



Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 377/2/2026

"SERVICIO 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, y de conformidad al Convenio de colaboración firmado por el **FIDEICOMISO PÚBLICO PARA LA PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE PUERTO VALLARTA** 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 377/2/2026** referente al **"SERVICIO DE RELACIONES PÚBLICAS Y PROMOCIÓN TURÍSTICA EN TERRITORIO NACIONAL E INTERNACIONAL"**, mediante el número de solicitud de aprovisionamiento **08-022-2026**.

ANTECEDENTES

1. El Comité de Adquisiciones de la Administración Pública Centralizada del Poder Ejecutivo del Estado de Jalisco en su **54ª Sesión Extraordinaria** de fecha **17 de julio de 2026**, declaró el fallo desierto de la Licitación Pública Internacional LPI 377/2026, 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 mismo 17 de Julio del 2026, fueron publicadas las Bases y segunda convocatoria correspondientes.

2. El **23 de julio de 2026** 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 de julio de 2026** 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 del Órgano Interno de Control de la Secretaría de Administración, el Representante de la Contraloría del Estado y los proveedores que presentaron propuestas.

5. Esta Dirección recibió la propuesta de **01 (un) licitante**, en la inteligencia de que se condujo sin limitar el proceso de competencia y libre concurrencia, disposición contenida en el artículo 51, 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, LLC**





Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 377/2/2026

"SERVICIO 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 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 demás áreas correspondientes, se emite la siguiente:

EVALUACIÓN DOCUMENTAL, TÉCNICA Y ECONÓMICA:

Se desprende 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
CUMPLE 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, LLC

Esto es así en función del acta de apertura que obra en el expediente de conformidad con el análisis legal que se encuentra plasmado en el **Anexo número 1**; concluyendo que el único licitante es declarado **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 el dictamen técnico contenido en el oficio número **AG/118/2026**validado por **Lucía Leyva Luna**, en su carácter de **Administradora General**, así como por **Bianca Isadora Gómez Ontiveros**, en su carácter de **Coordinadora Jurídica** ambas pertenecientes al **FIDEICOMISO PÚBLICO PARA LA PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE PUERTO VALLARTA JALISCO (número 24827)**, mismo que se expone en el **Anexo número 2**, lo siguiente:

CUMPLE TÉCNICAMENTE
NORTH AND WARREN, LLC

Bajo ese contexto, el licitante **NORTH AND WARREN, LLC**, cumple con las especificaciones técnicas mínimas planteadas por el área requirente en las bases de la presente licitación, convirtiéndolo **SOLVENTE** técnicamente.

Evaluación Económica.- Con base en la revisión y análisis de la propuesta económica presentada por el licitante **NORTH AND WARREN, LLC** se desprende que el mismo es solvente económicamente,



Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 377/2/2026

"SERVICIO 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 acuerdo con el precio promedio establecido en el estudio de mercado al cumplir con los parámetros establecidos en el artículo 71 numeral 1 de "LA LEY"; además al ser la única propuesta económica solvente, su precio ofertado resulta el más bajo de la presente licitación para efectos del método de evaluación binario. Se realiza el desglose de la propuesta en el **Anexo 3**.

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 demuestra lo siguiente:

Con lo hasta aquí aducido y de conformidad con lo dispuesto por el artículo 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 377/2/2026 **"SERVICIO DE RELACIONES PÚBLICAS Y PROMOCIÓN TURÍSTICA EN TERRITORIO NACIONAL E INTERNACIONAL"** al licitante denominado **NORTH AND WARREN, LLC** al ser la proposición que resulta favorecida, según el criterio de evaluación binario, por la cantidad de **\$21,650,000.00 (Veintiún millones seiscientos cincuenta mil pesos 00/100 M.N.) SIN I.V.A. INCLUIDO**.

****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 muestra lo adjudicado:

PARTIDA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
1	SERVICIO PARA LA EJECUCIÓN DE SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y PROMOCIÓN TURÍSTICA EN TERRITORIO NACIONAL E INTERNACIONAL.	1	SERVICIO

En la siguiente tabla se desglosa el servicio contratado:

PARTIDA	DESCRIPCIÓN	CANT.
COMUNICADOS DE PRENSA Y/O BOLETINES	REDACCIÓN Y EDICIÓN DE MÍNIMO CINCO (5) 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 DOS MIL (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 (15) PUBLICACIONES EN MEDIOS IMPRESOS, DIGITALES, RADIALES, TELEVISIVOS Y REDES SOCIALES DE	35



Administración

Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 377/2/2026

"SERVICIO 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

	CARÁCTER TURÍSTICO Y GENERALISTA POR CADA UNO DE LOS COMUNICADOS ENVIADOS. EL CONJUNTO DE PUBLICACIONES DERIVADAS DE LOS COMUNICADOS DE PRENSA ALCANZARÁ UN IMPACTO MÍNIMO ESTIMADO DE ENTRE SEIS Y DIEZ MILLONES (6.000.000 - 10.000.000) DE IMPRESIONES, DEBIDAMENTE REPORTADAS Y SUSTENTADAS MEDIANTE INFORMES DE VERIFICACIÓN Y MÉTRICAS DE ALCANCE. EL CONJUNTO DE PUBLICACIONES OBTENIDAS REPRESENTARÁ UN BENEFICIO NO PAGADO (VALOR EQUIVALENTE EN ESPACIOS PUBLICITARIOS) ESTIMADO EN UN MÍNIMO DE SEISCIENTOS MIL DÓLARES ESTADOUNIDENSES (USO 600.000), CALCULADO DE ACUERDO CON LOS ESTÁNDARES DE MEDICIÓN DE VALOR PUBLICITARIO UTILIZADOS EN MÉXICO	
COORDINACIÓN DE ENTREVISTAS CON VOCEROS DEL DESTINO	EJECUTAR UN MÍNIMO DE CUARENTA (40) 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 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 VIDEO LLAMADAS O ENTREVISTAS VÍA ZOOM, GARANTIZANDO SU DIFUSIÓN A AUDIENCIAS FINALES. SE DEBERÁ ENTREGAR REPORTES PERIÓDICOS Y UN INFORME CONSOLIDADO QUE EVIDENCIE LA EJECUCIÓN DE LAS CUARENTA (40) 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 APOORTE A LA VISIBILIDAD Y POSICIONAMIENTO DEL DESTINO. EL CONJUNTO DE PUBLICACIONES DERIVADAS DE LAS ENTREVISTAS ALCANZARÁ UN IMPACTO MÍNIMO ESTIMADO DE DOS MILLONES (2.000.000) DE IMPRESIONES, DEBIDAMENTE REPORTADAS Y SUSTENTADAS MEDIANTE INFORMES DE VERIFICACIÓN Y MÉTRICAS DE ALCANCE. EL CONJUNTO DE PUBLICACIONES OBTENIDAS REPRESENTARÁ UN BENEFICIO NO PAGADO (VALOR EQUIVALENTE EN ESPACIOS PUBLICITARIOS) ESTIMADO EN UN MÍNIMO DE CIENTO MIL DÓLARES ESTADOUNIDENSES (USD 100.000), CALCULADO DE ACUERDO CON LOS ESTÁNDARES DE MEDICIÓN DE VALOR PUBLICITARIO UTILIZADOS EN MÉXICO	40
COORDINACIÓN DE VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN (MEDIOS E INFLUENCERS)	EJECUTAR MÍNIMO DE SEIS (6) 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 5 (CINCO) 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)	6



