA.- RESPONSABILIDAD LABORAL. "EL PROVEEDOR" será el único patrón de todas las personas que intervendrán bajo sus órdenes en el desempeño y operación para el cumplimiento del presente contrato, por lo cual asume todas las obligaciones y responsabilidades derivadas de la relación laboral, ya sean civiles, penales o de cualquier otra índole, liberando a "FITUPAZ" de cualquiera de ellas, y por ningún motivo se le podrá considerar a éste como patrón sustituto o solidario.

DÉCIMA NOVENA. - INCREMENTOS Y MODIFICACIONES. "FITUPAZ" podrá dentro de su presupuesto aprobado y disponible, bajo su responsabilidad y por razones fundadas y motivadas, acordar el incremento del contrato mediante modificaciones, siempre que estas no rebasen en conjunto el **20% del monto máximo establecido originalmente**, de conformidad con el artículo 63 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Estado de Baja California Sur.

Igual porcentaje se aplicará a las modificaciones que por ampliación y vigencia se hagan de los contratos de servicios, cuya prestación se realice de manera continua y reiterada.

Cualquier modificación al presente contrato se establecerá por escrito y por mutuo consentimiento de las partes mediante la formalización de un Convenio Modificadorio.

VIGÉSIMA. - CASO FORTUITO O FUERZA MAYOR. Cuando se presenten situaciones imprevistas por caso fortuito o fuerza mayor, como pueden ser: alerta de enfermedades o epidemias, alerta de viaje y/o seguridad, desastres naturales, conflictos en transportes aéreos, actos civiles o de desorden, situaciones fuera

SIXTEENTH.- INTELLECTUAL PROPERTY. In the assumption of violations in terms of inner rights to the intellectual property, the responsibility leans on "THE SUPPLIER".

SEVENTEENTH.- CONFIDENTIALITY. "THE SUPPLIER" may not disclose any type of information related to this contract, not may use it for its benefit or third parties, without the express prior written authorization of "FITUPAZ".

EIGHTEENTH.- LABOR RESPONSANLITY. "THE SUPPLIER" shall be the only employer of all people who will intervene under its order in the performance and operation for the compliance of this contract, for which it assumes all the obligations and responsibilities derived from the labor relationship, whether civil, criminal or of any other nature, releasing "FITUPAZ" of any responsibility and for no reason can this be considered as a substitute or supportive employer.

NINETEENTH.- INCREASES AND MODIFICATIONS. "FITUPAZ" may, within its approved and available budget, under its responsibility and for well-founded reasons, agree to increase the contract through modifications, provided that these do not exceed **20% of the maximum amount originally established** in accordance to the article 65 of the Law of Acquisitions, Leasing and Services of the State of Baja California Sur.

The same percentage will be applied to modifications made to service provision due to extension and validity, the provision of which is carried out continuously and repeatedly.

Any modification to this contract will be established in writing and by mutual consent of the parties through the formalization of a modifying agreement.

TWENTIETH.- FORTUITUS EVENT OF FORCE MAJEUR. When unforeseen situations arise due to unforeseen circumstances or force majeure, such as alert of diseases or epidemic, travel and or security

CONTRATO No. FITUPAZ 2022/20

del alcance o que afecten la llegada normal de turistas al destino y que pudieran tener un impacto negativo en la recaudación del Impuesto sobre la Prestación de Servicios de Hospedaje del Estado de Baja California Sur, "FITUPAZ" estará en posibilidad de modificar el alcance de los servicios, actividades previstos en el contrato, considerando los costos correspondientes, para lo cual se realizarán las adecuaciones que correspondan en el Plan de Trabajo que deberán estar debidamente formalizadas entre las partes.

VIGÉSIMA PRIMERA. - VICIOS DEL CONSENTIMIENTO. "FITUPAZ" y "EL PROVEEDOR" reconocen que en la celebración del presente contrato no ha mediado error, dolo, lesión, violencia, mala fe, ni vicio alguno del consentimiento que pudiera invalidarlo o nulificarlo.

VIGÉSIMA SEGUNDA. - NOTIFICACIONES. Todas las notificaciones entre las partes se harán por escrito en los domicilios señalados en sus declaraciones del presente contrato, y en caso de que alguno cambie de domicilio, se obliga a comunicarlo por escrito con 5 (cinco) días naturales de anticipación, en la inteligencia que, de no hacerlo, serán válidas las que se practiquen en los domicilios antes señalados.

VIGÉSIMA TERCERA. - JURISDICCIÓN Y CONTROVERSIAS. Las partes se obligan para los efectos de interpretación y cumplimiento del presente contrato, así como para todo aquello que no esté expresamente establecido en el mismo, a someterse a la jurisdicción y competencia de los tribunales competentes en el Municipio de La Paz, Baja California Sur, México. Por lo anterior, las partes expresamente renuncian al fuero que, por razón de sus domicilios, presentes o futuros, o por cualesquiera otras causas, pudiera corresponderles.

Igualmente, aunque este contrato se firma tanto en versión en español como en versión en inglés, manifiestan las partes que en caso de contradicción o discrepancia entre lo transcrito en cada uno de ellos o en la interpretación que se dé de las respectivas versiones, han acordado que prevalecerá la interpretación que se dé al texto de la versión en español y por tanto, se sujetarán a lo establecido en esta última.

alert, natural disasters, conflicts in air transport, civil acts or disorder, situations out of reach or that effect the normal arrival of tourists to the destination and that could have a negative impact on the collection of Tax on the Provision of Accommodation Services of the State of Baja California Sur, "FITUPAZ" will be able to modify the scope of services, planned activities in the contract, considering the corresponding adjustments will be made in the framework that must be duly formalized between the parties.

TWENTY-FIRST.- VICES OF CONSENT. "FITUPAZ" and "THE SUPPLIER" acknowledge that in the conclusion of this contract there has been no error, fraud, injury, violence, bad faith or any vice of consent that could invalidate or nullify it.

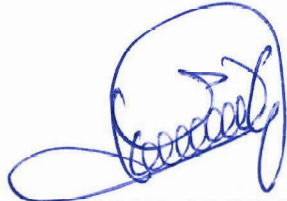
TWENTY SECOND.- NOTIFICATIONS. All notifications between the parties must be issued in writing at the indicated addresses in their declarations of this contract, and in the event that anyone changes their address, they are obligated to communicate it in writing with 5 (five) calendar days in advance, in the understanding that, if not, those in the aforementioned addresses will be valid.

TWENTY-THIRD.- JURISDICTION AND DISPUTES. The parties are obligated for the purposes of interpretation and compliance of this contract, as well as for everything that is not expressly established in it, to submit jurisdiction and competence of the competent courts in the Municipality of La Paz, Baja California Sur, Mexico. Therefore the parties expressly waive the jurisdiction that, by reason of their addresses current or in the future, or for any other causes may correspond to them.

Although the contract is signed both in a Spanish version and an English version, the parties manifest that, in case of conflict or discrepancy between the transcript in each or the interpretation given to the respective versions, have agreed that the interpretation of the Spanish version is the one that shall prevail and therefore, both parties are subject to the provisions therein.

