



/ Administración

Fallo de Adjudicación
Licitación Pública Internacional LPI 333/2/2026
“SERVICIO PARA LA EJECUCIÓN DE SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y
PROMOCIÓN TURÍSTICA EN TERRITORIO NACIONAL E INTERNACIONAL”
Comité de Adquisiciones de la Administración Pública Centralizada del Poder
Ejecutivo del Estado de Jalisco

Con fundamento en los artículos 16 y 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; artículos 1 numeral 1, fracción IV, y numerales 2 y 3, fracción IX, 23, 24 fracción VI y VII, 29, 34, 35 numeral 1, fracción III, 47, 55 fracciones II, III, IV, 59 numeral 2, 66, 67, 69, y demás concurrente de la Ley de Compras Gubernamentales, Enajenaciones y Contratación de Servicios del Estado de Jalisco y sus Municipios; 3, 69, 73, del Reglamento de la Ley de Compras Gubernamentales, Enajenaciones y Contratación de Servicios del Estado de Jalisco y sus Municipios; los artículos 1, 2, fracciones I y III, 6, 15, 16, 17 de la Ley de Austeridad y Ahorro del Estado de Jalisco y sus Municipios; los artículos 4, 5, y 6 del Reglamento de la Ley de Austeridad Ahorro para el Estado de Jalisco y sus Municipios, a razón del convenio de colaboración firmado por **Fideicomiso de Turismo de los Municipios del Interior del Estado de Jalisco 574-3** en su carácter de **Organismo Público Descentralizado** y la **Secretaría de Administración**, se emite el siguiente **Fallo de Adjudicación** relativo a la **Licitación Pública Internacional LPI 333/2/2026** referente al **“SERVICIO PARA LA EJECUCIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS Y PROMOCIÓN TURÍSTICA EN EL TERRITORIO NACIONAL E INTERNACIONAL”**, mediante el número de solicitud de aprovisionamiento **08-016-2026**.

ANTECEDENTES

1. El Comité de Adquisiciones de la Administración Pública Centralizada del Poder Ejecutivo del Estado de Jalisco aprobó en su **Quincuagésima Cuarta Sesión con Carácter de Extraordinaria en fecha del 17 diecisiete de julio del 2026 dos mil veintiséis** el Fallo Desierto de la **Licitación Pública Internacional LPI 333/2026**, aprobándose en ese mismo acto, la publicación de una segunda convocatoria para dicha licitación; por lo que a través de la Dirección General de Abastecimientos, de conformidad con los artículos 35, fracción X y 59 de la Ley de Compras Gubernamentales, Enajenaciones y Contratación de Servicios del Estado de Jalisco y sus Municipios; (de ahora en adelante **“LA LEY”**) y 62 del Reglamento de la Ley de Compras Gubernamentales, Enajenaciones y Contratación de Servicios del Estado de Jalisco y sus Municipios, (de ahora en adelante **“EL REGLAMENTO”**) el 17 diecisiete de Julio del 2026 dos mil veintiséis, fueron publicadas las Bases y segunda convocatoria correspondientes.
2. El **23 veintitrés de julio del 2026 dos mil veintiséis** se llevó a cabo una **junta de aclaraciones**, de conformidad con los artículos 63 y 70 de **“LA LEY”** y el artículo 63 del **“EL REGLAMENTO”**.
3. El **27 veintisiete de julio del 2026 dos mil veintiséis** se llevó a cabo el registro y el acto de **presentación de propuestas técnicas y económicas** en apego a los artículos 64 a 70 de **“LA LEY”**.
4. Queda de manifiesto que al acto de apertura de propuestas participaron los miembros del Comité de Adquisiciones de la Administración Pública Centralizada del Poder Ejecutivo del Estado de Jalisco, el representante de la Contraloría del Estado de Jalisco, el representante del Órgano Interno de Control de la Secretaría de Administración y el proveedor que presentó propuesta.
5. Esta Dirección recibió la propuesta de **1 (un) licitante**, en la inteligencia de que se condujo sin limitar el proceso de competencia y libre concurrencia, disposición contenida en el artículo 51,



/ Administración

Fallo de Adjudicación
Licitación Pública Internacional LPI 333/2/2026
“SERVICIO PARA LA EJECUCIÓN DE SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y
PROMOCIÓN TURÍSTICA EN TERRITORIO NACIONAL E INTERNACIONAL”
Comité de Adquisiciones de la Administración Pública Centralizada del Poder
Ejecutivo del Estado de Jalisco

numeral 1 de la Ley de compras Gubernamentales, Enajenaciones y Contratación de Servicios del Estado de Jalisco y sus Municipios; el licitante fue:

- **NORTH AND WARREN L.L.C.**

En función de lo antes expuesto, así como a lo deliberado y resuelto por los miembros del Comité de Adquisiciones de la Administración Pública Centralizada del Poder Ejecutivo del Estado de Jalisco y el área requirente, se emite la siguiente:

EVALUACIÓN DOCUMENTAL, TÉCNICA Y ECONÓMICA:

Se desprende de la evaluación de la propuesta licitada acotando que es una adjudicación sustanciada **A UN SOLO PROVEEDOR**, utilizando el criterio de evaluación **BINARIO**, por lo que se procede a la evaluación documental, técnica y económica.

Evaluación Documental.- Respecto a los documentos a presentar señalados en las bases y en función al acta de apertura que obra en el expediente de conformidad con el artículo 65, numeral 1, fracción III de **“LA LEY”**, de la revisión cualitativa que realizó la Dirección General de Abastecimientos y el Comité Técnico resolvieron lo siguiente:

Cumplimiento	Nombre del Proveedor
CUMPLEN con los requisitos legales establecidos en las bases, los anexos y en la convocatoria de la licitación, al entregarse todos los documentos.	• NORTH AND WARREN L.L.C.

Esto es así en función del acta de apertura que obra en el expediente de conformidad con el análisis documental que se encuentra plasmado en el **Anexo número 1**; por lo que la propuesta del licitante **NORTH AND WARREN L.L.C.**, se declara solvente documentalmente.

Evaluación Técnica.- Respecto a los documentos a presentar por los participantes exigidos en el anexo 1 de las Bases de Licitación, y de acuerdo con lo dispuesto por los el artículo 66 numeral 2 de **“LA LEY”**, y los artículos 68 y 69 de **“EL REGLAMENTO”**, se ha obtenido del Dictamen Técnico contenido en el oficio número **FTMI/228/2026** validado por **Mario Gálvez Barreto**, en su carácter de **Director General del Fideicomiso de Turismo de los Municipios del Interior del Estado de Jalisco 574-3**, lo siguiente:

CUMPLE TÉCNICAMENTE
• NORTH AND WARREN L.L.C.



Av. Fray Antonio Alcalde #1221,
Col. Miraflores, Guadalajara, Jalisco.
C.P. 44270 | 33 3818 2800



Fallo de Adjudicación
Licitación Pública Internacional LPI 333/2/2026
“SERVICIO PARA LA EJECUCIÓN DE SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y
PROMOCIÓN TURÍSTICA EN TERRITORIO NACIONAL E INTERNACIONAL”
Comité de Adquisiciones de la Administración Pública Centralizada del Poder
Ejecutivo del Estado de Jalisco

En relación con lo anterior, se manifiesta que el proveedor **NORTH AND WARREN L.L.C.**, **CUMPLE** con las especificaciones técnicas mínimas planteadas en el anexo 1 por el área requirente, convirtiéndolo solvente técnicamente y por ende se procederá a su evaluación económica.

Evaluación Económica.- Con base en la revisión y análisis de la propuesta económica presentada por el participante **NORTH AND WARREN L.L.C.** cuyo desglose se realiza en el anexo número 3 del presente fallo, del cual se concluye que de acuerdo con el precio promedio establecido en el estudio de mercado, la propuesta analizada resulta solvente económicamente al encontrarse dentro de los parámetros establecidos en el artículo 71 numeral 1 de “**LA LEY**”. Además de resultar evidente que al ser la única propuesta económicamente solvente, su precio ofertado resulta el más bajo en la presente licitación, por lo que deberá ser adjudicada según el criterio de evaluación binario.

En función de lo antes expuesto, así como lo deliberado y resuelto por el Comité de Adquisiciones de la Administración Pública Centralizada del Poder Ejecutivo del Estado de Jalisco, se emite el siguiente:

FALLO DE ADJUDICACIÓN

Primero. En congruencia con los aspectos documentales, técnicos y económicos, los cuales se integran en esta acta de fallo como anexos y son suscritos por los responsables de su elaboración, se concluye lo siguiente:

De conformidad con lo dispuesto por los artículos 67, numeral 1, fracción II, 24 fracción VII y demás relativos y aplicables de “**LA LEY**”, los integrantes del Comité de Adquisiciones de la Administración Pública Centralizada del Poder Ejecutivo del Estado de Jalisco; resuelven adjudicar la **Licitación Pública Internacional LPI 333/2/2026**, referente al “**SERVICIO PARA LA EJECUCIÓN DE SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y PROMOCIÓN TURÍSTICA EN TERRITORIO NACIONAL E INTERNACIONAL**” al licitante denominado **NORTH AND WARREN L.L.C.**, al ser solvente documental y técnicamente, además de ser la propuesta favorecida según el criterio de evaluación binario, por la cantidad de **\$9'950,000.00 (Nueve Millones Novecientos Cincuenta Mil Pesos 00/100 M.N.) sin incluir IVA.**

Se hace la manifestación que al ser la empresa adjudicada una empresa de carácter internacional con domicilio fiscal en el extranjero, no se desglosa en el precio adjudicado el Impuesto al Valor Agregado, debiendo determinar la Secretaría de la Hacienda Pública, al momento de realizarse la facturación del servicio, si existe algún tipo de retención sobre dicha contribución.