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



Administración

Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 377/2/2026

"SERVICIO 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

	SEGUIDORES EN LA RED SOCIAL PRINCIPAL DESDE LA CUAL PUBLICAN (FACEBOOK, INSTAGRAM, TIKTOK, YOUTUBE O X) Y PRESENTAR UN NIVEL DE ENGAGEMENT MÍNIMO DEL DOS 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 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. EL CONJUNTO DE CONTENIDOS GENERADOS DEBERÁ ALCANZAR UN IMPACTO MÍNIMO ESTIMADO DE UN MILLÓN (1.000.000) DE IMPRESIONES ACUMULADAS, CALCULADAS CON BASE EN LAS MÉTRICAS OFICIALES DE CADA PLATAFORMA DIGITAL Y EN LOS DATOS DE AUDIENCIA REPORTADOS POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, DE CONFORMIDAD CON LAS METODOLOGÍAS DE MEDICIÓN DE ALCANCE UTILIZADAS EN REDES SOCIALES Y MEDIOS TRADICIONALES. ASIMISMO, LAS PUBLICACIONES DERIVADAS DEL FAM TRIP DEBERÁN REPRESENTAR PARA EL DESTINO UN BENEFICIO NO PAGADO EQUIVALENTE A UN VALOR MÍNIMO DE CUATROCIENTOS MIL DÓLARES ESTADOUNIDENSES (USD 400.000) CONFORME A LOS ESTÁNDARES DE MEDICIÓN DE VALOR PUBLICITARIO UTILIZADOS EN MÉXICO, EL CUAL SERÁ REPORTADO COMO PARTE DE LOS RESULTADOS DEL CONTRATO. SE DEBERÁ ENTREGAR UN INFORME DETALLADO DEL VIAJE DE FAMILIARIZACIÓN, QUE INCLUYA LA IDENTIFICACIÓN DE LOS PARTICIPANTES, MÉTRICAS DE SEGUIDORES Y ENGAGEMENT, DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS, ENLACES Y COPIAS DE LAS PUBLICACIONES GENERADAS EN MEDIOS Y REDES SOCIALES, ASÍ COMO UN ANÁLISIS DEL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS, EL ALCANCE TOTAL, LAS IMPRESIONES OBTENIDAS Y EL VALOR DEL IMPACTO LOGRADO.	
ENCUENTROS, CONFERENCIAS Y EVENTOS CON MEDIOS	EJECUTAR UN MÍNIMO DE DOS (2) CONFERENCIAS 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, LANZAMIENTOS INSTITUCIONALES, ACTIVACIONES PROMOCIONALES U OTROS ESPACIOS DEFINIDOS JUNTAMENTE 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.	2



Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 377/2/2026

"SERVICIO 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

	COMO RESULTADO DE LA EJECUCIÓN DE LA CONFERENCIA DE PRENSA Y/O EVENTOS ESPECIALIZADOS, LA AGENCIA 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 GENERA LISTA. EL CONJUNTO DE PUBLICACIONES GENERADAS DEBERÁ ALCANZAR UN IMPACTO MÍNIMO ESTIMADO DE UN MILLÓN (1.000.000) DE IMPRESIONES ACUMULADAS, CALCULADAS CON BASE EN LAS MÉTRICAS OFICIALES DE ALCANCE DE LOS MEDIOS Y PLATAFORMAS PARTICIPANTES, DE ACUERDO CON LOS ESTÁNDARES DE MEDICIÓN UTILIZADOS EN MEDIOS TRADICIONALES Y DIGITALES. ASÍ MISMO, LAS CONFERENCIAS DE PRENSA Y EVENTOS ESPECIALIZADOS DEBERÁN REPRESENTAR PARA EL DESTINO UN BENEFICIO NO PAGADO, EQUIVALENTE A UN VALOR TOTAL MÍNIMO DE TRESCIENTOS MIL DÓLARES ESTADOUNIDENSES (USD 300.000) CONFORME A LOS ESTÁNDARES DE MEDICIÓN DE VALOR PUBLICITARIO UTILIZADOS EN MÉXICO. SE DEBERÁ ENTREGAR INFORMES SOBRE LA CONFERENCIA DE PRENSA Y UN INFORME CONSOLIDADO FINAL QUE INCLUYA LA DESCRIPCIÓN DE CADA EVENTO, LISTADO DE MEDIOS CONVOCADOS Y ASISTENTES CONFIRMADOS, RELACIÓN Y ENLACES DE LAS PUBLICACIONES OBTENIDAS, MÉTRICAS DE ALCANCE E IMPRESIONES, Y LA ESTIMACIÓN DEL VALOR TOTAL DEL IMPACTO GENERADO, COMO EVIDENCIA DEL CUMPLIMIENTO DE LA ACTIVIDAD.	
COORDINACIÓN A CONFERENCIAS DE PRENSA	SE DESARROLLARÁ LA CONVOCATORIA Y COORDINACIÓN DE UN MÍNIMO DE TRES (3) CONFERENCIAS DE PRENSA DIRIGIDAS A MEDIOS DE COMUNICACIÓN NACIONALES Y REGIONALES, CON EL OBJETIVO DE FORTALECER LA VISIBILIDAD Y POSICIONAMIENTO DE PUERTO VALLARTA EN EL MERCADO NACIONAL, ASÍ COMO DAR A CONOCER LAS NOVEDADES, EXPERIENCIAS, ATRIBUTOS TURÍSTICOS Y MENSAJES ESTRATÉGICOS DEL DESTINO. ESTAS CONFERENCIAS ESTARÁN ORIENTADAS A MEDIOS ESPECIALIZADOS EN TURISMO, ESTILO DE VIDA, GASTRONOMÍA, NEGOCIOS Y MEDIOS GENERALISTAS RELEVANTES PARA EL MERCADO NACIONAL. LOS ENCUENTROS PODRÁN REALIZARSE EN EL MARCO DE FERIAS TURÍSTICAS, EVENTOS PROMOCIONALES, ACTIVACIONES ESPECIALES O ESPACIOS ESTRATÉGICOS DEFINIDOS JUNTAMENTE CON LA ENTIDAD CONTRATANTE. LA AGENCIA SERÁ RESPONSABLE DE LA CONVOCATORIA, SEGUIMIENTO Y CONFIRMACIÓN DE ASISTENCIA DE PERIODISTAS, EDITORES Y REPRESENTANTES DE MEDIOS RELEVANTES, GARANTIZANDO UN MÍNIMO DE DIEZ (10) ASISTENTES CONFIRMADOS POR CADA CONFERENCIA. ASÍ MISMO, BRINDARÁ APOYO EN LA COORDINACIÓN LOGÍSTICA, ACOMPAÑAMIENTO A VOCEROS, ENTREGA DE MATERIALES INFORMATIVOS Y GESTIÓN DE RELACIONAMIENTO CON MEDIOS ANTES, DURANTE Y DESPUÉS DE CADA ENCUENTRO. COMO PARTE DE ESTA ACCIÓN, SE CONTEMPLA ADEMÁS EL SEGUIMIENTO EDITORIAL CON LOS MEDIOS ASISTENTES, CON EL FIN DE FORTALECER LAS RELACIONES ESTRATÉGICAS Y MAXIMIZAR LAS OPORTUNIDADES DE VISIBILIDAD Y COBERTURA PARA EL DESTINO.	3
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	2



Administración

Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 377/2/2026

"SERVICIO 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

	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. SE DEBERÁ ENTREGAR UN INFORME DETALLADO POR CADA VIAJE DE FAMILIARIZACIÓN REALIZADO Y UN REPORTE CONSOLIDADO FINAL, QUE INCLUYA LA IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS PARTICIPANTES, DESCRIPCIÓN DE LA AGENDA EJECUTADA, LISTADO DE SERVICIOS Y PRODUCTOS VISITADOS, EVIDENCIAS DE INCLUSIÓN DEL DESTINO O DE ALGUNO DE SUS PRODUCTOS EN CATÁLOGOS, PROGRAMAS DE VENTA O PLATAFORMAS DE LAS AGENCIAS.	
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. SE DEBERÁ ENTREGAR UN INFORME DE LA CARAVANA TURÍSTICA Y UN REPORTE CONSOLIDADO FINAL, QUE INCLUYA LA FECHA Y CIUDAD DEL EVENTO, DESCRIPCIÓN DE LA EJECUCIÓN, LISTADO Y REGISTRO DE ASISTENTES CON IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS Y TOUR OPERADORES PARTICIPANTES, EVIDENCIAS DE LA REALIZACIÓN DEL EVENTO (REGISTROS FOTOGRÁFICOS, LISTAS DE ASISTENCIA O COMPROBACIONES DIGITALES) Y UNA EVALUACIÓN CUALITATIVA DE LOS ENCUENTROS REALIZADOS. LA VALIDACIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE ESTA ACTIVIDAD SE FUNDAMENTARÁ EN LA CORRECTA ORGANIZACIÓN Y EJECUCIÓN DE LAS CARAVANAS Y EN LA	



Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 377/2/2026

"SERVICIO 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

	ENTREGA COMPLETA Y VERIFICABLE DE LOS INFORMES Y SOPORTES CORRESPONDIENTES.	
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 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. SE DEBERÁN ENTREGAR REPORTES PERIÓDICOS Y UN INFORME CONSOLIDADO FINAL QUE INCLUYA EL REGISTRO DE CADA REUNIÓN REALIZADA, INDICANDO FECHA, MODALIDAD, ACTOR PARTICIPANTE, OBJETIVO DE LA REUNIÓN Y UNA DESCRIPCIÓN GENERAL DE LOS TEMAS ABORDADOS, ASÍ COMO LAS OPORTUNIDADES IDENTIFICADAS O ACCIONES DE SEGUIMIENTO PROPUESTAS. LA VALIDACIÓN DEL CUMPLIMIENTO SE REALIZARÁ CON BASE EN LA EJECUCIÓN EFECTIVA DE LAS REUNIONES Y LA ENTREGA COMPLETA Y VERIFICABLE DE LOS SOPORTES CORRESPONDIENTES.	15
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 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.	6
DESARROLLO DE MATERIALES COMERCIALES DE VENTAS	ELABORAR UN MÍNIMO DE CUATRO (4) 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, ATERRIZADA 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	



Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 377/2/2026

"SERVICIO 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

	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. SE DEBERÁ ENTREGAR LOS MATERIALES EN LOS FORMATOS ACORDADOS Y UN INFORME DE ENTREGA QUE ESPECIFIQUE EL NOMBRE DE CADA MATERIAL, SU OBJETIVO, EL PÚBLICO AL QUE ESTÁ DIRIGIDO Y SU USO PREVISTO DENTRO DE LAS ACCIONES DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL DESTINO. LA VALIDACIÓN DEL CUMPLIMIENTO SE REALIZARÁ CON BASE EN LA ENTREGA COMPLETA Y VERIFICABLE DE LOS MATERIALES Y SU APROBACIÓN POR PARTE DE LA ENTIDAD CONTRATANTE.	
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. SE DEBERÁ ENTREGAR UN INFORME POR CADA OPORTUNIDAD DE COLABORACIÓN GESTIONADA Y UN REPORTE CONSOLIDADO FINAL QUE INCLUYA LA IDENTIFICACIÓN DEL ALIADO ESTRATÉGICO, DESCRIPCIÓN DEL ALCANCE DE LA COLABORACIÓN O ACUERDO, ACTIVIDADES REALIZADAS, ESTADO DEL ACUERDO (EN GESTIÓN, FORMALIZADO O EN EJECUCIÓN) Y LAS ACCIONES DE SEGUIMIENTO DESARROLLADAS. LA VALIDACIÓN DEL CUMPLIMIENTO SE REALIZARÁ CON BASE EN LA EVIDENCIA DOCUMENTAL DE LAS GESTIONES REALIZADAS, LA EXISTENCIA DE ACUERDOS O COMPROMISOS DEFINIDOS Y LA ENTREGA COMPLETA Y VERIFICABLE DE LOS INFORMES CORRESPONDIENTES.	2
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 COHERENTE, DEFINIDA Y LISTA PARA SU PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EN EL MERCADO. EL EMPAQUETAMIENTO DEL PRODUCTO CONSISTIRÁ EN LA ORGANIZACIÓN Y DESCRIPCIÓN CLARA DE DICHO COMPONENTES, SU PROPUESTA DE VALOR, SEGMENTOS OBJETIVO Y CONDICIONES COMERCIALES BÁSICAS.	2



Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 377/2/2026

"SERVICIO 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

	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. SE DEBERÁ ENTREGAR UN INFORME POR CADA PRODUCTO TURÍSTICO DESARROLLADO, QUE INCLUYA LA DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO, SUS COMPONENTES, PROVEEDORES INVOLUCRADOS, SEGMENTO DE MERCADO AL QUE ESTÁ DIRIGIDO Y SU USO PREVISTO DENTRO DE LAS ACCIONES DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL DESTINO. LA VALIDACIÓN DEL CUMPLIMIENTO SE REALIZARÁ CON BASE EN LA ENTREGA DE LOS PRODUCTOS ESTRUCTURADOS Y LA DOCUMENTACIÓN CORRESPONDIENTE, DEBIDAMENTE APROBADA POR LA ENTIDAD CONTRATANTE.	
ÁNGULOS NOTICIOSOS	LA AGENCIA DEBERÁ REALIZAR LA REDACCIÓN Y EDICIÓN DE UN MÍNIMO DE DIEZ (10) 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 TREINTA (30) 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. EL CONJUNTO DE PUBLICACIONES DERIVADAS DE LOS COMUNICADOS DE PRENSA DEBERÁ ALCANZAR UN IMPACTO TOTAL ESTIMADO DE ENTRE VEINTE A TREINTA MILLONES DE IMPRESIONES (20.000.000 A 30.000.000), LAS CUALES DEBERÁN SER DEBIDAMENTE REPORTADAS Y SUSTENTADAS MEDIANTE INFORMES DE VERIFICACIÓN, ENLACES, EVIDENCIAS EDITORIALES Y MÉTRICAS DE ALCANCE OBTENIDAS CONFORME A METODOLOGÍAS RECONOCIDAS EN MEDIOS TRADICIONALES Y DIGITALES. EL CONJUNTO DE PUBLICACIONES OBTENIDAS REPRESENTARÁ PARA EL DESTINO UN BENEFICIO NO PAGADO, EQUIVALENTE A UN VALOR MÍNIMO ESTIMADO ENTRE CIENTO MIL A CIENTO CINCUENTA MIL DÓLARES ESTADOUNIDENSES (USD 100.000 A 150.000) EN ESPACIOS PUBLICITARIOS, CALCULADO DE CONFORMIDAD CON LOS ESTÁNDARES DE MEDICIÓN DE VALOR PUBLICITARIO UTILIZADOS EN ESTADOS UNIDOS.	10
COMUNICADOS DE PRENSA Y/O BOLETINES	REDACCIÓN Y EDICIÓN DE UN MÍNIMO DE CUATRO (4) 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 DOSCIENTOS A MIL QUINIENTOS (1,200 A 1,500) 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	4



Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 377/2/2026

"SERVICIO 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

	ASEGURAR UN MÍNIMO DE QUINCE (15) PUBLICACIONES EN MEDIOS IMPRESOS, DIGITALES, RADIALES, TELEVISIVOS Y REDES SOCIALES DE CARÁCTER TURÍSTICO Y GENERA LISTA POR CADA UNO DE LOS COMUNICADOS ENVIADOS. EL CONJUNTO DE PUBLICACIONES DERIVADAS DE LOS COMUNICADOS DE PRENSA ALCANZARÁ UN IMPACTO ENTRE VEINTE Y TREINTA MILLONES DE IMPRESIONES (20,000,000 Y 30,000,000), DEBIDAMENTE REPORTADAS Y SUSTENTADAS MEDIANTE INFORMES DE VERIFICACIÓN Y MÉTRICAS DE ALCANCE. EL CONJUNTO DE PUBLICACIONES OBTENIDAS REPRESENTARÁ UN BENEFICIO NO PAGADO (VALOR EQUIVALENTE EN ESPACIOS PUBLICITARIOS) ESTIMADO ENTRE CIENTO MIL A CIENTO CINCUENTA MIL DÓLARES ESTADOUNIDENSES (USO 100.000 A 150.000), CALCULADO DE ACUERDO CON LOS ESTÁNDARES DE MEDICIÓN DE VALOR PUBLICITARIO UTILIZADOS EN ESTADOS UNIDOS, CON UNA TASA PROMEDIO DE PUBLICACIÓN DEL DOS 2 AL 5 %	
OPORTUNIDADES EN TELEVISIÓN	SE EJECUTARÁ Y CONCRETARÁ MÍNIMO DE DOS (2) OPORTUNIDADES 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 DOS (2) CANALES 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 EN UN MÍNIMO 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 DOSCIENTOS CINCUENTA MIL A CUATROCIENTOS CINCUENTA MIL (250.000 A 450.000) IMPRESIONES ACUMULADAS, CONSIDERANDO AUDIENCIA TELEVISIVA Y ALCANCE DIGITAL DERIVADO DE LA TRANSMISIÓN. CADA TRANSMISIÓN OBTENIDA REPRESENTARÁ UN BENEFICIO NO PAGADO (VALOR EQUIVALENTE EN ESPACIOS PUBLICITARIOS) ESTIMADO EN UN MÍNIMO DE SETENTA Y CINCO MIL DÓLARES ESTADOUNIDENSES (USO 75.000), CALCULADO DE ACUERDO CON LOS ESTÁNDARES DE MEDICIÓN DE VALOR PUBLICITARIO UTILIZADOS EN ESTADOS UNIDOS	2
ENCUENTROS CON MEDIOS Y EVENTOS DE DESTINO	EJECUTAR UN MÍNIMO DE DOS (2) ENCUENTROS ESTRATÉGICOS CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN, ESTE SE REALIZARÁ EN MERCADOS CLAVE DE ESTADOS UNIDOS O CANADÁ, CON EL OBJETIVO DE POSICIONAR EL DESTINO MEDIANTE ESPACIOS DE RELACIONAMIENTO DIRECTO Y PRESENTACIÓN EDITORIAL ANTE PERIODISTAS, MEDIOS ESPECIALIZADOS, CREADORES DE CONTENIDO DIGITAL E INFLUENCIADORES RELEVANTES PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA. ESTOS ENCUENTROS ESTARÁN DIRIGIDOS EXCLUSIVAMENTE A REPRESENTANTES DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO Y MEDIOS GENERALISTAS, ASÍ COMO A CREADORES DE CONTENIDO CON AUDIENCIAS COMPROBABLES, Y TENDRÁN UN ENFOQUE INFORMATIVO Y EXPERIENCIAL ORIENTADO A DESTACAR LOS ATRIBUTOS, NOVEDADES Y VENTAJAS COMPETITIVAS DEL DESTINO PARA INCENTIVAR LOS VIAJES. EL EVENTO DEBERÁ CONTAR CON LA PARTICIPACIÓN CONJUNTA DE UN MÍNIMO DE ENTRE OCHO A DOCE (8 A 12) REPRESENTANTES DEL DESTINO, ESPACIOS DE RELACIONAMIENTO, SUMINISTRO DE MATERIAL INFORMATIVO Y ATENCIÓN PERSONALIZADA PARA FACILITAR LA GENERACIÓN DE CONTENIDOS EDITORIALES. SE REALIZARÁ LA CONVOCATORIA, COORDINACIÓN LOGÍSTICA, EJECUCIÓN DEL EVENTO Y SEGUIMIENTO POSTERIOR A LOS PARTICIPANTES, CON EL FIN DE ASEGURAR LA PUBLICACIÓN DE CONTENIDOS DERIVADOS DE CADA ENCUENTRO. SE EJECUTARÁ UN MÍNIMO DE CUATRO A CINCO (4 A 5) REUNIONES UNO A UNO CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN CLAVE DURANTE LA REALIZACIÓN DE LOS EVENTOS, CON EL OBJETIVO DE FORTALECER EL	2



Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 377/2/2026

"SERVICIO 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

	RELACIONAMIENTO MEDIÁTICO DEL DESTINO, IDENTIFICAR OPORTUNIDADES DE COBERTURA, PROMOCIÓN Y GENERACIÓN DE CONTENIDO, Y APOYAR SU POSICIONAMIENTO ANTE AUDIENCIAS ESTRATÉGICAS A TRAVÉS DE CANALES EDITORIALES RELEVANTES. LAS REUNIONES UNO A UNO ESTARÁN DIRIGIDAS A MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICOS, TALES COMO PRENSA ESPECIALIZADA EN TURISMO Y ESTILO DE VIDA, MEDIOS DE ALCANCE NACIONAL E INTERNACIONAL, PLATAFORMAS DIGITALES, EDITORES, PERIODISTAS, CREADORES DE CONTENIDO Y OTROS ALIADOS RELEVANTES, DE ACUERDO CON LOS MERCADOS PRIORIZADOS POR LA ENTIDAD CONTRATANTE. COMO RESULTADO DE LA EJECUCIÓN DEL ENCUENTRO Y LAS REUNIONES CON MEDIOS, SE DEBERÁ GARANTIZAR LA GENERACIÓN DE UN MÍNIMO DE DOCE A QUINCE (12 A 15) PUBLICACIONES EN TOTAL DENTRO DE LOS SEIS A OCHO (6 A 8) MESES POSTERIORES AL EVENTO, ENTRE ARTÍCULOS EN MEDIOS IMPRESOS Y DIGITALES, NOTAS EN INTERNET, MENCIONES, VIDEOS, PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES Y OTROS FORMATOS EDITORIALES DERIVADOS DIRECTAMENTE DE LOS EVENTOS. DICHAS PUBLICACIONES DEBERÁN REALIZARSE EN MEDIOS NACIONALES Y REGIONALES DE ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ, ASÍ COMO EN PLATAFORMAS DIGITALES DE LOS PARTICIPANTES. EL CONJUNTO DE PUBLICACIONES GENERADAS DEBERÁ ALCANZAR UN IMPACTO MÍNIMO ESTIMADO DE SEISCIENTOS MIL (600.000) IMPRESIONES ACUMULADAS. ASIMISMO, LOS ENCUENTROS DEBERÁN REPRESENTAR PARA EL DESTINO UN BENEFICIO NO PAGADO, EQUIVALENTE A UN VALOR MÍNIMO DE DOSCIENTOS MIL DÓLARES ESTADOUNIDENSES (USD 200.000) CONFORME A LOS ESTÁNDARES DE MEDICIÓN DE VALOR PUBLICITARIO UTILIZADOS EN ESTADOS UNIDOS, EL CUAL SERÁ REPORTADO COMO PARTE DE LOS RESULTADOS DEL CONTRATO, JUNTO CON LAS EVIDENCIAS DE REALIZACIÓN DE LOS EVENTOS, LISTADO DE PARTICIPANTES, ENLACES A LAS PUBLICACIONES GENERADAS Y MÉTRICAS DE ALCANCE E IMPACTO OBTENIDAS.	
COORDINACIÓN DE VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN	EJECUTAR MÍNIMO UN (1) VIAJE DE FAMILIARIZACIÓN (FAM TRIP) AL DESTINO, DIRIGIDO A 6 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	1



Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 377/2/2026

"SERVICIO 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

	COMO PUBLICACIONES PERMANENTES, VIDEOS, HISTORIAS U OTROS CONTENIDOS NATIVOS DE CADA PLATAFORMA. EL CONJUNTO DE CONTENIDOS GENERADOS DEBERÁ ALCANZAR UN IMPACTO MÍNIMO ESTIMADO DE CUATROCIENTOS MIL A SEISCIENTOS CINCUENTA MIL (400.000 A 650.000) IMPRESIONES ACUMULADAS, CALCULADAS CON BASE EN LAS MÉTRICAS OFICIALES DE CADA PLATAFORMA DIGITAL Y EN LOS DATOS DE AUDIENCIA REPORTADOS POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, DE CONFORMIDAD CON LAS METODOLOGÍAS DE MEDICIÓN DE ALCANCE UTILIZADAS EN REDES SOCIALES Y MEDIOS TRADICIONALES. ASIMISMO, LAS PUBLICACIONES DERIVADAS DEL FAM TRIP DEBERÁN REPRESENTAR PARA EL DESTINO UN BENEFICIO NO PAGADO EQUIVALENTE A UN VALOR MÍNIMO DE DOSCIENTOS MIL DÓLARES ESTADOUNIDENSES (USO 200.000) CONFORME A LOS ESTÁNDARES DE MEDICIÓN DE VALOR PUBLICITARIO UTILIZADOS EN ESTADOS UNIDOS. SE DEBERÁ ENTREGAR UN INFORME DETALLADO DEL VIAJE DE FAMILIARIZACIÓN, QUE INCLUYA LA IDENTIFICACIÓN DE LOS PARTICIPANTES, MÉTRICAS DE SEGUIDORES Y ENGAGEMENT, DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS, ENLACES Y COPIAS DE LAS PUBLICACIONES GENERADAS EN MEDIOS Y REDES SOCIALES, ASÍ COMO UN ANÁLISIS DEL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS, EL ALCANCE TOTAL, LAS IMPRESIONES OBTENIDAS Y EL VALOR DEL IMPACTO LOGRADO.	
VISITAS INDIVIDUALES DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN E INFLUENCIADORES	EJECUTAR MÍNIMO DE CUATRO (4) 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 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 CUATRO (4) 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. EL CONJUNTO DE CONTENIDOS GENERADOS COMO RESULTADO DE LAS VISITAS INDIVIDUALES DEBERÁ ALCANZAR UN IMPACTO MÍNIMO ESTIMADO DE TRESCIENTOS MIL (300.000) IMPRESIONES ACUMULADAS, CALCULADAS A PARTIR DE LAS MÉTRICAS OFICIALES DE CADA PLATAFORMA DIGITAL Y DE LAS AUDIENCIAS REPORTADAS POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, DE ACUERDO CON LOS ESTÁNDARES DE MEDICIÓN UTILIZADOS EN REDES SOCIALES Y MEDIOS TRADICIONALES. ASIMISMO, LAS PUBLICACIONES	4



Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 377/2/2026

"SERVICIO 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

	OBTENIDAS DEBERÁN REPRESENTAR PARA EL DESTINO UN BENEFICIO NO PAGADO EQUIVALENTE A UN VALOR MÍNIMO DE CIENTO CINCUENTA MIL DÓLARES ESTADOUNIDENSES (USO 150.000) CONFORME A LOS ESTÁNDARES DE MEDICIÓN DE VALOR PUBLICITARIO UTILIZADOS EN ESTADOS UNIDOS, EL CUAL SERÁ REPORTADO COMO PARTE DE LOS RESULTADOS DEL CONTRATO. EL CONTRATISTA DEBERÁ ENTREGAR UN INFORME DETALLADO POR CADA VISITA INDIVIDUAL REALIZADA, QUE INCLUYA LA IDENTIFICACIÓN DEL MEDIO O INFLUENCIADOR, MÉTRICAS DE SEGUIDORES Y ENGAGEMENT, DESCRIPCIÓN DE LA AGENDA EJECUTADA, EVIDENCIAS DE LAS PUBLICACIONES OBTENIDAS, MÉTRICAS DE ALCANCE E IMPRESIONES, ASÍ COMO UN ANÁLISIS DEL IMPACTO LOGRADO FRENTE A LOS OBJETIVOS DE PROMOCIÓN DEL DESTINO.	
DESARROLLO DE ALIANZA ESTRATÉGICA O PATROCINIO DE ALTO IMPACTO	EJECUTAR MÍNIMO UNA (1) ALIANZA ESTRATÉGICA CON UN MEDIO DE COMUNICACIÓN, PLATAFORMA EDITORIAL, EVENTO O PROPIEDAD DE ALTO IMPACTO, CON EL PROPÓSITO DE PROMOCIONAR LA IMAGEN, ATRIBUTOS Y POSICIONAMIENTO DEL DESTINO ANTE AUDIENCIAS ESTRATÉGICAS, A TRAVÉS DE CONTENIDOS EDITORIALES, EXPERIENCIAS DE MARCA O ACTIVACIONES COMUNICACIONALES DE CARÁCTER NO PUBLICITARIO. ESTA ALIANZA PODRÁ MATERIALIZARSE MEDIANTE LA PARTICIPACIÓN DEL DESTINO EN EVENTOS RELEVANTES, COLABORACIONES EDITORIALES ESPECIALES, PATROCINIOS ESTRATÉGICOS, SECCIONES TEMÁTICAS, CAMPAÑAS DE CONTENIDO O ACTIVACIONES PRESENCIALES Y/O DIGITALES CONTEMPLANDO LA ASISTENCIA DE ENTRE DIEZ A QUINCE (10 A 15) REPRESENTANTES DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y/O CREADORES DE CONTENIDO, QUE ESTÉN ALINEADAS CON LOS OBJETIVOS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO. EL EVENTO O ALIANZA CONSISTIRÁ EN LA INTEGRACIÓN DEL DESTINO DENTRO DE UNA PLATAFORMA MEDIÁTICA O EVENTO DE RECONOCIDO ALCANCE, PERMITIENDO LA DIFUSIÓN DE MENSAJES CLAVE, NARRATIVAS DIFERENCIADORAS Y EXPERIENCIAS ASOCIADAS AL DESTINO ANTE PERIODISTAS, AUDIENCIAS FINALES, LÍDERES DE OPINIÓN O ACTORES DEL SECTOR. LA AGENCIA SERÁ RESPONSABLE DE LA CONCEPTUALIZACIÓN DE LA ALIANZA, LA NEGOCIACIÓN CON EL MEDIO O EVENTO, LA COORDINACIÓN LOGÍSTICA, LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS Y EL SEGUIMIENTO EDITORIAL NECESARIO PARA GARANTIZAR LA VISIBILIDAD Y COBERTURA COMPROMETIDA. COMO RESULTADO DE LA ALIANZA ESTRATÉGICA O ACTIVACIÓN PROMOCIONAL, SE DEBERÁ GARANTIZAR LA GENERACIÓN DE UN MÍNIMO DE ENTRE OCHO A DOCE (8 A 12) APARICIONES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN, QUE PODRÁN INCLUIR ARTÍCULOS EDITORIALES, MENCIONES, COBERTURAS ESPECIALES, NOTAS WEB, ENTREVISTAS, CONTENIDOS AUDIOVISUALES O PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES OFICIALES DEL MEDIO, DEL EVENTO O DE LOS ALIADOS PARTICIPANTES. LAS APARICIONES DEBERÁN REALIZARSE EN MEDIOS NACIONALES O REGIONALES, DEL SECTOR TURÍSTICO Y/O GENERALISTAS, CON AUDIENCIAS VERIFICABLES. EL CONJUNTO DE PUBLICACIONES DERIVADAS DE LA ALIANZA DEBERÁ ALCANZAR UN IMPACTO MÍNIMO ESTIMADO DE SETECIENTOS CINCUENTA MIL (750,000) DE IMPRESIONES ACUMULADAS, CALCULADAS CON BASE EN LAS MÉTRICAS OFICIALES DE ALCANCE DE LOS MEDIOS PARTICIPANTES Y LAS PLATAFORMAS DIGITALES ASOCIADAS DE ACUERDO CON LOS ESTÁNDARES DE MEDICIÓN UTILIZADOS EN MEDIOS TRADICIONALES Y DIGITALES. ASÍ MISMO, LA ALIANZA ESTRATÉGICA DEBERÁ REPRESENTAR PARA EL DESTINO UN BENEFICIO NO PAGADO EQUIVALENTE A UN VALOR MÍNIMO ESTIMADO CONFORME A LOS ESTÁNDARES DE MEDICIÓN DE VALOR PUBLICITARIO UTILIZADOS EN ESTADOS UNIDOS, EL CUAL SERÁ INCLUIDO DENTRO DEL INFORME DE RESULTADOS DEL CONTRATO. SE DEBERÁ ENTREGAR UN INFORME FINAL QUE EVIDENCIE LA EJECUCIÓN DE LA ALIANZA, INCLUYENDO DESCRIPCIÓN DEL EVENTO O ACTIVACIÓN REALIZADA, MEDIOS Y PLATAFORMAS INVOLUCRADAS, ENLACES Y COPIAS DE LAS PUBLICACIONES GENERADAS, MÉTRICAS DE ALCANCE E IMPRESIONES, Y LA ESTIMACIÓN DEL VALOR DEL IMPACTO OBTENIDO, EN RELACIÓN CON LOS OBJETIVOS DE PROMOCIÓN Y POSICIONAMIENTO DEL DESTINO.	



Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 377/2/2026

"SERVICIO 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

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 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. COMO RESULTADO DE ESTA ACTIVIDAD, EL CONTRATISTA DEBERÁ ENTREGAR REPORTES PERIÓDICOS Y UN INFORME CONSOLIDADO QUE DETALLE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS POR LA OFICINA DE PRENSA DURANTE LA VIGENCIA CONTRACTUAL. DICHOS REPORTES DEBERÁN INCLUIR, COMO MÍNIMO, EL REGISTRO DE LAS SOLICITUDES ATENDIDAS, LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN CONTACTADOS, LOS PERIODISTAS, CREADORES DE CONTENIDO E INFLUENCIADORES GESTIONADOS, EL TIPO DE REQUERIMIENTO RECIBIDO, LAS ACCIONES REALIZADAS PARA SU ATENCIÓN Y LOS RESULTADOS DERIVADOS DE CADA GESTIÓN. LA VERIFICACIÓN DEL CUMPLIMIENTO SE MEDIRÁ MEDIANTE LA CORRECTA Y OPORTUNA OPERACIÓN DE LA OFICINA DE PRENSA Y LA ENTREGA DE LOS REPORTES DOCUMENTADOS, SIN QUE ESTA ACTIVIDAD ESTÉ SUJETA A INDICADORES DE IMPRESIONES, ALCANCE O VALOR PUBLICITARIO, DADO SU CARÁCTER OPERATIVO, PERMANENTE Y DE SOPORTE ESTRATÉGICO A LA GESTIÓN DE COMUNICACIONES DEL DESTINO.	1
---	--	---

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 PÚBLICO PARA LA PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE PUERTO VALLARTA.



Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 377/2/2026

"SERVICIO 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

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, ante las oficinas del **FIDEICOMISO PÚBLICO PARA LA PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE PUERTO VALLARTA**.