CONTRATO No. FITUPAZ 2022/20

| | |
|---|--|
| <p>El presente contrato, una vez que fue leído, explicado y entendido por las partes y encontrándose conformes con su contenido y alcances jurídicos, lo firman por cuadruplicado, al calce y al margen para constancia, en presencia de los testigos, en La Paz, Baja California Sur, México, el 02 de enero del 2023.</p> | <p>The present contract, once it has been read, explained and understood by the parties and being satisfied with its legal scope, they sign it in quadruplicate, at the bottom and at the margin for the record, in the presence of Witnesses, in La Paz, Baja California Sur, México on January 2 nd, 2023.</p> |
|---|--|



LIC. JORGE CARLOS GONZÁLEZ TISCAREÑO,
DELEGADO FIDUCIARIO DE BANCO SANTANDER MÉXICO S.A., INSTITUCIÓN DE BANCA MÚLTIPLE, GRUPO FINANCIERO SANTANDER MÉXICO, EN SU CARÁCTER DE FIDUCIARIO DEL FIDEICOMISO NÚMERO [REDACTED] DENOMINADO FIDEICOMISO DE TURISMO DE LA PAZ Y/O BANCO MEXICANO [REDACTED] FIDEICOMISO DE TURISMO DE LA PAZ

"EL PROVEEDOR" / "THE SUPPLIER"

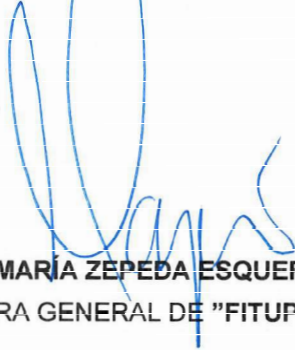


JUSTIN MICHAEL FARMER
MMGY GLOBAL LLC SENIOR VICE PRESIDENT

TESTIGOS/WITNESSES



LIC. LUIS FERNANDO PATIÑO ROMERO
SUPLLENTE DE LA PRESIDENTA DEL COMITÉ TÉCNICO DE "FITUPAZ"



LIC. LUZ MARÍA ZEPEDA ESQUERRA
DIRECTORA GENERAL DE "FITUPAZ"



ING. IVÁN MARTÍNEZ IVANOV
SECRETARIO DEL COMITÉ TÉCNICO DE "FITUPAZ"



ANEXO I

PLAN DE TRABAJO:

A. Propuesta de Plan De Acción

En las próximas páginas hemos elaborado un comprensivo plan de acción, integrando además las secciones de Plan de Acción solicitadas: **1. Creación de mensajes y contenido del destino; 2. Asesoría y plan de acción en asuntos críticos y/o crisis; 3. Gabinete de Prensa; 4. Viajes de prensa individuales y grupales; 5. Monitoreo de medios; 6. Programa de comunicados/notas de prensa y pauta de medios.**

Resumen Ejecutivo

La agencia tiene una comprensión íntima de Baja California Sur debido a nuestro trabajo con Los Cabos donde ha generado resultados significativos desde el año 2016, cambiando así su imagen a sinónimo de lujo y experiencias seleccionadas. Tenemos la perspectiva y la experiencia para llevar los esfuerzos de relaciones públicas de La Paz al siguiente nivel.

Nuestras décadas de experiencia en gestión de destinos y hotelería nos brindan una ventaja única y un punto de vista distintivo en cómo abordar la campaña que desarrollamos para La Paz. Más que expertos en relaciones públicas de destinos, somos expertos en comprender a los consumidores y viajeros de hoy: sus patrones de comportamiento, influencias, sospechas y motivaciones. Tenemos un profundo conocimiento de la dinámica del mercado que impulsará la recuperación de los viajes de placer, de negocios y en grupo, así como el ciclo de compra de viajes en evolución y quién o qué está influyendo en la ideación, planificación y hábitos de reserva de estos viajeros. Utilizamos información del aclamado estudio Retrato de los viajeros estadounidenses® (Portrait of American Travelers®) de nuestra agencia para ayudar a informar nuestro enfoque estratégico y las recomendaciones resultantes. A lo largo de la pandemia, MMGY Travel Intelligence ha realizado varios estudios comparativos para rastrear la intención de viajar de los viajeros estadounidenses por placer y negocios.

Nuestra investigación está ayudando a liderar los esfuerzos de recuperación de COVID-19. Utilizando estos conocimientos y la sólida planificación integrada, aprovecharemos las siguientes tendencias.

Durante los últimos dos años, MMGY Global se ha mantenido optimista sobre la recuperación de los viajes, prediciendo un regreso mucho más rápido de los viajes internacionales. En nuestra investigación más reciente de Portrait of American Travelers®, fuimos testigos de que la seguridad percibida de los viajes comerciales se duplicó con creces desde el comienzo de la pandemia. De cara a 2023, seguimos siendo optimistas, pero sabemos que veremos una tasa de crecimiento más lenta vinculada a un revés económico en EE. UU., lo que reducirá en gran medida la explosión de viajes de placer que ha llevado a muchas marcas de viajes desde principios de 2021. A medida que avancemos, será cada vez más importante para identificar al viajero más relevante y comprender sus percepciones, motivaciones e intenciones específicas.

La mentalidad de los viajeros está evolucionando

CONTRATO No. FITUPAZ 2022/20

La buena noticia es que la demanda de viajes sigue siendo históricamente alta, con el 81 % de las personas dando más importancia a tomarse días de vacaciones durante los próximos 12 meses. Si bien algunos estadounidenses pueden retrasar un viaje de placer, la mayoría aún planea viajar y gastar más que el año pasado, y el gasto promedio esperado en viajes es de casi \$600 más que hace un año. Además, casi todos los viajeros están de acuerdo en que las vacaciones regulares son esenciales para la salud y el bienestar general y valoran el tiempo de vacaciones más que nunca. Las investigaciones nos dicen que nunca antes viajar y descubrir nuevas culturas y experiencias había sido tan importante para las personas de todo el mundo. En toda América del Norte, hemos sido testigos de esta revisión personal interna a medida que las personas evalúan su propósito e identidad en este mundo en constante cambio.

La pandemia de COVID-19 también ha transformado la cultura de viajar en todo el mundo. Gracias al aumento de la conciencia ambiental y la eco conciencia en los últimos años, la mayoría está más dispuesta que nunca a hacerlo de manera responsable y sostenible. Investigaciones recientes muestran que el 63% de los Millennials indican que el enfoque de un proveedor de servicios de viaje en la sostenibilidad afecta su toma de decisiones de viaje. Yendo más allá de la sostenibilidad, los viajes regenerativos cobrarán prominencia en medio de la creciente sed de vacaciones que dejen una huella positiva. El viajero del mañana querrá cada vez más vivir como un local, sumergiéndose profundamente en diferentes culturas y costumbres. También querrán alejarse de los concurridos centros urbanos y adentrarse en áreas rurales menos pobladas, lo que podría generar riqueza en las comunidades locales. En el futuro, las marcas exitosas serán aquellas que no solo tengan un conjunto de valores claro y creíble, sino que también vivan estos valores todos los días. Los viajeros desean cada vez más alinearse con marcas de viajes que reflejen sus valores personales, con un 64 % que prioriza las decisiones de compra en función de sus percepciones de una marca y un 24 % de todos los viajeros que dicen que la misión de valor de una marca es importante al comprar.