A continuación se transcriben lo adjudicado:

Cantidad	Descripción del producto o servicio	Unidad de Medida
1	Servicio para la ejecución de servicios de Relaciones Públicas y Promociones Turísticas en territorio nacional e internacional.	Servicio



Fallo de Adjudicación
Licitación Pública Internacional LPI 333/2/2026
“SERVICIO PARA LA EJECUCIÓN DE SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y
PROMOCIÓN TURÍSTICA EN TERRITORIO NACIONAL E INTERNACIONAL”
Comité de Adquisiciones de la Administración Pública Centralizada del Poder
Ejecutivo del Estado de Jalisco

En la siguiente tabla se desglosa el servicio contratado:

Partida	Descripción
1	La agencia deberá realizar la redacción y edición de un mínimo de cuatro (4) textos informativos por el periodo del contrato, de carácter periodístico, desarrollados bajo criterios editoriales profesionales y con un enfoque proactivo en la generación de ángulos noticiosos. Los contenidos deberán tener como objetivo dar a conocer los atributos del destino, sus novedades, experiencias, productos turísticos y temas de interés estratégico, resultando relevantes y atractivos para el público objetivo, con la finalidad de incentivar los viajes y la elección del destino como opción vacacional durante la vigencia del contrato. Los ángulos noticiosos serán distribuidos a una base de datos propia mínima de cuatrocientos a seiscientos (400 a 600) medios de comunicación, tanto del sector turístico como generalistas, y serán enviados a periodistas y editores de prensa escrita, medios digitales, radio, televisión y plataformas de redes sociales, de acuerdo con la pertinencia editorial de cada contenido. La agencia deberá garantizar la generación de un mínimo de quince (15) publicaciones por cada envío del texto, considerando menciones y contenidos en medios impresos, digitales, radiales, televisivos y redes sociales, tanto especializados en turismo como generalistas. Redacción y edición de mínimo dos (2) textos informativos por el periodo del contrato de carácter periodístico, elaborado bajo criterios editoriales, cuyo propósito es dar a conocer los atributos del destino, sus novedades, experiencias, productos turísticos y temas de interés estratégico que resulten atractivos para el público objetivo, con el fin de incentivar los viajes y la elección del destino como opción de vacaciones mensuales durante la vigencia del contrato. Los comunicados de prensa se enviarán a una base de datos propia y contratada de mil a mil trescientos (1.000 a 1.300) medios de comunicación del sector turístico y a medios generalistas, y serán distribuidos a periodistas y editores de prensa escrita, medios digitales, radio, televisión y plataformas de redes sociales. La agencia deberá asegurar un mínimo de quince (15) publicaciones en medios impresos, digitales, radiales, televisivos y redes sociales de carácter turístico y generalista por cada uno de los comunicados enviados. Se ejecutará y concretará mínimo una (1) oportunidad de transmisión en televisión de alcance nacional o regional, mediante la participación del destino en programas, segmentos especiales, reportajes, entrevistas o contenidos audiovisuales de carácter editorial emitidos por canales de televisión en Estados Unidos. La ejecución de esta acción incluirá la gestión editorial, la coordinación con productores y periodistas, y el desarrollo y entrega de información y contenidos necesarios para garantizar la efectiva difusión de los atributos, experiencias y propuestas de valor del destino con fines de promoción turística e incentivo de viajes. El contenido televisivo deberá ser emitido en al menos un (1) canal de televisión nacional o regional, y será complementado con su distribución digital a través de las plataformas oficiales del medio (sitio web y redes sociales), garantizando la publicación y circulación del contenido de uno a tres (1 a 3) espacios digitales asociados al canal o programa que realice la transmisión. Se deberá garantizar un alcance mínimo estimado de ciento cincuenta mil a doscientos cincuenta mil (150.000 a 250.000) impresiones acumuladas, considerando audiencia televisiva y alcance digital derivado de la transmisión. Ejecutar mínimo tres (3) visitas individuales al destino de medios de comunicación e influenciadores estratégicos, mediante la elaboración y desarrollo de agendas personalizadas, diseñadas según el perfil editorial, el público objetivo y los intereses específicos de cada visitante, con el fin de garantizar una cobertura especializada y de alto impacto para la promoción del destino.



Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 333/2/2026

“SERVICIO PARA LA EJECUCIÓN DE SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y PROMOCIÓN TURÍSTICA EN TERRITORIO NACIONAL E INTERNACIONAL”

Comité de Adquisiciones de la Administración Pública Centralizada del Poder Ejecutivo del Estado de Jalisco

Las visitas individuales estarán dirigidas a periodistas de medios de comunicación turísticos y/o generalistas de alcance nacional o regional, así como a creadores de contenido digital e influenciadores que cumplan como mínimo con los siguientes criterios: contar con una audiencia comprobable de mínimo cincuenta mil (50.000) seguidores en su red social principal (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube o X) y registrar un engagement mínimo del tres por ciento (3 %), medido conforme a los estándares de interacción de cada plataforma (relación entre visualizaciones, “me gusta”, comentarios y compartidos frente al total de seguidores). Para la selección de los participantes, se deberá priorizar aquellos perfiles con mayor número de seguidores, alcance potencial y afinidad con los segmentos turísticos del destino.

La agencia será responsable de la planificación integral de cada visita, incluyendo vuelos, hoteles, alimentos, traslados, experiencias, la coordinación logística, el diseño de la agenda personalizada, la articulación con proveedores turísticos locales y el acompañamiento durante la ejecución de la experiencia, garantizando una narrativa coherente con los atributos, productos y mensajes estratégicos del destino.

Como resultado de las tres (3) visitas individuales, el contratista deberá garantizar la generación de un mínimo de cuatro a seis (4 a 6) publicaciones en total, entre artículos, notas editoriales, reportajes o menciones en medios impresos, digitales, radiales o televisivos, así como publicaciones en redes sociales realizadas por los influenciadores participantes. Las publicaciones en redes sociales deberán realizarse en los formatos propios de cada plataforma, tales como publicaciones permanentes, videos, historias u otros contenidos nativos.

Se deberá operar de manera continua, durante toda la vigencia del contrato, una oficina de prensa que actuará como que actúa como punto de contacto oficial entre el destino y los medios de comunicación, periodistas, editores, creadores de contenido e influenciadores, encargada de recibir, canalizar, coordinar y dar seguimiento a solicitudes de prensa, entrevistas, requerimientos de información, propuestas editoriales y oportunidades de visibilidad mediática y estará encargada de la atención, coordinación y gestión permanente de las solicitudes de información, entrevistas y relacionamiento provenientes de medios de comunicación, creadores de contenido e influenciadores, con el objetivo de apoyar la promoción del destino y garantizar una respuesta oportuna, organizada y alineada con los lineamientos estratégicos de comunicación.

La operación de la oficina de prensa incluirá, como mínimo, la atención continua de solicitudes de medios nacionales e internacionales; la coordinación de entrevistas y acercamientos con voceros o actores del destino; el suministro de información institucional y turística validada; el acompañamiento a medios, creadores de contenido e influenciadores en el desarrollo de sus contenidos.

Redacción y edición de mínimo cuatro (4) textos informativos mensuales de carácter periodístico, elaborado bajo criterios editoriales, cuyo propósito es dar a conocer los atributos del destino, sus novedades, experiencias, productos turísticos y temas de interés estratégico que resulten atractivos para el público objetivo, con el fin de incentivar los viajes y la elección del destino como opción de vacaciones durante la vigencia del contrato.

Los comunicados de prensa se enviarán a una base de datos de 2,000 medios de comunicación del sector turístico y a medios generalistas, y serán distribuidos a periodistas y editores de prensa escrita, medios digitales, radio, televisión y plataformas de redes sociales. La agencia deberá asegurar un mínimo de quince (10) publicaciones en medios impresos, digitales, radiales, televisivos y redes sociales de carácter turístico y generalista por cada uno de los comunicados enviados.

Ejecutar un mínimo de treinta y cinco (35) entrevistas considerado como un ejercicio periodístico de carácter editorial en el cual un periodista, medio de comunicación o creador de contenido dialoga con un vocero oficial del destino para obtener información, declaraciones, análisis o contenidos informativos que serán publicados o transmitidos a través de distintos formatos y



Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 333/2/2026

“SERVICIO PARA LA EJECUCIÓN DE SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y PROMOCIÓN TURÍSTICA EN TERRITORIO NACIONAL E INTERNACIONAL”

Comité de Adquisiciones de la Administración Pública Centralizada del Poder Ejecutivo del Estado de Jalisco

plataformas mediáticas con voceros oficiales del destino durante la vigencia del contrato, con el propósito de posicionar la imagen, atributos y mensajes estratégicos del destino en medios de comunicación relevantes.