Están surgiendo nuevas tendencias en los medios

Los viajeros de hoy son multidimensionales y conectarse con ellos requiere un enfoque diferente. Crear puntos de contacto significativos y relevantes con los viajeros antes, durante y después de su visita es aún más importante, ya que los consumidores desean una experiencia de marca más personalizada. Este enfoque crea un marco para el marketing omnicanal y omni narrativo. En el estudio más reciente de MMGY Global, Portrait of American International Travelers™, descubrimos que el 62 % de los viajeros internacionales estadounidenses indican que confían en más fuentes de asesoramiento que nunca antes para tomar decisiones de viaje, lo cual coincide con 2019. Los sitios web de reseñas de viajes son las principales fuentes que los viajeros consideran cuando planifican un viaje internacional, incluso más que los amigos y la familia. Sin embargo, es importante señalar que las fuentes utilizadas varían según la generación. Es más probable que las audiencias de mayor edad utilicen el sitio web de un destino, las guías de visitantes impresas y en línea, y las redes sociales son más importantes para la audiencia más joven. Las redes sociales están desempeñando un papel cada vez más importante en la toma de decisiones de viaje, ya que el 65 % de los viajeros internacionales que tienen redes sociales indican que han seleccionado un destino de vacaciones basándose, al menos parcialmente, en lo que han visto en las redes sociales, frente al 48 % en 2019. Las redes sociales se han expandido y evolucionado dramáticamente, y ahora brindan feeds de imágenes, videos, música, noticias, juegos y medios de compra para miles de millones de usuarios, con influencers y economías de creadores para reforzar el compromiso y las compras. Los servicios de redes sociales se están convirtiendo en destinos minoristas en los que se puede comprar, lo que permite a las marcas grandes y pequeñas llegar a nuevas audiencias y clientes potenciales. Y estas no son solo pequeñas compras. Un estudio reciente mostró que solo el 30% de los usuarios de TikTok habían reservado un viaje después de ver contenido de viajes. Esta capacidad de impulsar decisiones de compra sustanciales ha posicionado a los creadores de contenido y a los vendedores influyentes en el centro del escenario en muchas estrategias y campañas de marketing integradas.

CONTRATO No. FITUPAZ 2022/20**Los viajes internacionales han vuelto con fuerza y la tendencia trabajar desde cualquier lugar está impulsando los viajes**

En nuestro estudio más reciente, Portrait of American International Travelers™, los viajeros informaron una intención de realizar 3,8 vacaciones internacionales durante los próximos 12 meses, frente a las 2,2 que dijeron en 2019. Además, prevén gastar un 16 % más que su promedio anterior a la pandemia. El apetito de esta audiencia por los viajes internacionales es extenso. Dada la intención expresa de los viajeros estadounidenses de realizar un viaje internacional, no parecen estar demasiado sofocados por los eventos actuales como la inflación y el COVID-19, pero eso no quiere decir que no tengan algunas preocupaciones. Su principal preocupación es la interrupción de los viajes en el aeropuerto, como cancelaciones o retrasos de vuelos. La interrupción de los viajes es una preocupación compartida por igual entre todas las generaciones, mientras que otras preocupaciones, como la inflación y el COVID-19, parecen afectar más a los viajeros más jóvenes. Si bien el número previsto de viajes internacionales ha aumentado, el interés por visitar la mayoría de los destinos es menor que en 2019. Estos datos indican que los viajeros están interesados en visitar una lista más selecta de destinos.

Dado que casi la mitad de los trabajadores estadounidenses son totalmente remotos o en un modelo híbrido, la cultura de "trabajar desde cualquier lugar" continúa mostrando poder de permanencia. Además, el auge de los nómadas digitales está impulsando un mayor interés en la exploración mundial. En agosto de 2022, el 26% de los trabajadores remotos encuestados han realizado viajes largos de más de diez días debido a la flexibilidad del trabajo remoto, un aumento de 9 puntos desde febrero. El sesenta y seis por ciento de los estadounidenses dijeron que se sienten animados a explorar nuevos destinos mientras trabajan desde casa, y el 34% dijo que había extendido un viaje porque ahora tienen la libertad de trabajar desde casa. Este fenómeno va más allá de los viajes de placer puros, ya que 9 de cada 10 viajeros de negocios internacionales indican que, de vez en cuando o con frecuencia, amplían su viaje de negocios internacional por motivos de ocio; en promedio, extenderán su viaje por 4.4 días.

Como socio de La Paz, con todos los recursos de la agencia, coordinará un plan de recuperación e incrementación de turistas agresivo para impulsar impacto inmediato en el turismo a través de esfuerzos enfocados en los medios de comunicación ganados para brindar impresiones y conciencia excepcionales al consumidor, al tiempo que aprovecha todos los canales propios para ayudar al destino a convertir las noches de habitación y los ingresos del hotel para los miembros del hotel y las partes interesadas locales.

Por experiencia, sabemos que se necesitarán ideas innovadoras para generar conciencia y viajar mientras La Paz se esfuerza para destacar en un mundo donde los viajeros están constantemente rodeados por el "ruido" de las noticias y la publicidad. En el tumultuoso clima turístico actual, creemos que las asociaciones estratégicas inteligentes resonarán entre los medios y los consumidores, y todavía hay un gran apetito por contenido digital único y experiencias virtuales. Los ejemplos van desde experiencias de sorpresa y deleite hasta momentos instagram cables y compromisos de consumidores más pequeños en el terreno dignos de la prensa en 2023. Idearemos y ejecutaremos iniciativas estratégicas para atraer nuevas audiencias, moldear percepciones e inspirar viajes a La Paz.

NUESTRA MISIÓN/LOS OBJETIVOS

- Ayuda a La Paz en la recuperación continuada como resultado de la pandemia COVID-19.
- Incrementar el posicionamiento, conocimiento y difusión de la marca La Paz para generar una mayor derrama económica y desarrollo del sector turístico hacia el destino.
- Elevar el conocimiento de las actividades multi-consumidores y multidestino que componen la oferta turística de La Paz.
- Incrementar el posicionamiento y reconocimiento de La Paz como un destino aspiracional y seguro.
- Incrementar el posicionamiento y reconocimiento de La Paz como un destino con una gran diversidad en actividades
- Incrementar el posicionamiento y reconocimiento de La Paz como un destino emergente en el segmento de turismo de reuniones

Página 20 de 37

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS, QUE CELEBRAN POR UNA PARTE "EL FIDEICOMISO DE TURISMO DE LA PAZ" F/2110603-0 Y/O BANCO MEXICANO F20025 FIDEICOMISO DE TURISMO DE LA PAZ Y POR OTRA PARTE "MMGY GLOBAL LLC"

CONTRATO No. FITUPAZ 2022/20

- Generar cobertura de medios positiva que promueva y proteja la reputación del destino.
- Proteger la reputación de La Paz en un evento de crisis

VIAJES DE PLACER

- Aventuras
- Naturaleza/ecoturismo
- Náutico/deportes acuáticos
- Cocina / Gastronomía
- Familias
- Bodas / Lunas de Miel
- Pesca deportiva
- Cultura
- Spa

VIAJES DE NEGOCIOS (parte de recuperación de COVID-19)

- Viajeros de negocios
- Asesores de viajes
- Consorcios
- Influenciadores del comercio

GRUPOS Y CONVENCIONES PEQUEÑOS (parte de recuperación de COVID-19)

- Reuniones e Incentivos
- Grupos Afines
- Asociaciones Profesionales

MERCADOS CLAVE (mercados en el oeste y Tejas primeros)

- Los Angeles
- Orange County
- San Francisco
- San Diego
- Seattle
- Phoenix
- Las Vegas
- Houston
- Dallas
- Chicago (y ciudades vecinas: Milwaukee, Minneapolis)
- New York/New Jersey
- Philadelphia
- Washington, D.C
- Vancouver
- Toronto
- Montreal

NUESTRO PLAN ESTRATÉGICO

Nos acercaremos el plan para 2023 en los Estados Unidos con la siguiente estrategia:

ADAPTARSE a los medios de comunicación en constante cambio y a un panorama de viajes y consumidores en evolución después de la crisis de COVID-19.

GENERAR COBERTURA EN MEDIOS, tanto reportajes dedicados como compartidos, en medios impresos, en línea, a través de varias tácticas, entre ellas: el desarrollo de nuestra estrategia de medios más buscados, que define los medios de comunicación tradicionales de primer nivel, con un alcance nacional significativo, alineado con las mejores experiencias, distribución de lanzamientos proactivos, anuncios de comunicados de prensa

Página 21 de 37

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS, QUE CELEBRAN POR UNA PARTE "EL FIDEICOMISO DE TURISMO DE LA PAZ" F/2110603-0 Y/O BANCO MEXICANO F20025 FIDEICOMISO DE TURISMO DE LA PAZ Y POR OTRA PARTE "MMGY GLOBAL LLC"

CONTRATO No. FITUPAZ 2022/20

estratégicos, eventos de medios, giras de medios, viajes de prensa, promociones para el consumidor y más.