Las entrevistas deberán realizarse en medios de comunicación regionales o nacionales, en México, incluyendo medios del sector turístico y medios generalistas con audiencias verificables. Podrán ejecutarse en diferentes contextos y escenarios, tales como eventos del sector, ferias o encuentros turísticos, viajes de promoción, visitas de medios al destino, así como mediante formatos remotos o digitales. Las entrevistas podrán ser emitidas o publicadas en formatos escritos, digitales, radiales, televisivos o a través de plataformas virtuales como videollamadas o entrevistas en plataformas digitales, garantizando su difusión a audiencias finales.

Se deberá entregar reportes periódicos y un informe consolidado que evidencie la ejecución de las treinta y cinco (35) entrevistas, incluyendo la identificación de los medios participantes, fecha y formato de cada entrevista, vocero involucrado, enlaces o copias de las publicaciones generadas y un análisis cualitativo de los resultados obtenidos como aporte a la visibilidad y posicionamiento del destino.

Ejecutar mínimo cuatro (4) viaje de familiarización (FAM Trip) al destino, dirigido a medios de comunicación e influenciadores estratégicos, con el objetivo de generar cobertura editorial y contenidos digitales que promuevan los atributos, experiencias y ventajas competitivas del destino, incentivando la decisión de viaje por parte de los públicos objetivo. La ejecución del viaje deberá incluir la gestión de la agenda, incluyendo vuelos, hotel, alimentos, traslados, ingreso a experiencias, coordinación logística y la articulación con proveedores turísticos locales, garantizando una experiencia alineada con los mensajes estratégicos del destino.

El FAM Trip deberá contar con la participación de periodistas de medios de comunicación turísticos y/o generalistas de alcance nacional o regional, así como de creadores de contenido digital e influenciadores que cumplan como mínimo con los siguientes criterios: contar con una audiencia comprobable de mínimo cincuenta mil (50.000) seguidores en la red social principal desde la cual publican (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube o X) y presentar un nivel de engagement mínimo del tres por ciento (2 %), medido de acuerdo con los estándares de interacción de cada plataforma (promedio de “me gusta”, comentarios, compartidos y visualizaciones en relación con el número total de seguidores). Para la selección de los participantes, se deberá priorizar las redes sociales y plataformas que presenten mayor número de seguidores, alcance e impacto potencial, de acuerdo con métricas verificables.

Como resultado del viaje de familiarización, se deberá garantizar la generación de un mínimo de tres (3) a cuatro (4) apariciones en medios de comunicación, incluyendo artículos, notas web, reportajes o menciones editoriales en medios impresos, digitales, radiales o televisivos, así como la publicación de contenidos en redes sociales por parte de los influenciadores participantes. Las publicaciones en redes sociales deberán incluir formatos como publicaciones permanentes, videos, historias u otros contenidos nativos de cada plataforma.

Ejecutar un mínimo de una (1) conferencia de prensa y/o eventos especializados será un encuentro informativo organizado específicamente para medios de comunicación, en el cual voceros oficiales del destino presentan información de interés noticioso y atienden preguntas de periodistas, con el fin de generar cobertura editorial y visibilidad en distintos canales de comunicación, dirigidos a medios de comunicación, con el objetivo de promover la imagen, los atributos, novedades y mensajes estratégicos del destino ante periodistas y representantes de medios relevantes.

Las conferencias de prensa y eventos especializados estarán dirigidos a medios de comunicación regionales y nacionales, tanto del sector turístico como medios generalistas, e incluirán la participación de periodistas, editores y, cuando aplique, creadores de contenido con enfoque editorial. Estos encuentros podrán realizarse de manera presencial, virtual o híbrida, y llevarse a cabo en escenarios tales como ferias y eventos del sector turístico, mercados prioritarios,



/ Administración

Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 333/2/2026

“SERVICIO PARA LA EJECUCIÓN DE SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y PROMOCIÓN TURÍSTICA EN TERRITORIO NACIONAL E INTERNACIONAL”

Comité de Adquisiciones de la Administración Pública Centralizada del Poder Ejecutivo del Estado de Jalisco

lanzamientos institucionales, activaciones promocionales u otros espacios definidos conjuntamente con la entidad contratante.

La agencia se encargará de la planeación del evento, el apoyo en la definición de mensajes clave, la convocatoria a medios de comunicación, el seguimiento y confirmación de asistencia de los periodistas invitados, la coordinación logística durante el desarrollo de cada conferencia y el acompañamiento a los voceros oficiales. Así mismo, incluirá la entrega de materiales informativos y la atención a los requerimientos de los medios participantes antes, durante y después del evento. Como resultado de la ejecución de la (1) conferencia de prensa y/o eventos especializados, el contratista deberá garantizar la generación de un mínimo de treinta (30) publicaciones en total, derivadas directamente de dichos encuentros, entre artículos, notas informativas, menciones, reportajes, contenidos digitales o audiovisuales en medios impresos, web, radio, televisión y plataformas digitales. Las publicaciones deberán realizarse en medios nacionales y regionales, del sector turístico y generalista.

Ejecutar un mínimo de dos (2) viajes de familiarización (FAM Trips) al destino, dirigidos a agencias de viajes, tour operadores y actores estratégicos de la industria turística, con el objetivo de fortalecer el conocimiento del destino, facilitar su comercialización e incentivar la inclusión de sus productos y servicios en los portafolios, catálogos y programas de ventas de dichas agencias. Los viajes estarán orientados a la presentación directa de los atributos, experiencias, productos turísticos y ventajas competitivas del destino, desde un enfoque eminentemente comercial y de promoción de ventas.

La ejecución de cada viaje de familiarización deberá incluir la gestión integral de la agenda, comprendiendo la coordinación de vuelos, alojamiento, alimentación, traslados terrestres, ingreso a experiencias turísticas, visitas técnicas y encuentros con proveedores locales, así como la articulación con prestadores de servicios turísticos del destino. El contratista será responsable de garantizar una experiencia organizada y coherente con los objetivos estratégicos de promoción y comercialización del destino.

Los viajes de familiarización deberán contar con la participación de representantes de agencias de viajes y tour operadores de alcance nacional, regional o internacional, previamente seleccionados con base en criterios de volumen de ventas, alcance de mercado, especialización en el segmento turístico del destino y capacidad comprobada de distribución. Podrán incluirse agencias minoristas, mayoristas y redes o consorcios de agencias, priorizando aquellas con potencial de generar ventas efectivas hacia el destino.

Los viajes de familiarización deberán garantizar la generación de resultados comerciales verificables, entre los cuales se incluirán, como mínimo: la incorporación de al menos uno (1) de los servicios, productos o experiencias visitadas durante el viaje en los catálogos, portafolios, sistemas de distribución o programas de venta de las agencias participantes; la promoción del destino dentro de las comunicaciones comerciales internas de las agencias; y el establecimiento de contactos comerciales directos entre proveedores del destino y las agencias asistentes.

Ejecutar un mínimo de una (1) caravana turística en tres (3) ciudades previamente definidas como mercados prioritarios, con el objetivo de promover el destino ante agentes de viajes y tour operadores mayoristas, fortalecer el conocimiento del producto turístico y fomentar su comercialización. Deberá contar con la participación de un mínimo de entre cincuenta y ochenta (50-80) profesionales del sector turístico por ciudad, incluyendo agencias de viajes minoristas, tour operadores mayoristas, consorcios y otros actores relevantes de la cadena de comercialización.

La agencia será responsable de la planeación integral de cada caravana turística, lo cual incluirá la definición del formato del evento, la convocatoria a agentes de viajes y tour operadores mayoristas, el seguimiento y confirmación de la asistencia de los participantes, la coordinación logística del espacio del evento, el apoyo en la preparación de contenidos y presentaciones del destino, la gestión del registro de asistentes y el acompañamiento durante la ejecución de cada



Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 333/2/2026

"SERVICIO PARA LA EJECUCIÓN DE SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y PROMOCIÓN TURÍSTICA EN TERRITORIO NACIONAL E INTERNACIONAL"

Comité de Adquisiciones de la Administración Pública Centralizada del Poder Ejecutivo del Estado de Jalisco

encuentro. Así mismo, deberá coordinar la entrega de material informativo y facilitar los espacios de relacionamiento entre los participantes y los representantes del destino.

Como mínimo, la agencia deberá garantizar la realización efectiva de la caravana turística, la asistencia comprobada de al menos cincuenta (50) profesionales del sector turístico en la ciudad y la correcta ejecución de las agendas programadas.

Ejecutar un mínimo de quince (15) reuniones uno a uno con actores clave de la industria turística durante la vigencia del contrato, con el objetivo de fortalecer el relacionamiento institucional y comercial del destino, identificar oportunidades de cooperación, promoción o comercialización, y apoyar el posicionamiento del destino ante los principales tomadores de decisión del sector.

Las reuniones uno a uno estarán dirigidas a actores estratégicos de la industria turística, tales como agencias de viajes, tour operadores mayoristas, consorcios de agencias, aerolíneas, asociaciones del sector, plataformas de distribución, operadores especializados y otros aliados relevantes, de acuerdo con los mercados priorizados por la entidad contratante.

Como mínimo, el contratista deberá garantizar la realización efectiva de las quince (15) reuniones uno a uno, debidamente coordinadas y ejecutadas con actores relevantes de la industria turística.