FORJANDO ALIANZAS CON FIGURAS INFLUENCIALES en el dominio digital

IDENTIFICAR ASOCIACIONES ESTRATÉGICAS con marcas y eventos que lleguen al consumidor adecuado.

CREAR contenidos y experiencias que evocan la esencia de La Paz y inspira a viajar.

AUMENTAR el tráfico a su sitio web y redes sociales mediante una llamada a la acción en todos nuestros materiales impresos y a través de nuestras relaciones con la prensa.

COLABORAR con tus aliados en la industria; trabaje con ellos para educar a la prensa y a los miembros de la industria sobre las ofertas del destino.

PROTEGER la imagen de La Paz a través de mensajes de destino positivos y un plan proactivo de gestión de crisis punto por punto cuando sea necesario.

MEDIOS OBJETIVOS (SAMPLING OF TARGET MEDIA)

TRAVEL **Traveler** **AFAR** **tripsavvy** **BRING ME!** **TRAVEL+ LEISURE** **Fodor's Travel** **Traveller** CANADIAN **departures**

NATIONAL NEWS **The New York Times** **Los Angeles Times** **San Francisco Chronicle** **AP** **THE GLOBE AND MAIL** **NATIONAL POST** **TODAY**

LIFESTYLE **COASTAL LIVING** **NUVO** **TOWN&COUNTRY** **MODERN LUXURY** **THRILLIST** **SHARP** **Robb Report**

OUTDOOR & ADVENTURE **explore** **SURFER** **NATIONAL GEOGRAPHIC** **Outpost** **MATADOR network** **Outside**

F&B **SAVEUR** **FOOD&WINE** **food** **bon appétit** **foodism** **TASTING TABLE**

ART, FASHION & CULTURE **VANITY FAIR** **ELLE** **DJOUR** **BAZAR** **MONTECRISTO MAGAZINE** **VOGUE**

MEDIOS OBJETIVOS (SAMPLING OF TARGET MEDIA)

BIPOC/ LGBTQ+ **ELDIARIO** **EBONY** **LATINA** **theGrio** **TRAVEL+NOIRE** **ESSENCE**

REGIONAL MARKETS **MONTREAL GAZETTE** **The Boston Globe** **TORONTO LIFE** **D** **OCEAN DRIVE** **The Atlanta Journal-Constitution** **Los Angeles Times** **CHICAGO TRIBUNE**

BUSINESS **Inc.** **FST COMPANY** **BUSINESS INSIDER** **Bloomberg** **REUTERS** **AXIOS**

FAMILY **tinybeans** **Parents** **Today's Parent** **GOOD HOUSEKEEPING**

TECH **CNET** **techradar** **WIRED** **recode** **TE TechCrunch**

TRADE **Skift** **travelmarket** **TRAVEL PULSE** **TRAVEL WEEKLY** **TRAVEL AGENT CENTRAL** **pax NEWS**

Handwritten signatures in blue ink.

1. Creación de mensajes y contenido

Nuestro primer paso será revisar y adaptar todos los mensajes clave actuales de La Paz, incluidos los mensajes utilizados para situaciones de crisis y los mensajes que está utilizando durante la pandemia y para la recuperación. Queremos asegurarnos de que nuestros mensajes posicionan a La Paz de manera positiva y resaltan los atributos y actividades clave del destino. Incorporaremos la narrativa de la campaña publicitaria en los mensajes. Luego de la creación de los mensajes, organizaremos una sesión de actualización de capacitación en medios con ejecutivos de Fitupaz para prepararlos para todas las entrevistas y oportunidades de los medios en 2023.

Desarrollar un calendario de contenido anual que contenga temas para discutir con los medios. Estos se complementarán con noticias y actualizaciones oportunas de Fitupaz. Estos lanzamientos serán discutidos y acordados mes a mes con Fitupaz.

Influenciadores digitales para producir contenido

La agencia mantiene una base de datos de influencia propia conocida como nuestra red Globetrotter. Gestionamos todos los aspectos de nuestros programas influyentes desde la identificación, el desarrollo breve y la planificación in situ hasta el pago, la gestión de las relaciones y los informes. Nuestro enfoque para La Paz se centraría en asegurar que los influyentes en el estilo de vida se alineen con nuestros objetivos principales de marketing. Los influyentes serán seleccionados de las categorías de estilo de vida, alimentos, salud, moda y viajes. El contenido se desarrollará para permitir la reutilización a través de los canales sociales, así como a través de propiedades digitales.

Una vez que se hayan finalizado las selecciones de influenciadores, negociaremos los entregables requeridos, los derechos de uso del contenido y la compensación (tratamos asegurar influyentes que no requieren el pago, solo el viaje). Nuestro enfoque único de contratos y negociaciones garantiza que cada persona influyente que se asocia con La Paz construya una relación a largo plazo con el destino. Además, cada contrato se desarrolla para incluir entregables específicos para el nicho y las especialidades del influyente.

2. Asesoría y plan de acción en asuntos críticos y/o crisis

MMGY NJF se distingue por ser expertos en el manejo de comunicaciones de crisis para clientes productos turísticos, destinos, aerolíneas y hoteles. Nuestros esfuerzos de promoción continua nos ayuda acercarnos a los periodistas y editores influyentes que llevan las voces más importantes en el segmento de viajes.

Nuestro enfoque para la gestión de crisis:

Nuestra filosofía es reforzar los aspectos más positivos de nuestros clientes en nuestro trabajo siempre para poder iluminar los mensajes que hacen la diferencia cuando nuestros clientes se encuentren en situaciones no favorables.

Existe una gran diferencia entre manejo de crisis y respuesta en crisis. La agencia valora poder crecer e iluminar los mensajes positivos consistente con el narrativo que va a establecer para La Paz. Claro, no es decir que nunca será necesario llevar una estrategia agresiva y dirigida a cambiar el discurso cuando es necesario hacerlo.

En situaciones de crisis como violencia que pueda impactar a los arribos del destino, es importante movilizar con fuerza nuestro trabajo para rápidamente cambiar el tono y sentido de la cobertura actual que se puede evidenciar - iluminando todo el trabajo que Fitupaz, el gobierno estatal y federal ha logrado para poder posicionar La Paz como destino preparado, seguro, y dispuesto a solucionar con eficacia cualquiera situación que se presente. En caso que el destino sufra un desastre catastrófico, procederemos con los pasos adecuados para comunicar la situación actual a socios, medios y la industria turística, tanto como ayudar el destino llevar a cabo la estrategia para lanzar el proceso de recuperación en el mercado.

Hemos desarrollado y utilizado un sistema especial de calificación de colores verde, amarillo y rojo que nos permite evaluar y etiquetar la gravedad de la situación / crisis y proporcionar el asesoramiento y la respuesta adecuados en consecuencia. En un momento de situación de crisis, la agencia implementará un plan para manejar la situación de acuerdo con estos pasos en mente:

- Asesoramiento y actualización del documento 'messaging playbook' y plan existente de crisis para La Paz
- Preparación y planificación de protocolo de crisis; evaluación de riesgos y definición del plan estratégico para activar y lanzar el programa
- Elaboración de mensajes claves y preguntas/respuestas generales que preparar
- Planificación y ejecución de centro de prensa ("media briefing room")
- Activación y mantenimiento de centros de control/administración de crisis ("crisis command center")
- Activación y solicitud agresiva de reuniones, entrevistas y oportunidades para coordinar entrevistas entre ejecutivos de Fitupaz y los medios más importantes del mercado
- Administración de redes sociales
- Monitoreo y asesoramiento de la cobertura en medios tradicionales
- Administración y alineación de mensajero en redes sociales de Fitupaz:
 - Monitoreo y asesoramiento de la cobertura en medios, dándonos una actualización de el nivel de difusión de mensajes con elementos positivos, negativos y neutrales, así midiendo nuestras metas y próximos pasos
- Comunicación, reportes y avances dirigidos a los socios comerciales y miembros de la Asociación de Hoteles para comunicar nuestro trabajo, éxitos y actualización de los esfuerzos

La agencia quiere revisar el manual de crisis existente y si no hay uno, lo quiere desarrollar para eventos de criminalidad, desastres naturales y otros tipos de crisis. A la vez, presentamos ideas proactivas para mitigar los riesgos y amenazas en la prensa en respuesta a varios incidentes. Cuando tengamos el manual de crisis completo, planearemos una sesión de entrenamiento con los ejecutivos de Fitupaz, miembros de la Asociación de Hoteles y otros socios importantes en el destino.

3. Gabinete de Prensa y programa de boletines de prensa

La agencia trabaja arduamente para mantener relaciones con la prensa. Nuestro equipo habla con quinientos reporteros y figuras influyentes cada año y nuestra cultura de colaboración nos permite maximizar el impacto de las oportunidades, ideas y creatividad que se generan aquí. Mantenemos calendarios editoriales para estar al tanto de las oportunidades que serán beneficiosas para nuestros clientes y creamos estrategias de comunicación con la prensa guiadas por temas de interés para ellos y aseguramos que los momentos o eventos clave se mencionan con anticipación.

Nuestras oficinas en Nueva York y Los Ángeles aprovechan su ubicación para reunirse con frecuencia con los reporteros cara a cara y mantener una base de datos de más de 5,000 reporteros a nivel nacional e internacional. Por lo tanto, somos conscientes de todas las oportunidades para nuestros clientes.

Nuestra estrategia incluye un enfoque holístico con un enfoque en las relaciones proactivas de los medios de comunicación con los principales medios impresos, en línea, medios de difusión y personas influyentes nacionales y regionales. Las tácticas para implementar esta estrategia incluyen: la estrategia de función de medios más buscada, lanzamientos proactivos alineados con nuestros mensajes claves, viajes de prensa con un enfoque en experiencias personalizadas, eventos de medios que se enfocan en nuestros hosteleros que participan con los medios en mercados estratégicos medios de comunicación, citas en mercados respectivos, relaciones comerciales, integraciones de televisión, relaciones influyentes y activaciones de los consumidores.

Nuestro gabinete de prensa es proactivo y reactivo para la comunicación continua con la prensa (print, broadcast y online). La incluye los siguientes elementos:

- Desarrollar o actualizar elementos del kit de prensa para obtener información y mensajes coherentes y coherentes.
- Gestionar mensajes y material digital, incluidos comunicados de prensa, kit de prensa, imágenes y b-roll.
- Conceptualizar y producir eventos a gran y pequeña escala.
- Monitorear los calendarios editoriales para que las ofertas estén en la consideración establecida para todas las historias apropiadas y capitalizar los temas que los medios ya están planeando.
- Redactar, distribuir y dar seguimiento a lanzamientos y comunicados de prensa personalizados y de temporada.
- Aproveche las noticias, los eventos locales o las actividades como medio para contar historias más amplias sobre el destino.
- Realice recorridos para los medios, sesiones informativas en el escritorio, eventos y activaciones para los medios para profundizar las relaciones e introducir a los medios en el destino.
- Identificar ángulos editoriales basados en la investigación patentada de MMGY Global y las tendencias actuales para asegurar la inclusión en las historias que se están desarrollando.
- Busque y asegure oportunidades de entrevistas para ejecutivos, chefs, artesanos y más influyentes del destino.
- Reunirse con regularidad (en persona o virtualmente) con los medios de comunicación y personas influyentes para fomentar las relaciones en nombre del hotel para compartir noticias y actualizaciones.
- Utilice videos para mostrar ideas de historias a los medios de difusión.
- Monitorear y responder a clientes potenciales y servicios, como ProfNet, HARO y TravMedia, para cualquier oportunidad apropiada
- Cumplir con las solicitudes de medios entrantes
- Utilice la base de datos de medios de Cision para mantener y actualizar una lista completa de contactos
- Supervisar la cobertura de los medios y proporcionar informes de actividades y clippings como requerido.
- Identificar y buscar premios y reconocimientos para el destino y sus hoteles.

CONTRATO No. FITUPAZ 2022/20

ESTRATEGIA DE MEDIOS / ESTRATEGIA DE CARACTERÍSTICAS MÁS DESEADAS

Nuestros esfuerzos de medios proactivos para 2023 se centrarán en una estrategia de medios de comunicación con el objetivo de asegurar las características impresas y en línea sobre La Paz en publicaciones de primer nivel. Nuestro enfoque proactivo incluye el desarrollo de un calendario de lanzamientos 2023 que incluye eventos, hitos y ángulos de la historia para el liderazgo de largo y corto plazo alineado con nuestra campaña de marca para la distribución de lanzamientos proactivos mensuales que nos permitan anticiparnos a los calendarios editoriales de los medios. El compromiso diario de los medios de comunicación también nos posiciona para oportunidades continuas de medios reactivos e inclusión en diversos artículos y cobertura de prensa.

Creemos en el poder de adaptar nuestros mensajes a diferentes audiencias objetivo. Queremos llegar a aquellos viajeros experimentados, ricos y curiosos de los EE. UU. y Canadá que buscan conexiones más significativas a través del viaje. Entendemos que cada viajero está inspirado en un conjunto diferente de motivaciones y ofertas y, considerando la amplia variedad de experiencias ricas y auténticas de La Paz, promoveremos estratégicamente los diferentes pilares temáticos del destino a una lista de más de 100 "más buscados" medios de comunicación", dirigidos a publicaciones nacionales y regionales de nivel superior de viajes, estilo de vida, publicaciones de EE. UU. y Canadá en un esfuerzo por asegurar historias destacadas sobre destinos.

INTEGRACIONES CON PROGRAMAS DE TELEVISIÓN (ESTRATEGIA DE TRANSMISIÓN)

La transmisión es una gran oportunidad para que La Paz amplíe aún más el conocimiento de la marca y aumente las visitas.

En el estudio

Nuestras oficinas en Los Ángeles nos ubican en una ventaja para aprovechar el acceso a varias oportunidades de estudio en este importante mercado. Hemos identificado oportunidades para los segmentos de estudio con los medios de televisión locales de Los Ángeles, como KTLA, KCBS, KABC, todos los medios de difusión prominentes que llegan a las audiencias masivas. Nuestras oficinas en Nueva York nos permiten aprovechar las oportunidades nacionales de estudio que pueden incluir Good Morning America y The Today Show, así como programas como Live with Kelly & Ryan y otros programas de estilo de vida.

Identificaremos en el estudio oportunidades para resaltar eventos del destino. Presentaremos a los talentos locales de La Paz. Las oportunidades adicionales en el estudio pueden incluir obsequios de viajes y recorridos multimedia por satélite. Podemos aprovechar los eventos de medios en mercados estratégicos para conversar con los productores locales en las oportunidades de estudio y las entrevistas en esos mercados respectivos.

Integraciones de televisión en el destino

Identificamos y obtendremos oportunidades para integrar La Paz en programas de televisión populares para segmentos de estudio o ubicación. Exploramos oportunidades con programas de realidad, viajes, bodas, aventura y gastronomía entre otros. Estas oportunidades de alto impacto ayudan a generar conocimiento del destino, provocan interés en visitar el destino y han demostrado que ayudan a aumentar el volumen de reservas.