Ejecutar un mínimo de seis (6) capacitaciones del destino durante la vigencia del contrato, dirigidas a agentes de viajes y tour operadores mayoristas, con el objetivo de fortalecer el conocimiento del destino, sus productos, experiencias y servicios turísticos, así como apoyar su correcta comercialización dentro de los portafolios y programas de venta de los actores del sector.

Las capacitaciones podrán realizarse en modalidad presencial, virtual o híbrida, de acuerdo con las necesidades operativas y los mercados priorizados por la entidad contratante. Los contenidos de cada capacitación deberán enfocarse en la oferta turística del destino, sus atributos diferenciadores, novedades, segmentos estratégicos y herramientas comerciales disponibles para las agencias y operadores.

La agencia será responsable de la planeación integral de cada capacitación, lo cual incluirá la definición del formato, el diseño de la agenda de contenidos, la convocatoria a agentes de viajes y tour operadores mayoristas, la coordinación logística o tecnológica según el caso, el registro y confirmación de los participantes, y el acompañamiento durante la ejecución de cada sesión. Así mismo, deberá apoyar la entrega o disposición de material informativo y contenidos de apoyo para los asistentes.

Elaborar un mínimo de tres (3) materiales comerciales de ventas y materiales de apoyo del destino durante la vigencia del contrato, estos son insumos informativos y promocionales diseñados específicamente para la industria turística, tales como presentaciones comerciales, fichas técnicas de producto, guías del destino, catálogos digitales, manuales de venta, dossiers comerciales u otros formatos equivalentes, en versión digital y, cuando se requiera, en formato editable. Los materiales deberán presentar información clara, específica y orientada a la venta, incluyendo atributos del destino, productos turísticos, experiencias, segmentos prioritarios y argumentos comerciales relevantes y estarán dirigidos a agentes de viajes, tour operadores mayoristas y actores de la industria turística, con el objetivo de facilitar el conocimiento, la promoción y la comercialización de la oferta turística del destino en los diferentes mercados priorizados.

La agencia será responsable de la conceptualización de los materiales, la definición de contenidos en coordinación con la entidad contratante, el diseño y estructura de cada pieza, y la producción final de los materiales acordados. Los materiales deberán ser coherentes con la estrategia de promoción del destino y adecuados para su uso en acciones como capacitaciones, reuniones uno a uno, caravanas turísticas y otros espacios de relacionamiento con la industria turística.

Ejecutar un mínimo de dos (2) oportunidades de colaboración entendiendo que son acercamientos formales, alianzas o mecanismos de trabajo conjunto establecidos con actores relevantes del sector turístico, tales como asociaciones, consorcios de agencias de viajes, tour operadores mayoristas, aerolíneas, plataformas de distribución, entidades gremiales, medios especializados u



Fallo de Adjudicación
Licitación Pública Internacional LPI 333/2/2026
“SERVICIO PARA LA EJECUCIÓN DE SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y
PROMOCIÓN TURÍSTICA EN TERRITORIO NACIONAL E INTERNACIONAL”
Comité de Adquisiciones de la Administración Pública Centralizada del Poder
Ejecutivo del Estado de Jalisco

	otros aliados estratégicos, orientados al desarrollo de acciones coordinadas en beneficio del destino y realizar el seguimiento a acuerdos de cooperación estratégica con aliados del sector turístico durante la vigencia del contrato, con el objetivo de fortalecer las relaciones institucionales y comerciales del destino y potenciar acciones conjuntas de promoción, capacitación, comercialización o posicionamiento en mercados priorizados. La agencia será responsable de la identificación de potenciales aliados estratégicos, la gestión de contactos, la coordinación de reuniones de acercamiento, la estructuración de propuestas de colaboración y el acompañamiento en la formalización y seguimiento de los acuerdos alcanzados. Las oportunidades de colaboración podrán materializarse mediante acuerdos de cooperación, cartas de intención, planes de trabajo conjuntos, compromisos de promoción, acciones de capacitación o mecanismos equivalentes, según el alcance definido con cada aliado. Estructuración de un mínimo de dos (2) productos turísticos del destino durante la vigencia del contrato, con el objetivo de fortalecer la oferta turística, facilitar su comercialización y mejorar su presentación ante agentes de viajes, tour operadores mayoristas y otros actores de la industria turística, el producto turístico deberá tener una combinación estructurada de servicios, experiencias y atractivos del destino, tales como alojamiento, actividades, transporte, gastronomía, visitas guiadas u otros componentes, integrados en una propuesta coherente, definida y lista para su promoción y comercialización en el mercado. El empaquetamiento del producto consistirá en la organización y descripción clara de dichos componentes, su propuesta de valor, segmentos objetivo y condiciones comerciales básicas. Se deberá incluir la identificación de oportunidades de desarrollo de productos turísticos en coordinación con la entidad contratante y los actores locales; la articulación con proveedores de servicios turísticos; el apoyo en la definición del concepto, componentes y narrativa del producto; y el acompañamiento en la estructuración de los paquetes turísticos. Así mismo, el contratista apoyará la preparación de insumos comerciales y descripciones del producto que faciliten su promoción y uso por parte del trade turístico.
--	---

Segundo. En atención al artículo 69, apartado 4 de “**LA LEY**”, difúndase y publíquese el contenido del presente fallo en el Portal de Compras del Estado de Jalisco, haciendo este evento, las veces de notificación personal del mismo. Lo anterior sin perjuicio de que algún interesado pueda acudir personalmente para que se le entregue copia del mismo en la Av. Fray Antonio Alcalde número 1221, Colonia Miraflores C.P. 44270, Guadalajara, Jalisco, ubicación de la entidad convocante.

Tercero. Con fundamento en el artículo 69, fracción V, de “**LA LEY**”, el contrato y la orden de compra, deberán celebrarse dentro de los 10 días hábiles posteriores a la presente resolución, en las oficinas del **FIDEICOMISO DE TURISMO DE LOS MUNICIPIOS DEL INTERIOR DEL ESTADO DE JALISCO 574-3**.

Así mismo, en caso de resultar aplicable de conformidad a lo establecido en el apartado 8 de las Bases, el proveedor adjudicado deberá presentar posteriores a la firma del contrato la garantía de cumplimiento del contrato en las oficinas del **FIDEICOMISO DE TURISMO DE LOS MUNICIPIOS DEL INTERIOR DEL ESTADO DE JALISCO 574-3**.

Cuarto. Se levanta el presente fallo de adjudicación de conformidad con los artículo 23, 24 y 31 de la Ley de Compras Gubernamentales, Enajenaciones y Contratación de Servicios del Estado de Jalisco y sus Municipios, las consultas, asesorías, análisis, opinión, orientación y resoluciones que



/ Administración

Fallo de Adjudicación
Licitación Pública Internacional LPI 333/2/2026
“SERVICIO PARA LA EJECUCIÓN DE SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y
PROMOCIÓN TURÍSTICA EN TERRITORIO NACIONAL E INTERNACIONAL”
Comité de Adquisiciones de la Administración Pública Centralizada del Poder
Ejecutivo del Estado de Jalisco

son emitidas por este Comité de Adquisiciones, son tomadas considerando única y exclusivamente la información, documentación y dictámenes que los sustenten o fundamenten y que son presentados por parte de los Licitantes y Servidores Públicos a quienes corresponda, siendo de quien los presenta la responsabilidad de su revisión, acciones, veracidad, faltas u omisiones en su contenido.

La Dirección General de Abastecimientos de la Secretaría de Administración, se reserva las facultades de citar a los proveedores y/o enviar el contenido del fallo mediante correo electrónico dispuesto en las respectivas propuestas. Se hace constar que el acto fue celebrado el día **25 de agosto de 2026**, en la **65ª Sesión de carácter extraordinaria**.

Elaboró: LOAL.

Firman la presente resolución por duplicado los integrantes del Comité de Adquisiciones de la Administración Pública Centralizada del Poder Ejecutivo del Estado de Jalisco, con derecho a voto conforme al artículo 25 numeral 3 de “LA LEY” que aprobaron la misma, en la sesión celebrada en Guadalajara, Jalisco, el día 25 de agosto de 2026 dos mil veintiséis, así como los invitados permanentes con derecho a voz. Notifíquese.

Jesús Ezequiel Martínez Nieto

Presidente Suplente del Comité de Adquisiciones de la
Administración Pública Centralizada del Poder Ejecutivo del
Estado de Jalisco

Ángel Eduardo Márquez Castellón

Secretario Técnico Suplente del Comité de Adquisiciones
de la Administración Pública Centralizada del Poder
Ejecutivo del Estado de Jalisco

Javier De Oyarzabal Castellanos

Representante de la Cámara Nacional de Comercio,
Servicios y Turismo de Guadalajara



/ Administración

Fallo de Adjudicación
Licitación Pública Internacional LPI 333/2/2026
“SERVICIO PARA LA EJECUCIÓN DE SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y
PROMOCIÓN TURÍSTICA EN TERRITORIO NACIONAL E INTERNACIONAL”
Comité de Adquisiciones de la Administración Pública Centralizada del Poder
Ejecutivo del Estado de Jalisco

Estefanía Ramírez Salgado
Representante de la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural

Ramírez S

Emma Itzel Narváez Acosta
Representante de la Secretaría de Administración

Emma Itzel Narváez Acosta

Bryam David Sánchez Porras
Invitado Permanente del Órgano Interno de Control de la Secretaría de Administración

Bryam Sánchez

Eugenia Carolina Torres Martínez
Representante de la Consejería Jurídica

Eugenia Carolina Torres Martínez

Silvia Jacqueline Martín del Campo Partida
Representante del Consejo Mexicano de Comercio Exterior

Silvia Jacqueline Martín del Campo Partida

Sergio Olmedo Zúñiga
Representante de la Secretaría de Desarrollo Económico

Sergio Olmedo Zúñiga



/ Administración

Fallo de Adjudicación
Licitación Pública Internacional LPI 333/2/2026
“SERVICIO PARA LA EJECUCIÓN DE SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y
PROMOCIÓN TURÍSTICA EN TERRITORIO NACIONAL E INTERNACIONAL”
Comité de Adquisiciones de la Administración Pública Centralizada del Poder
Ejecutivo del Estado de Jalisco

José Luis Ortiz Coronado

Representante del Área Jurídica de la Unidad Centralizada
de Compras

Jorge Dinael Hinojosa López

Invitado Permanente de la Contraloría del Estado

Mónica López Rosas

Representante de la Secretaría de la Hacienda Pública

María Fabiola Rodríguez Navarro

Representante del Consejo de Cámaras Industriales de
Jalisco



Fallo de Adjudicación
Licitación Pública Internacional LPI 333/2/2026
"SERVICIO PARA LA EJECUCIÓN DE SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y
PROMOCIÓN TURÍSTICA EN TERRITORIO NACIONAL E INTERNACIONAL"
Comité de Adquisiciones de la Administración Pública Centralizada del Poder
Ejecutivo del Estado de Jalisco

ANEXO 1
EVALUACIÓN DOCUMENTAL.

La Dirección General de Abastecimientos y el Comité Técnico realizaron el análisis de los requisitos legales y documentales establecidos en las bases y anexos del capítulo 5 subpuntos 5.4.1 y 5.4.2, en función al acta de apertura de la propuesta de la presente licitación, señalando el incumplimiento o no del mismo por parte del licitante participante en este proceso, tal y como se muestra a continuación:

No.	Documentos	NORTH AND WARREN L.L.C.
1	Propuesta Técnica	SI PRESENTA
2	Anexo 2 Manifiesto de Personalidad	SI PRESENTA
3	Anexo 3 Índice de la proposición	SI PRESENTA
4	Anexo 4 Acreditación del Licitante	SI PRESENTA
5	Anexo 5 Propuesta Económica	SI PRESENTA
6	Anexo 6 Declaraciones del Licitante	SI PRESENTA
7	Anexo 7 Aportación 5 al Millar	SI PRESENTA Y SI ACEPTA LA RETENCIÓN
8	Anexo 8 Declaración de Estratificación	NO APLICA
9	Anexo 9 Listado de Miembros y Representantes	SI PRESENTA
10	Anexo 10 Manifestación de Cumplimiento de Obligaciones Fiscales	NO APLICA
11	Anexo 11 Manifiesto de cumplimiento obligaciones en materia de Seguridad Social	NO APLICA
12	Opinión del cumplimiento de obligaciones fiscales en materia de seguridad social (Ante el IMSS)	NO APLICA
13	Acuse de autorización al IMSS para hacer público el resultado de la consulta de su opinión del cumplimiento de obligaciones fiscales en materia de seguridad social.	NO APLICA
14	Opinión del cumplimiento de obligaciones fiscales (Ante el SAT)	NO APLICA
15	Constancia de Situación Fiscal (SAT)	NO APLICA
16	Constancia de Situación Fiscal en Materia de Aportaciones Patronales y Entero de Descuentos ante INFONAVIT	NO APLICA
17	Identificación Oficial del Licitante o su representante Legal	SI PRESENTA
18	Manifiesto de no aplicabilidad	SI PRESENTA
19	Equivalente fiscal extranjero	SI PRESENTA

Resolutivo 1: Del análisis documental se desprende que el proveedor **NORTH AND WARREN L.L.C.** cumple con los documentos solicitados en las bases de la presente licitación, por lo que se declara solvente documentalmente.

Elaboró: Luis Oscar Aquino Lara
Puesto: Coordinador A.



Fallo de Adjudicación
Licitación Pública Internacional LPI 333/2/2026
“SERVICIO PARA LA EJECUCIÓN DE SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y
PROMOCIÓN TURÍSTICA EN TERRITORIO NACIONAL E INTERNACIONAL”
Comité de Adquisiciones de la Administración Pública Centralizada del Poder
Ejecutivo del Estado de Jalisco

ANEXO 2
EVALUACIÓN TÉCNICA.

Derivado del Dictamen Técnico contenido en el oficio **FTMI/228/2026** validado por **Mario Gálvez Barreto**, en su carácter de **Director General del Fideicomiso de Turismo de los Municipios del Interior del Estado de Jalisco 574-3**, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 66 numeral 2 de Ley de Compras Gubernamentales, Enajenaciones y Contratación de Servicios del Estado de Jalisco y sus Municipios y los artículos 68 y 69 del Reglamento de la Ley de Compras Gubernamentales, Enajenaciones y Contratación de Servicios del Estado de Jalisco y sus Municipios, así como el anexo 1 de las bases de la **Licitación Pública Internacional LPI 333/2/2026** en la cual se requiere el **“SERVICIO PARA LA EJECUCIÓN DE SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y PROMOCIÓN TURÍSTICA EN TERRITORIO NACIONAL E INTERNACIONAL”**, la siguiente evaluación de las propuestas técnicas.

No.4	OBLIGACIONES DE LOS PARTICIPANTES	NORTH & WARREN, LLC.
	Los participantes interesados deberán cumplir con las siguientes obligaciones: 4.1 Capacidad legal, técnica y financiera El participante deberá presentar oferta integral de servicios que abarque desde la planeación estratégica hasta la ejecución, seguimiento, medición y optimización continua de las acciones de relaciones públicas, además acreditar que cuentan con la personalidad jurídica, experiencia comprobable, recursos humanos, técnicos y financieros suficientes para prestar los servicios objeto de la presente licitación.	CUMPLE
	Presentar carta compromiso, donde se manifieste lo siguiente: 4.2 Confidencialidad: Guardar estricta confidencialidad sobre la información proporcionada por la convocante, así como de los resultados, estrategias y datos generados durante el proceso y, en su caso, durante la ejecución el contrato.	CUMPLE
	4.3 Disponibilidad operativa Tener la capacidad para integrar relaciones públicas, marketing digital, activaciones de marca, gestión de contenidos, colaboraciones estratégicas e influenciadores bajo una misma estrategia coordinada, respuesta inmediata y disponibilidad para atender requerimientos, reuniones, eventos y acciones derivadas del servicio. Tener la capacidad operativa y administrativa para cumplir con cronogramas estrictos, entregables obligatorios y procesos de evaluación del sector público.	CUMPLE
	Respeto a la imagen institucional Asegurar que todas las acciones, contenidos y materiales desarrollados respeten la identidad, lineamientos y objetivos institucionales del convocante. El licitante será el responsable de contar o tramitar los permisos, autorizaciones, licencias o demás requisitos que resulten necesarios para el uso de las aplicaciones digitales.	CUMPLE
	Enfoque en resultados de promoción turística	CUMPLE



/ Administración

Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 333/2/2026

“SERVICIO PARA LA EJECUCIÓN DE SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y PROMOCIÓN TURÍSTICA EN TERRITORIO NACIONAL E INTERNACIONAL”

Comité de Adquisiciones de la Administración Pública Centralizada del Poder Ejecutivo del Estado de Jalisco

El participante deberá orientar sus estrategias a la generación de posicionamiento del destino, cobertura mediática y atracción de visitantes, sustentando sus acciones con indicadores de desempeño.	
---	--

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS MÍNIMAS:		NORTH & WARREN, LLC.
1	Relaciones Públicas en Estados Unidos y Canadá Ángulos noticiosos La agencia deberá realizar la redacción y edición de un mínimo de cuatro (4) textos informativos por el periodo del contrato, de carácter periodístico, desarrollados bajo criterios editoriales profesionales y con un enfoque proactivo en la generación de ángulos noticiosos. Los contenidos deberán tener como objetivo dar a conocer los atributos del destino, sus novedades, experiencias, productos turísticos y temas de interés estratégico, resultando relevantes y atractivos para el público objetivo, con la finalidad de incentivar los viajes y la elección del destino como opción vacacional durante la vigencia del contrato. Los ángulos noticiosos serán distribuidos a una base de datos propia mínima de cuatrocientos a seiscientos (400 a 600) medios de comunicación, tanto del sector turístico como generalistas, y serán enviados a periodistas y editores de prensa escrita, medios digitales, radio, televisión y plataformas de redes sociales, de acuerdo con la pertinencia editorial de cada contenido. La agencia deberá garantizar la generación de un mínimo de quince (15) publicaciones por cada envío del texto, considerando menciones y contenidos en medios impresos, digitales, radiales, televisivos y redes sociales, tanto especializados en turismo como generalistas.	CUMPLE
2	Comunicados de prensa y/o boletines Redacción y edición de mínimo dos (2) textos informativos por el periodo del contrato de carácter periodístico, elaborado bajo criterios editoriales, cuyo propósito es dar a conocer los atributos del destino, sus novedades, experiencias, productos turísticos y temas de interés estratégico que resulten atractivos para el público objetivo, con el fin de incentivar los viajes y la elección del destino como opción de vacaciones mensuales durante la vigencia del contrato. Los comunicados de prensa se enviarán a una base de datos propia y contratada de mil a mil trescientos (1,000 a 1,300) medios de comunicación del sector turístico y a medios generalistas, y serán distribuidos a periodistas y editores de prensa escrita, medios digitales, radio, televisión y plataformas de redes sociales. La agencia deberá asegurar un mínimo de quince (15) publicaciones en medios impresos, digitales, radiales, televisivos y redes sociales de carácter turístico y generalista por cada uno de los comunicados enviados.	CUMPLE
3	Oportunidades en televisión Se ejecutará y concretará mínimo una (1) oportunidad de transmisión en televisión de alcance nacional o regional, mediante la participación del destino en programas, segmentos especiales, reportajes, entrevistas o contenidos audiovisuales de carácter editorial emitidos por canales de televisión en Estados Unidos. La ejecución de esta acción incluirá la gestión editorial, la coordinación con productores y periodistas, y el desarrollo y entrega de información y contenidos necesarios para garantizar la efectiva difusión de los	CUMPLE



Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 333/2/2026

“SERVICIO PARA LA EJECUCIÓN DE SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y PROMOCIÓN TURÍSTICA EN TERRITORIO NACIONAL E INTERNACIONAL”

Comité de Adquisiciones de la Administración Pública Centralizada del Poder Ejecutivo del Estado de Jalisco

	atributos, experiencias y propuestas de valor del destino con fines de promoción turística e incentivo de viajes. El contenido televisivo deberá ser emitido en al menos un (1) canal de televisión nacional o regional, y será complementado con su distribución digital a través de las plataformas oficiales del medio (sitio web y redes sociales), garantizando la publicación y circulación del contenido de uno a tres (1 a 3) espacios digitales asociados al canal o programa que realice la transmisión. Se deberá garantizar un alcance mínimo estimado de ciento cincuenta mil a doscientos cincuenta mil (150,000 a 250,000) impresiones acumuladas, considerando audiencia televisiva y alcance digital derivado de la transmisión.	
4	Viajes de familiarización Ejecutar mínimo un (1) viaje de familiarización (FAM Trip) al destino, dirigido a medios de comunicación e influenciadores estratégicos, con el objetivo de generar cobertura editorial y contenidos digitales que promuevan los atributos, experiencias y ventajas competitivas del destino, incentivando la decisión de viaje por parte de los públicos objetivo. La ejecución del viaje deberá incluir la gestión de la agenda, incluyendo vuelos, hotel, alimentos, traslados, ingreso a experiencias, coordinación logística y la articulación con proveedores turísticos locales, garantizando una experiencia alineada con los mensajes estratégicos del destino. El FAM Trip deberá contar con la participación de periodistas de medios de comunicación turísticos y/o generalistas de alcance nacional o regional, así como de creadores de contenido digital e influenciadores que cumplan como mínimo con los siguientes criterios: contar con una audiencia comprobable de mínimo cincuenta mil (50,000) seguidores en la red social principal desde la cual publican (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube o X) y presentar un nivel de engagement mínimo del tres por ciento (3 %), medido de acuerdo con los estándares de interacción de cada plataforma (promedio de “me gusta”, comentarios, compartidos y visualizaciones en relación con el número total de seguidores). Para la selección de los participantes, se deberá priorizar las redes sociales y plataformas que presenten mayor número de seguidores, alcance e impacto potencial de acuerdo con métricas verificables. Como resultado del viaje de familiarización, se deberá garantizar la generación de un mínimo de tres a cuatro (3 a 4) apariciones en medios de comunicación, incluyendo artículos, notas web, reportajes o menciones editoriales en medios impresos, digitales, radiales o televisivos, así como la publicación de contenidos en redes sociales por parte de los influenciadores participantes. Las publicaciones en redes sociales deberán incluir formatos como publicaciones permanentes, videos, historias u otros contenidos nativos de cada plataforma.	CUMPLE
5	Visitas individuales de medios e influenciadores Ejecutar mínimo tres (3) visitas individuales al destino de medios de comunicación e influenciadores estratégicos, mediante la elaboración y desarrollo de agendas personalizadas, diseñadas según el perfil editorial, el público objetivo y los intereses específicos de cada visitante, con el fin de garantizar una cobertura especializada y de alto impacto para la promoción del destino. Las visitas individuales estarán dirigidas a periodistas de medios de comunicación turísticos y/o generalistas de alcance nacional o regional, así como a creadores de contenido digital e influenciadores que cumplan como mínimo con los siguientes criterios: contar con una audiencia comprobable de mínimo cincuenta mil (50,000) seguidores en su red social principal (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube o X) y registrar un engagement mínimo del tres por ciento (3 %), medido conforme a los estándares de interacción de cada	CUMPLE



Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 333/2/2026

“SERVICIO PARA LA EJECUCIÓN DE SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y PROMOCIÓN TURÍSTICA EN TERRITORIO NACIONAL E INTERNACIONAL”

Comité de Adquisiciones de la Administración Pública Centralizada del Poder Ejecutivo del Estado de Jalisco

	plataforma (relación entre visualizaciones, “me gusta”, comentarios y compartidos frente al total de seguidores). Para la selección de los participantes, se deberá priorizar aquellos perfiles con mayor número de seguidores, alcance potencial y afinidad con los segmentos turísticos del destino. La agencia será responsable de la planificación integral de cada visita, incluyendo vuelos, hoteles, alimentos, traslados, experiencias, la coordinación logística, el diseño de la agenda personalizada, la articulación con proveedores turísticos locales y el acompañamiento durante la ejecución de la experiencia, garantizando una narrativa coherente con los atributos, productos y mensajes estratégicos del destino. Como resultado de las tres (3) visitas individuales, la agencia deberá garantizar la generación de un mínimo de cuatro a seis (4 a 6) publicaciones en total, entre artículos, notas editoriales, reportajes o menciones en medios impresos, digitales, radiales o televisivos, así como publicaciones en redes sociales realizadas por los influenciadores participantes. Las publicaciones en redes sociales deberán realizarse en los formatos propios de cada plataforma, tales como publicaciones permanentes, videos, historias u otros contenidos nativos.	
6	Operación permanente de una oficina de prensa Se deberá operar de manera continua, durante toda la vigencia del contrato, una oficina de prensa que actuará como que actúa como punto de contacto oficial entre el destino y los medios de comunicación, periodistas, editores, creadores de contenido e influenciadores, encargada de recibir, canalizar, coordinar y dar seguimiento a solicitudes de prensa, entrevistas, requerimientos de información, propuestas editoriales y oportunidades de visibilidad mediática y estará encargada de la atención, coordinación y gestión permanente de las solicitudes de información, entrevistas y relacionamiento provenientes de medios de comunicación, creadores de contenido e influenciadores, con el objetivo de apoyar la promoción del destino y garantizar una respuesta oportuna, organizada y alineada con los lineamientos estratégicos de comunicación. La operación de la oficina de prensa incluirá, como mínimo, la atención continua de solicitudes de medios nacionales e internacionales; la coordinación de entrevistas y acercamientos con voceros o actores del destino; el suministro de información institucional y turística validada; el acompañamiento a medios, creadores de contenido e influenciadores en el desarrollo de sus contenidos.	CUMPLE
7	Relaciones Públicas en México Comunicados de prensa y/o boletines Redacción y edición de mínimo cuatro (4) textos informativos mensuales de carácter periodístico, elaborado bajo criterios editoriales, cuyo propósito es dar a conocer los atributos del destino, sus novedades, experiencias, productos turísticos y temas de interés estratégico que resulten atractivos para el público objetivo, con el fin de incentivar los viajes y la elección del destino como opción de vacaciones durante la vigencia del contrato. Los comunicados de prensa se enviarán a una base de datos de 2,000 medios de comunicación del sector turístico y a medios generalistas, y serán distribuidos a periodistas y editores de prensa escrita, medios digitales, radio, televisión y plataformas de redes sociales. La agencia deberá asegurar un mínimo de diez (10) publicaciones en medios impresos, digitales, radiales, televisivos y redes sociales de carácter turístico y generalista por cada uno de los comunicados enviados.	CUMPLE
8	Entrevistas con voceros del destino Ejecutar un mínimo de treinta y cinco (35) entrevistas considerado como un ejercicio periodístico de carácter editorial en el cual un periodista, medio de comunicación o creador	CUMPLE



Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 333/2/2026

“SERVICIO PARA LA EJECUCIÓN DE SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y PROMOCIÓN TURÍSTICA EN TERRITORIO NACIONAL E INTERNACIONAL”