CONTRATO No. FITUPAZ 2022/20**OTROS IDEAS/EVENTOS PARA COMUNICAR CON LOS MEDIOS**

Estamos continuamente buscando nuevas y atractivas formas de interactuar con los medios y contar la historia del destino. Además de nuestros eventos de medios claves, hemos identificado oportunidades adicionales para el compromiso estratégico de los medios.

International Media Marketplace (IMM) - Enero 2023

La Conferencia TravMedia International Media Marketplace (IMM) es un evento anual en la ciudad de Nueva York que conecta a los representantes de los destinos con periodistas estratégicos. El formato del evento incluye un día completo de citas individuales programadas previamente para que los representantes de destino y los medios de comunicación se conecten al comienzo del año calendario a medida que desarrollan planes editoriales. IMM se ha establecido como el evento líder en la industria para que los medios de comunicación conozcan las marcas de viajes y turismo que albergan a más de 2,500 medios internacionales desde 2013. Hasta la fecha, el evento ha facilitado más de 50,000 citas individuales entre medios internacionales y marcas de viajes y turismo. a través de 15 eventos IMM. Recomendamos que La Paz asistirá al evento y la agencia facilitará las citas con los medios y los ejecutivos de Fitupaz- es un buen lanzamiento de nuestra programa de relaciones con los medios y una manera para construir relaciones con ellos para La Paz.

Media Tours y Entrevistas con Medios Influyentes/Roadshows

Un área de enfoque clave en 2023 es una agenda de entrevistas para los ejecutivos de Fitupaz. Nuestro énfasis será en el mensaje que La Paz es un destino seguro y con protocolos de limpieza. Es un destino de gran variedad de oferta turística. Desarrollamos una plataforma para llegar a los medios comerciales y de viajes que importan: una narrativa positiva y promover los éxitos del destino al moldear una experiencia del destino más segura y rica.

Para fortalecer las relaciones con los medios influyentes y presentar temas de interés, ángulos de la historia y los últimos desarrollos en el destino, la agencia también programará reuniones con los editores, periodistas y escritores independientes en los mercados estratégicos. Los mercados incluirán Nueva York y Los Ángeles, Chicago, San Diego, San Francisco, Dallas, Houston, Vancouver y Toronto. Esta es una gran oportunidad para aprender sobre

los temas que son de interés para los medios de comunicación (tanto para el consumidor como para el comercio de viajes) y las historias que actualmente están trabajando para ver cómo se puede incluir La Paz en sus programas editoriales. Además, identificamos oportunidades mensuales para que los ejecutivos de Fitupaz hable con los medios claves por teléfono para que tengamos una narrativa más consistente.

También organizaremos recorridos de medios (virtuales) en mercados estratégicos para promover desarrollos y noticias sobre el destino, como nuevos vuelos, apertura de nuevas propiedades, próximos eventos y más.

La agencia ha establecido relaciones profundas con la industria turística de Baja California Sur, los socios hoteleros y otros socios comerciales del destino y de los proveedores turísticos. Si La Paz participa en los Roadshows, la agencia puede coordinar citas con los medios en conjunción de los eventos de la industria en estos mercados.

Apoyo En Eventos De La Industria Turística

La agencia tiene el conocimiento y experiencia apoyando a nuestros clientes de destino en eventos importantes e influyentes para el destino. Proporcionaremos relaciones con los medios y apoyo para eventos para ferias comerciales, conferencias y exhibiciones seleccionadas en las que participarán ejecutivos clave. Estos eventos comerciales brindan la oportunidad de reunirse personalmente con los medios de comunicación, así como con el liderazgo intelectual a través de charlas ejecutivas. También lo ayudaríamos a identificar oportunidades para asistir, participar o hablar en paneles en conferencias influyentes para ayudar a elevar el perfil de la marca y posicionarlo como líder de la industria. Ejemplos de eventos en vivo y virtuales incluyen: Tianguis Turístico, VIP Summit, IMEX, Travel & Adventure Show (un cliente de la agencia), Skift Forum, World Travel Market, FITUR, Virtuoso Travel Week, ILTM.

Página 28 de 37

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS, QUE CELEBRAN POR UNA PARTE "EL FIDEICOMISO DE TURISMO DE LA PAZ" F/2110603-0 Y/O BANCO MEXICANO F20025 FIDEICOMISO DE TURISMO DE LA PAZ Y POR OTRA PARTE "MMGY GLOBAL LLC"

CONTRATO No. FITUPAZ 2022/20

Durante las ferias, coordinaremos entrevistas en el stand de los Cabos con los ejecutivos de Fitupaz con medios claves. A través de nuestros contactos en el segmento de medios de la industria turística, seguimos manteniendo comunicación con editores y periodistas cuyo enfoque incluye novedades sobre la industria turística de México, Latinoamérica y el Caribe tanto como los medios del segmento MICE.

Ejemplos de publicaciones: Agent@Home, TravelPulse, TravelAge West, Luxury Travel Advisor, Travel Weekly, Incentive, Meetings West, Successful Meetings, CVENT, Travel Weekly

4. Viajes de Prensa Individuales y Grupales

Los viajes de prensa son una de las tácticas de relaciones públicas más rentables y exitosas para promover el destino y generar medios ganados al permitir a los periodistas tener experiencia de primera mano en un lugar o una experiencia particular.

Nuestra metodología para los viajes de prensa:

- A partir de nuestras décadas de experiencia en relaciones públicas de viajes, sabemos que los viajes de prensa más exitosos siguen la guía simple de adaptarse a su audiencia.
- Para asegurarnos que las visitas de prensa rindan producto por la inversión en estas, la agencia selecciona a los reporteros basado en varios criterios, incluyendo pero no limitados a los siguiente:
- Alcance y calidad de los medios por los cuales escriben
- Áreas de interés y experiencia de los reporteros
- Relevancia de los medios con relación a los objetivos del cliente
- Influencia en redes sociales
- Experiencia previa con el reportero

Hemos adaptado nuestro proceso para los viajes de prensa como resultado de COVID-19. Otra vez planeamos viajes de prensa grupales pero la mayoría son viajes individuales porque ahora los periodistas los prefieren. Continuamos monitoreando las condiciones y adaptándonos como es necesario. Hay más énfasis en planear las actividades al aire libre con más tiempo libre para explorar solo. Nosotros ejecutamos los viajes de prensa de la siguiente manera:

- Crear temas e itinerarios atractivos
- Proveer a los medios con información útil que pueda ser publicada junto con sus historias, incluyendo paquetes y ofertas de viajes
- Concentrarnos en logros mensurables que puedan vincularse con los objetivos
- Realizar evaluaciones rigurosas para calificar y asegurar a los mejores periodistas y redactores independientes
- Trabajar con periodistas para asegurar la asignación de sus historias por adelantado
- "Escribir historias" por adelantado con un itinerario enfocado, imágenes a las que se les puede dar seguimiento y una logística organizada a fin de que los reporteros tengan todo lo que necesitan para desarrollar sus artículos
- Asegurar que #VisitLaPaz se utilice en toda mención en las redes sociales sobre su experiencia en Las Paz
- Proveer apoyo local de la agencia durante todo el viaje
- Realizar labores de seguimiento después de los viajes para proveer información adicional, revisar datos y promover más ideas de historias
- Confirmar las historias una vez publicadas y obtener recortes de prensa

TEMAS DE VIAJE PARA LA PRENSA EN 2023

Como parte de nuestra estrategia obtendremos oportunidades de visitas a los medios personalizadas e individuales. Planeamos organizar viajes de prensa individuales y trabajaremos en estrecha colaboración con los

CONTRATO No. FITUPAZ 2022/20

socios del destino y los editores de las diferentes publicaciones para crear itinerarios personalizados que ofrezcan historias interesantes, únicas y de interés periodístico.