Comité de Adquisiciones de la Administración Pública Centralizada del Poder Ejecutivo del Estado de Jalisco

	de contenido dialoga con un vocero oficial del destino para obtener información, declaraciones, análisis o contenidos informativos que serán publicados o transmitidos a través de distintos formatos y plataformas mediáticas con voceros oficiales del destino durante la vigencia del contrato, con el propósito de posicionar la imagen, atributos y mensajes estratégicos del destino en medios de comunicación relevantes. Las entrevistas deberán realizarse en medios de comunicación regionales o nacionales, en México, incluyendo medios del sector turístico y medios generalistas con audiencias verificables. Podrán ejecutarse en diferentes contextos y escenarios, tales como eventos del sector, ferias o encuentros turísticos, viajes de promoción, visitas de medios al destino, así como mediante formatos remotos o digitales. Las entrevistas podrán ser emitidas o publicadas en formatos escritos, digitales, radiales, televisivos o a través de plataformas virtuales como videollamadas o entrevistas en plataforma digital, garantizando su difusión a audiencias finales. Se deberá entregar reportes periódicos y un informe consolidado que evidencie la ejecución de las treinta y cinco (35) entrevistas, incluyendo la identificación de los medios participantes, fecha y formato de cada entrevista, vocero involucrado, enlaces o copias de las publicaciones generadas y un análisis cualitativo de los resultados obtenidos como aporte a la visibilidad y posicionamiento del destino.	
9	Viajes de familiarización Ejecutar mínimo cuatro (4) viaje de familiarización (FAM Trip) al destino, dirigido a medios de comunicación e influenciadores estratégicos, con el objetivo de generar cobertura editorial y contenidos digitales que promuevan los atributos, experiencias y ventajas competitivas del destino, incentivando la decisión de viaje por parte de los públicos objetivo. La ejecución del viaje deberá incluir la gestión de la agenda, incluyendo vuelos, hotel, alimentos, traslados, ingreso a experiencias, coordinación logística y la articulación con proveedores turísticos locales, garantizando una experiencia alineada con los mensajes estratégicos del destino. El FAM Trip deberá contar con la participación de periodistas de medios de comunicación turísticos y/o generalistas de alcance nacional o regional, así como de creadores de contenido digital e influenciadores que cumplan como mínimo con los siguientes criterios: contar con una audiencia comprobable de mínimo cincuenta mil (50,000) seguidores en la red social principal desde la cual publican (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube o X) y presentar un nivel de engagement mínimo del tres por ciento (2 %), medido de acuerdo con los estándares de interacción de cada plataforma (promedio de “me gusta”, comentarios, compartidos y visualizaciones en relación con el número total de seguidores). Para la selección de los participantes, se deberá priorizar las redes sociales y plataformas que presenten mayor número de seguidores, alcance e impacto potencial, de acuerdo con métricas verificables. Como resultado del viaje de familiarización, se deberá garantizar la generación de un mínimo de tres (3) a cuatro (4) apariciones en medios de comunicación, incluyendo artículos, notas web, reportajes o menciones editoriales en medios impresos, digitales, radiales o televisivos, así como la publicación de contenidos en redes sociales por parte de los influenciadores participantes. Las publicaciones en redes sociales deberán incluir formatos como publicaciones permanentes, videos, historias u otros contenidos nativos de cada plataforma.	CUMPLE
10	Encuentros, conferencias y eventos con medios Ejecutar un mínimo de una (1) conferencia de prensa y/o eventos especializados será un encuentro informativo organizado específicamente para medios de comunicación, en el cual voceros oficiales del destino presentan información de interés noticioso y atienden	CUMPLE



Fallo de Adjudicación
Licitación Pública Internacional LPI 333/2/2026
“SERVICIO PARA LA EJECUCIÓN DE SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y
PROMOCIÓN TURÍSTICA EN TERRITORIO NACIONAL E INTERNACIONAL”
Comité de Adquisiciones de la Administración Pública Centralizada del Poder
Ejecutivo del Estado de Jalisco

	preguntas de periodistas, con el fin de generar cobertura editorial y visibilidad en distintos canales de comunicación, dirigidos a medios de comunicación, con el objetivo de promover la imagen, los atributos, novedades y mensajes estratégicos del destino ante periodistas y representantes de medios relevantes. Las conferencias de prensa y eventos especializados estarán dirigidos a medios de comunicación regionales y nacionales, tanto del sector turístico como medios generalistas, e incluirán la participación de periodistas, editores y, cuando aplique, creadores de contenido con enfoque editorial. Estos encuentros podrán realizarse de manera presencial, virtual o híbrida, y llevarse a cabo en escenarios tales como ferias y eventos del sector turístico, mercados prioritarios, lanzamientos institucionales, activaciones promocionales u otros espacios definidos conjuntamente con la entidad contratante. La agencia se encargará de la planeación del evento, el apoyo en la definición de mensajes clave, la convocatoria a medios de comunicación, el seguimiento y confirmación de asistencia de los periodistas invitados, la coordinación logística durante el desarrollo de cada conferencia y el acompañamiento a los voceros oficiales. Así mismo, incluirá la entrega de materiales informativos y la atención a los requerimientos de los medios participantes antes, durante y después del evento. Como resultado de la ejecución de la (1) conferencia de prensa y/o eventos especializados, el contratista deberá garantizar la generación de un mínimo de treinta (30) publicaciones en total, derivadas directamente de dichos encuentros, entre artículos, notas informativas, menciones, reportajes, contenidos digitales o audiovisuales en medios impresos, web, radio, televisión y plataformas digitales. Las publicaciones deberán realizarse en medios nacionales y regionales, del sector turístico y generalista.	
11	Viajes de familiarización para agencias de viajes Ejecutar un mínimo de dos (2) viajes de familiarización (FAM TRIPS) al destino, dirigidos a agencias de viajes, tour operadores y actores estratégicos de la industria turística, con el objetivo de fortalecer el conocimiento del destino, facilitar su comercialización e incentivar la inclusión de sus productos y servicios en los portafolios, catálogos y programas de ventas de dichas agencias. Los viajes estarán orientados a la presentación directa de los atributos, experiencias, productos turísticos y ventajas competitivas del destino, desde un enfoque eminentemente comercial y de promoción de ventas. La ejecución de cada viaje de familiarización deberá incluir la gestión integral de la agenda, comprendiendo la coordinación de vuelos, alojamiento, alimentación, traslados terrestres, ingreso a experiencias turísticas, visitas técnicas y encuentros con proveedores locales, así como la articulación con prestadores de servicios turísticos del destino. El contratista será responsable de garantizar una experiencia organizada y coherente con los objetivos estratégicos de promoción y comercialización del destino. Los viajes de familiarización deberán contar con la participación de representantes de agencias de viajes y tour operadores de alcance nacional, regional o internacional, previamente seleccionados con base en criterios de volumen de ventas, alcance de mercado, especialización en el segmento turístico del destino y capacidad comprobada de distribución. Podrán incluirse agencias minoristas, mayoristas y redes o consorcios de agencias, priorizando aquellas con potencial de generar ventas efectivas hacia el destino. Los viajes de familiarización deberán garantizar la generación de resultados comerciales verificables, entre los cuales se incluirán, como mínimo: la incorporación de al menos uno (1) de los servicios, productos o experiencias visitadas durante el viaje en los catálogos, portafolios, sistemas de distribución o programas de venta de las agencias participantes; la promoción del destino dentro de las comunicaciones comerciales internas de las	CUMPLE



Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 333/2/2026

“SERVICIO PARA LA EJECUCIÓN DE SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y PROMOCIÓN TURÍSTICA EN TERRITORIO NACIONAL E INTERNACIONAL”

Comité de Adquisiciones de la Administración Pública Centralizada del Poder Ejecutivo del Estado de Jalisco

	agencias; y el establecimiento de contactos comerciales directos entre proveedores del destino y las agencias asistentes.	
12	Caravanas turísticas en ciudades de la República Mexicana Ejecutar un mínimo de una (1) caravana turística en tres (3) ciudades previamente definidas como mercados prioritarios, con el objetivo de promover el destino ante agentes de viajes y tour operadores mayoristas, fortalecer el conocimiento del producto turístico y fomentar su comercialización. Deberá contar con la participación de un mínimo de entre cincuenta y ochenta (50-80) profesionales del sector turístico por ciudad, incluyendo agencias de viajes minoristas, tour operadores mayoristas, consorcios y otros actores relevantes de la cadena de comercialización. La agencia será responsable de la planeación integral de cada caravana turística, lo cual incluirá la definición del formato del evento, la convocatoria a agentes de viajes y tour operadores mayoristas, el seguimiento y confirmación de la asistencia de los participantes, la coordinación logística del espacio del evento, el apoyo en la preparación de contenidos y presentaciones del destino, la gestión del registro de asistentes y el acompañamiento durante la ejecución de cada encuentro. Así mismo, deberá coordinar la entrega de material informativo y facilitar los espacios de relacionamiento entre los participantes y los representantes del destino. Como mínimo, la agencia deberá garantizar la realización efectiva de la caravana turística, la asistencia comprobada de al menos cincuenta (50) profesionales del sector turístico en la ciudad y la correcta ejecución de las agendas programadas.	CUMPLE
13	Gestión de reuniones uno a uno con la industria turística Ejecutar un mínimo de quince (15) reuniones uno a uno con actores clave de la industria turística durante la vigencia del contrato, con el objetivo de fortalecer el relacionamiento institucional y comercial del destino, identificar oportunidades de cooperación, promoción o comercialización, y apoyar el posicionamiento del destino ante los principales tomadores de decisión del sector. Las reuniones uno a uno estará dirigidas a actores estratégicos de la industria turística, tales como agencias de viajes, tour operadores mayoristas, consorcios de agencias, aerolíneas, asociaciones del sector, plataformas de distribución, operadores especializados y otros aliados relevantes, de acuerdo con los mercados priorizados por la entidad contratante. Como mínimo, el contratista deberá garantizar la realización efectiva de las quince (15) reuniones uno a uno, debidamente coordinadas y ejecutadas con actores relevantes de la industria turística.	CUMPLE
14	Capacitaciones del destino presenciales y virtuales Ejecutar un mínimo de seis (6) capacitaciones del destino durante la vigencia del contrato, dirigidas a agentes de viajes y tour de operadores mayoristas, con el objetivo de fortalecer el conocimiento del destino, sus productos, experiencias y servicios turísticos, así como apoyar su correcta comercialización dentro de los portafolios y programas de venta de los actores del sector. Las capacitaciones podrán realizarse en modalidad presencial, virtual o híbrida, de acuerdo con las necesidades operativas y los mercados priorizado por la entidad contratante. Los contenidos de cada capacitación deberán enfocarse en la oferta turística del destino, sus atributos diferenciadores, novedades, segmentos estratégicos y herramientas comerciales disponibles para las agencias y operadores. La agencia será responsable de la planeación integral de cada capacitación, lo cual incluirá la definición del formato, el diseño de la agenda de contenidos, la convocatoria a agentes de viajes y tour operadores mayoristas, la coordinación logística o tecnológica según el	CUMPLE



Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 333/2/2026

“SERVICIO PARA LA EJECUCIÓN DE SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y PROMOCIÓN TURÍSTICA EN TERRITORIO NACIONAL E INTERNACIONAL”

Comité de Adquisiciones de la Administración Pública Centralizada del Poder Ejecutivo del Estado de Jalisco

	caso, el registro y confirmación de los participantes, y el acompañamiento durante la ejecución de cada sesión. Así mismo, deberá apoyar la entrega o disposición de material informativo y contenidos de apoyo para los asistentes.	
15	Desarrollo de materiales comerciales de ventas Elaborar un mínimo de tres (3) materiales comerciales de ventas y materiales de apoyo del destino durante la vigencia del contrato, estos son insumos informativos y promocionales diseñados específicamente para la industria turística, tales como presentaciones comerciales, fichas técnicas de producto, guías del destino, catálogos digitales, manuales de venta, dossiers comerciales u otros formatos equivalentes, en versión digital y, cuando se requiera, en formato editable. Los materiales deberán presentar información clara, específica y orientada a la venta, incluyendo atributos del destino, productos turísticos, experiencias, segmentos prioritarios y argumentos comerciales relevantes y estarán dirigidos a agentes de viajes, tour operadores mayoristas y actores de la industria turística, con el objetivo de facilitar el conocimiento, la promoción y la comercialización de la oferta turística del destino en los diferentes mercados priorizados. La agencia será responsable de la conceptualización de los materiales, la definición de contenidos en coordinación con la entidad contratante, el diseño y estructura de cada pieza, y la producción final de los materiales acordados. Los materiales deberán ser coherentes con la estrategia de promoción del destino y adecuados para su uso en acciones como capacitaciones, reuniones uno a uno, caravanas turísticas y otros espacios de relacionamiento con la industria turística.	CUMPLE
16	Identificación, negociación y seguimiento de acuerdos de cooperación Ejecutar un mínimo de dos (2) oportunidades de colaboración entendiendo que son acercamientos formales, alianzas o mecanismos de trabajo conjunto establecidos con actores relevantes del sector turístico, tales como asociaciones, consorcios de agencias de viajes, tour operadores mayoristas, aerolíneas, plataformas de distribución, entidades gremiales, medios especializados u otros aliados estratégicos, orientados al desarrollo de acciones coordinadas en beneficio del destino y realizar el seguimiento a acuerdos de cooperación estratégica con aliados del sector turístico durante la vigencia del contrato, con el objetivo de fortalecer las relaciones institucionales y comerciales del destino y potenciar acciones conjuntas de promoción, capacitación, comercialización o posicionamiento en mercados priorizados. La agencia será responsable de la identificación de potenciales aliados estratégicos, la gestión de contactos, la coordinación de reuniones de acercamiento, la estructuración de propuestas de colaboración y el acompañamiento en la formalización y seguimiento de los acuerdos alcanzados. Las oportunidades de colaboración podrán materializarse mediante acuerdos de cooperación, cartas de intención, planes de trabajo conjuntos, compromisos de promoción, acciones de capacitación o mecanismos equivalentes, según el alcance definido con cada aliado.	CUMPLE



Fallo de Adjudicación
Licitación Pública Internacional LPI 333/2/2026
“SERVICIO PARA LA EJECUCIÓN DE SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y
PROMOCIÓN TURÍSTICA EN TERRITORIO NACIONAL E INTERNACIONAL”
Comité de Adquisiciones de la Administración Pública Centralizada del Poder
Ejecutivo del Estado de Jalisco

17	Apoyo al desarrollo de productos turísticos Estructuración de un mínimo de dos (2) productos turísticos del destino durante la vigencia del contrato, con el objetivo de fortalecer la oferta turística, facilitar su comercialización y mejorar su presentación ante agentes de viajes, tour operadores mayoristas y otros actores de la industria turística, el producto turístico deberá tener una combinación estructurada de servicios, experiencias y atractivos del destino, tales como alojamiento, actividades, transporte, gastronomía, visitas guiadas u otros componentes, integrados en una propuesta clara, definida y lista para su promoción y comercialización en el mercado. El empaquetamiento del producto consistirá en la organización y descripción clara de dichos componentes, su propuesta de valor, segmentos objetivo y condiciones comerciales básicas. Se deberá incluir la identificación de oportunidades de desarrollo de productos turísticos en coordinación con la entidad contratante y los actores locales; la articulación con proveedores de servicios turísticos; el apoyo en la definición del concepto, componentes y narrativa del producto; y el acompañamiento en la estructuración de los paquetes turísticos. Así mismo, el contratista apoyará la preparación de insumos comerciales y descripciones del producto que faciliten su promoción y uso por parte del trade turístico.	CUMPLE
5.1 Experiencia (contratos previos o requisitos de experiencia de la empresa)		NORTH & WARREN, LLC.
	La agencia participante deberá presentar un (1) contrato en copia simple, con el sector público o privado, que se desprenda de su contenido haber prestado los servicios similares a los siguientes: Relaciones públicas diseño y ejecución de estrategias de promoción turística en mercados nacionales e internacionales. Planeación e implementación de campañas de marketing turístico, incluyendo medios digitales y tradicionales. Gestión de relaciones comerciales con tour operadores, mayoristas y agencias de viajes internacionales. Organización y ejecución de acciones de promoción, tales como caravanas, ferias turísticas, misiones comerciales o eventos B2B. Capacitación de agentes de viajes y actores de la industria turística. Promoción internacional de un destino turístico mexicano. Relación y vinculación con agentes de la industria turística internacional.	CUMPLE

RESOLUTIVO: Posterior a la revisión de lo solicitado como requisitos mínimos, se determinó que el proveedor **NORTH AND WARREN L.L.C.** si cumple con **las especificaciones técnicas mínimas solicitadas** en el anexo 1 de las presentes bases, por lo que resulta solvente técnicamente.



Fallo de Adjudicación
Licitación Pública Internacional LPI 333/2/2026
“SERVICIO PARA LA EJECUCIÓN DE SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y
PROMOCIÓN TURÍSTICA EN TERRITORIO NACIONAL E INTERNACIONAL”
Comité de Adquisiciones de la Administración Pública Centralizada del Poder
Ejecutivo del Estado de Jalisco

ANEXO 3
EVALUACIÓN ECONÓMICA.

A continuación, se demuestra el ejercicio realizado en cuanto a la evaluación económica de la propuesta del licitante **NORTH AND WARREN L.L.C.**, el único proveedor que resultó ser solvente técnica y documentalmente:

Tabla 1. En la presente tabla se plasma la propuesta económica del proveedor **NORTH AND WARREN L.L.C.**

PARTIDA	DESCRIPCIÓN	CANT.	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	IMPORTE
1	Servicio para la ejecución de servicios de Relaciones Públicas y Promociones Turísticas en territorio nacional e internacional.	1	Servicio	\$9'950,000.00	\$9,950,000.00
Cantidad con letra: Nueve Millones Novecientos Cincuenta Mil Pesos 00/100 M.N.				SUBTOTAL	-
				I.V.A.	-
				TOTAL	\$9'950,000.00

Se hace la manifestación que al ser la empresa adjudicada una empresa de carácter internacional con domicilio fiscal en el extranjero, no se desglosa en el precio adjudicado el Impuesto al Valor Agregado, debiendo determinar la Secretaría de la Hacienda Pública, al momento de realizarse la facturación del servicio, si existe algún tipo de retención sobre dicha contribución.

Resolutivo 1: La propuesta económica cumple con los parámetros económicos planteados por el artículo 71, numeral 1 de la Ley de Compras Gubernamentales, Enajenaciones y Contratación de Servicios del Estado de Jalisco y sus Municipios, en relación al precio promedio establecido en el estudio de mercado de la presente licitación.

Resolutivo 2: La propuesta del proveedor **NORTH AND WARREN L.L.C.**, resulta ser la única solvente económicamente, por lo que es la propuesta adjudicada según el método de evaluación binario.

Elaboró: Luis Oscar Aquino Lara.
Cargo: Coordinador A.

FIN DEL ANEXO 3