Además, organizaremos varios viajes de prensa grupales dirigidos a entre 3 y 5 periodistas a lo largo del año, en un esfuerzo por continuar promoviendo eventos especiales anuales relacionados con pilares temáticos específicos del destino, incluidos:

- Arte y cultura
- Eco turismo/naturaleza
- Culinaria
- Deporte náuticos - enfoque en familias
- Negocios y reuniones
- Romance/boda

Página 30 de 37

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS, QUE CELEBRAN POR UNA PARTE "EL FIDEICOMISO DE TURISMO DE LA PAZ" F/2110603-0 Y/O BANCO MEXICANO F20025 FIDEICOMISO DE TURISMO DE LA PAZ Y POR OTRA PARTE "MMGY GLOBAL LLC"

5. Monitoreo de medios

La agencia tiene la capacidad para monitorear los medios diariamente de nuestras oficinas en Nueva York y Los Ángeles para capturar cobertura que generar para La Paz, monitorear tendencias en la industria e identificar asuntos o crisis potenciales. Podemos informar Fitupaz de manera inmediata sobre sucesos que pudieran derivar en una crisis y ejecutar acciones inmediatas para su administración. Usamos Cision o Meltwater para asistir en monitoreo los medios tradicionales y en línea para dar a nuestros clientes resultados eficientes.

SINTÉISIS INFORMATIVA, ADMINISTRACIÓN DE LA CUENTA Y REPORTAJE

Nuestra prioridad es formar una relación duradera con nuestros clientes. Administramos cuentas y monitoreamos el progreso de estas de la siguiente manera:

- Comunicación continua con nuestros clientes para ofrecer consejo estratégico
- Reuniones semanales entre la agencia y el cliente, incluyendo resumen de actividad y notas/minutos de las reuniones y llamadas
- Monitoreo diario para menciones en la prensa (clippings)
- Monitoreo diario para noticias que podrian afectar el destino con recomendaciones de pasos/medidas a tomar
- Reportes de actividad mensuales
- Reportes mensuales sobre tendencias y novedades relevantes
- Reportes sobre iniciativas específicas (por ejemplo, visitas de periodistas, eventos/activaciones)
- Resumen regular de artículos e impresiones generadas según criterio del cliente
- Monitoreo y reportes actuales de tendencias
- Administración financiera de la cuenta y reportes financieros
- Monitoreo de resultados para asegurar que el programa está generando los resultados deseados

EVALUACIÓN DE RESULTADOS

Una estrategia sólida y disciplinada para medir resultados es esencial para entender el impacto de cualquier programa de relaciones públicas. Los resultados se miden contra metas y objetivos. Nosotros no sólo medimos la cantidad de artículos e impresiones generadas, también medimos la calidad de estos. Podemos evaluar su cobertura en la prensa y otras iniciativas en una variedad de maneras y podemos re-evaluar y reestructurar esta evaluación según vayan cambiando sus necesidades. Estaremos pendientes del mensaje que se comparte en la prensa y haremos cualquier ajuste necesario a nuestra estrategia para generar más resultados.

Nuestra metodología de reportaje está enfocada en la industria de turismo y como tal nos permite recolectar información que se puede usar para mejorar nuestros esfuerzos de mercadeo turístico. Esta combinación de tecnología y proceso es lo que guía nuestra ejecución experta de la planificación de medición, estrategias de tagging, manejo de datos, visualización de datos, generación de puntos claves y la atribución a través de varios canales. Desarrollamos los mejores modelos de análisis que guían la selección de puntos de éxito y metas para diferentes tipos de canales, medios de comunicación, campañas, y clientes dentro de la industria turística.

Lanzamos y apoyamos nuestra metodología de medición de la siguiente manera:

Descubrimiento

- Seleccionamos indicadores de éxito entre métricas existentes que son más próximas a los objetivos de negocio
- Definimos que dimensiones o segmentos serán necesarios para análisis y optimización
- Colocar metas basadas en datos históricos e indicadores de éxito aceptados por la industria

Diseño

- Creamos un plan de medición y una estrategia de tagging que define los componentes de ejecución necesarios para medición y análisis valido en efectivo

CONTRATO No. FITUPAZ 2022/20

- Desarrollamos pruebas de función para los elementos del programa de mercadeo con un hipótesis, controles, parámetros, e indicadores de éxitos claramente definidos

Lanzamiento

- Implementamos tecnologías y el tagging necesario para captar, agregar e integrar información a través de páginas de internet, aparatos móviles, y componentes del programa de mercadeo
- Establecemos formatos de evaluación que nos permiten ver claramente el impacto del programa y producen datos sobre los cuales se puede tomar acción

Análisis

- Rendimos en forma visual los datos para poder relatar claramente informes de funcionamiento y tendencias
- Investigamos tendencias, patrones y correlaciones entre los datos para rendir puntos sobre los cuales podemos tomar acción
- Reportamos el impacto, datos interesantes y acciones recomendadas al cliente de una forma clara y constante

Optimización

- Ejecutamos y monitoreamos el progreso de nuestras acciones basadas en datos existentes
- Integramos nuevas fuentes de información en nuestro análisis cuando estas sean disponibles y relevantes
- Continuamos a actualizar el registro de datos, el manejo e integración de tecnologías y procesos para asegurar que siempre haya el más alto nivel de calidad de información e innovación en el análisis de esta
- Esta metodología nos permite enfocarnos más en descubrir nuevos datos y definir acciones que asegurarán el progreso continuo del programa.

Cómo Medimos Cantidad

- Número de impresiones
- Equivalencia de inversión publicitaria (Ad equivalency)
- Seguidores en Facebook, Twitter, Instagram
- Variedad de medios (TV, radio, internet, etc)
- Tráfico a su página web
- Conversaciones en redes sociales
- Amplificación de mensajes a través de otros canales de comunicación
- Número de participantes en eventos

Cómo Medimos Calidad

- Mención de mensajes claves
- Tono/Favorabilidad
- Comentarios de portavoz
- Inclusión de imágenes
- Posicionamiento de La Paz como un destino de alta calidad
- Llamado a acción (mención de página web)
- Incremento en favorabilidad/actitud hacia el destino
- Tipo de cobertura (artículo exclusivo, lista de destinos)



6. Programas de Boletines de Prensa

Los boletines de prensa son una herramienta importante que usamos como parte del Gabinete de Prensa. Desarrollamos un calendario de boletines y pitches para distribución a los medios claves cada mes para asegurar que tenemos un ritmo constante de comunicación con ellos. Estos boletines cubren temas como anuncios de la industria, festivales en La Paz, nuevos productos turísticos en La Paz, y otras cosas que nos ayudan a elevar la imagen de La Paz con los medios en los Estado Unidos y Canadá. Aquí y en la sección de Contenido incluimos más detalles sobre nuestra uso de boletines de prensa.

Valor añadido de MMGY NJF

ASOCIACIÓN A LARGO PLAZO

Nuestra prioridad es construir asociaciones a largo plazo con nuestros clientes, y nos gusta la oportunidad de continuar construyendo nuestra asociación de relaciones públicas con La Paz.

- Muchos años de experiencia trabajando con México y Baja California Sur incluyendo Los Cabos y su industria turística
- Comunicación y asesoramiento estratégico senior continuo
- Un programa de comunicaciones integrados y un equipo integrado
- Encuesta anual a los clientes para proporcionar comentarios sobre el progreso de la agencia
- Exposición a la investigación exclusiva de MMGY Global
- Oportunidad de recibir nuestra "Changes in Media Landscape" newsletter cada mes
- Las últimas tendencias y previsiones de los medios
- Invitaciones para asistir a eventos organizados por MMGY Global
- Presentaciones y / u oportunidades para asociarse con otros clientes de MMGY Global

CONTRATO No. FITUPAZ 2022/20

CALENDARIO DE EJECUCIÓN:

| ACTIVIDAD | ENERO | FEB | MARZO | ABRIL | MAYO | JUNIO | JULIO | AGOSTO | SEPT | OCT | NOV | DIC |
|--|-------|-----|-------|-------|------|-------|-------|--------|------|-----|-----|-----|
| Creación de mensajes y contenido | | | | | | | | | | | | |
| Asesoría en asuntos críticos y/o Crisis | | | | | | | | | | | | |
| Gabinete de Prensa | | | | | | | | | | | | |
| Entrevistas con medios influyentes | | | | | | | | | | | | |
| Viajes de prensa individuales y grupales | | | | | | | | | | | | |
| Monitoreo de Medios | | | | | | | | | | | | |
| Programa de boletines de Prensa | | | | | | | | | | | | |
| Reportes y Administración de Cuenta | | | | | | | | | | | | |

CONTRATO No. FITUPAZ 2022/20

ANEXO II

PROPUESTA ECONÓMICA:

PROPUESTA ECONÓMICA

| CONCEPTO | ACTIVIDAD GENÉRICA | PRESUPUESTO MÍNIMO (\$2,640,000.00) | PRESUPUESTO MÁXIMO (\$6,600,000.00) |
|---|---|---|---|
| 1. Creación de mensajes y contenido del destino. | Generación de mensajes para medios sobre el destino, así como lineamientos y protocolos con socios comerciales (medios de viaje, estilo y vida, otros verticales) e industria. | \$116,000.00 | \$232,000.00 |
| 2. Asesoría y plan de acción en asuntos críticos y/o crisis. | Acciones de monitoreo, identificación y administración de asuntos críticos y/o crisis. | \$233,000.00 | \$466,000.00 |
| 3. Gabinete de Prensa. | Establecer y mantener relaciones cercanas con medios de comunicación – proactiva y reactiva. Gestionar y obtener entrevistas para funcionarios de Fitupaz “así como de miembros de la industria turística. | \$813,000.00 | \$1,394,000.00 |
| 4. Viajes de Prensa individuales y grupales | Identificación de medios para viajes individuales y grupales, coordinación de los viajes, administración de los viajes, asistencia del representante de la agencia en los viajes grupales, follow up con los medios para producir la cobertura del destino. | \$698,000.00 | \$1,162,000.00 |
| 5. Monitoreo de Medios | Monitoreo de medios relevantes en los mercados de Estados Unidos de América y Canadá. | \$349,000.00 | \$698,000.00 |
| 6. Programa de boletines de prensa | Diseño y ejecución de programa de boletines de prensa en medios. | \$233,000.00 | \$464,000.00 |
| Sub-total Honorarios de la Agencia | | \$2,442,000.00 | \$4,416,000.00 |
| Los viáticos y gastos | Gastos para viajes de prensa; viajes a reuniones, eventos y conferencias; café y comida con los medios durante entrevistas; participación en eventos de medios; producción de eventos de medios | \$198,000.00 | \$600,000.00 |
| | Servicio de press clippings | | \$250,000.00 |
| Sub-total los viáticos y gastos | | \$198,000.00 | \$1,050,000.00 |
| TOTAL (Pesos Mexicanos) | | \$2,640,000.00 | \$5,466,000.00 |

Página 35 de 37

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS, QUE CELEBRAN POR UNA PARTE "EL FIDEICOMISO DE TURISMO DE LA PAZ" F/2110603-0 Y/O BANCO MEXICANO F20025 FIDEICOMISO DE TURISMO DE LA PAZ Y POR OTRA PARTE "MMGY GLOBAL LLC"

CONTRATO No. FITUPAZ 2022/20

ESQUEMA DE PAGOS

| <u>PROPUESTA</u> | <u>MIN - PESOS</u> | <u>MÁX - PESOS</u> | |
|-----------------------------|------------------------------|--|--------------------------|
| FEE | \$2,442,000.00 | \$4,416,000.00 | |
| VIATICOS Y GASTOS | \$198,000.00 | \$1,050,000.00 | |
| TOTAL | \$2,640,000.00 | \$5,466,000.00 | |
| | | | |
| <u>MX PESOS FEE ANNUAL</u> | <u>LOS VIÁTICOS y GASTOS</u> | <u>FEE - PROYECTOS ESPECIALES</u> | <u>PRESUPUESTO TOTAL</u> |
| \$3,629,489.60 | \$1,050,000.00 | \$786,510.40 | \$5,466,000.00 |
| | | | |
| <u>MX PESOS FEE MENSUAL</u> | <u>ESQUEMA DE PAGOS</u> | <u>VIATICOS, GASTOS, PROYECTOS ESPECIALES ESQUEMA DE PAGOS</u> | |
| \$302,457.47 | 31 de enero | Los viáticos y gastos como se va invirtiendo* | |
| \$302,457.47 | 28 de febrero | Los viáticos y gastos como se va invirtiendo* | |
| \$302,457.47 | 31 de marzo | Los viáticos y gastos como se va invirtiendo* | |
| \$302,457.47 | 28 de abril | Los viáticos y gastos como se va invirtiendo* | |
| \$302,457.47 | 31 de mayo | Los viáticos y gastos como se va invirtiendo* | |
| \$302,457.47 | 30 de junio | Los viáticos y gastos como se va invirtiendo* | |
| \$302,457.47 | 31 de julio | Los viáticos y gastos como se va invirtiendo* | |
| \$302,457.47 | 31 de agosto | Los viáticos y gastos como se va invirtiendo* | |
| \$302,457.47 | 29 de septiembre | Los viáticos y gastos como se va invirtiendo* | |
| \$302,457.47 | 31 de octubre | Los viáticos y gastos como se va invirtiendo* | |
| \$302,457.47 | 30 de noviembre | Los viáticos y gastos como se va invirtiendo* | |
| \$302,457.47 | 29 de diciembre | Los viáticos y gastos como se va invirtiendo* | |

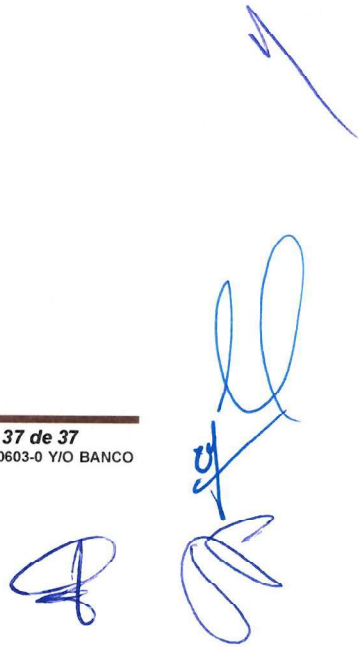
Página 36 de 37

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS, QUE CELEBRAN POR UNA PARTE "EL FIDEICOMISO DE TURISMO DE LA PAZ" F/2110603-0 Y/O BANCO MEXICANO F20025 FIDEICOMISO DE TURISMO DE LA PAZ Y POR OTRA PARTE "MMGY GLOBAL LLC"

CONTRATO No. FITUPAZ 2022/20

***Los viáticos y gastos** - Será cobrado mensualmente como se va invirtiendo

El monto restante de la tarifa \$786,510.40 disponible se utilizará para Fee para proyectos especiales que se definirán con el cliente y se aprobarán con anticipación. Estas tarifas se pueden cobrar durante cualquier mes en que se lleve a cabo el proyecto.

Handwritten signatures and a checkmark in blue ink. There are two distinct signatures, one above the other, and a checkmark to the right of the top signature.