Cuarto. Se levanta la presente acta de conformidad con los artículos 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 son emitidas por este Comité de Adquisiciones, son tomadas considerando única y exclusivamente la información, documentación y dictámenes que lo sustenten o fundamenten y que son presentados por parte de los licitantes y Servidores Públicos a quien 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 **07 de agosto de 2026, en la 60ª Sesión de carácter extraordinaria.**

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 07 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



Fallo de Adjudicación
Licitación Pública Internacional LPI 377/2/2026
"SERVICIO 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

Alma Lilia Michel Díaz
Representante de la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural

Emma Itzel Narváez Acosta
Representante de la Secretaría de Administración

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

Eugenia Carolina Torres Martínez
Representante de la Consejería Jurídica

Omar Palafox Sáenz
Representante del Consejo de Desarrollo Agropecuario y Agroindustrial de Jalisco

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

Laura Verónica Torres Torres
Representante de la Secretaría de Desarrollo Económico



/ Administración

Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 377/2/2026

"SERVICIO 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

Álvaro Alejandro Ríos Pulido

Invitado Permanente de la Contraloría del Estado

Sagrario Rocío Gutiérrez Castillo

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 377/2/2026

"SERVICIO 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 propuestas de la presente licitación, señalando el incumplimiento o no de los mismos por parte de cada uno de los licitantes participantes en este proceso, tal y como se muestra a continuación:

No.	Documentos	NORTH AND WARREN, LLC
1	Propuesta Técnica	PRESENTA
2	Anexo 2 Manifiesto de Personalidad	PRESENTA
3	Anexo 3 Índice de la proposición	PRESENTA
4	Anexo 4 Acreditación del Licitante	PRESENTA
5	Anexo 5 Propuesta Económica	PRESENTA
6	Anexo 6 Declaraciones del Licitante	PRESENTA
7	Anexo 7 Aportación 5 al Millar	PRESENTA SI ACEPTA LA RETENCIÓN
8	Anexo 8 Declaración de Estratificación	NO APLICA
9	Anexo 9 Listado de Miembros y Representantes	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



Administración

Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 377/2/2026

"SERVICIO 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

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	PRESENTA
18	Manifiesto de no aplicabilidad	PRESENTA
19	Equivalente fiscal extranjero	PRESENTA

Resolutivo: Se manifiesta que la propuesta del licitante **NORTH AND WARREN, LLC** es declarada **SOLVENTE** documentalmente.

Elaboró: Karina González Preciado, Coordinadora Ejecutiva.





Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 377/2/2026

"SERVICIO 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 número AG/118/2026 validado por **Lucía Leyva Luna**, en su carácter de **Administradora General**, así como por **Bianca Isadora Gómez Ontiveros**, en su carácter de **Coordinadora Jurídica** ambas pertenecientes al **FIDEICOMISO PÚBLICO PARA LA PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE PUERTO VALLARTA JALISCO (número 24827)** y de conformidad a 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 Licitación Pública Internacional LPI 377/2/2026, en la cual se requiere el "SERVICIO DE RELACIONES PÚBLICAS Y PROMOCIÓN TURÍSTICA EN TERRITORIO NACIONAL E INTERNACIONAL", informa las siguientes evaluaciones de las propuestas técnicas:

No.	Cumplimiento de las especificaciones técnicas mínimas solicitadas	North & Warren, LLC.
	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
	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 del contrato.	Cumple
	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.	Cumple
	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 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.	Cumple



Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 377/2/2026

"SERVICIO 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

1. RELACIONES PÚBLICAS NACIONALES	Cumple
Alcance del servicio El prestador deberá diseñar, ejecutar y acreditar la implementación de una estrategia integral de relaciones públicas en el mercado nacional, orientada a fortalecer el posicionamiento del destino Puerto Vallarta en medios de comunicación, opinión pública y canales de influencia, contribuyendo de manera directa a la atracción de turismo nacional. La estrategia deberá sustentarse en análisis de audiencias, comportamiento de consumo mediático, estacionalidad turística y oportunidades de posicionamiento, garantizando coherencia con la narrativa institucional del destino y su alineación con la estrategia estatal de promoción turística.	Cumple
Actividades (enunciativas mas no limitativas)	Cumple
• Gestión estratégica y desarrollo de relaciones con medios de comunicación nacionales , incluyendo prensa escrita, radio, televisión, medios digitales, plataformas especializadas y generadores de contenido, mediante vínculos activos, directos y verificables.	Cumple
• Elaboración, distribución y seguimiento de comunicados de prensa, contenidos editoriales y materiales informativos , alineados a la narrativa institucional, con enfoque en generación de cobertura orgánica de alto valor.	Cumple
• Planeación, gestión y ejecución de press trips nacionales , incluyendo selección estratégica de medios y perfiles, diseño de itinerarios, coordinación logística integral y seguimiento post-visita para asegurar cobertura efectiva.	Cumple
• Diseño, estructuración y ejecución de giras de medios en plazas prioritarias del país , integrando agendas de entrevistas, encuentros editoriales y actividades de posicionamiento con actores clave del ecosistema mediático.	Cumple
• Monitoreo permanente de medios y gestión de reputación del destino , incluyendo análisis cualitativo y cuantitativo de cobertura, así como implementación de protocolos de atención ante crisis mediáticas o coyunturas reputacionales.	Cumple
• Identificación, gestión y capitalización de oportunidades de posicionamiento , en función de temporadas, tendencias, coyuntura mediática y eventos relevantes a nivel nacional.	Cumple
• Amplificación estratégica de campañas y contenidos , mediante integración de medios tradicionales y digitales, asegurando mayor alcance, frecuencia y recordación del destino.	Cumple
• Coordinación con voceros institucionales y actores estratégicos del destino , para la generación de entrevistas, apariciones mediáticas y contenidos de alto impacto dentro del territorio nacional.	Cumple
• Comunicados de prensa y/o boletines Redacción y edición de mínimo cinco (5) 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 dos mil (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 (15) publicaciones en medios impresos, digitales, radiales, televisivos y redes sociales de carácter turístico y generalista por cada uno de los comunicados enviados. El conjunto de publicaciones derivadas de los comunicados de prensa alcanzará un impacto mínimo estimado de entre seis y diez millones (6.000.000 - 10.000.000) de impresiones, debidamente reportadas y sustentadas mediante informes de verificación y métricas de alcance. El conjunto de publicaciones obtenidas representará un beneficio no pagado (valor equivalente en espacios publicitarios) estimado en un mínimo de seiscientos mil dólares estadounidenses (USD 600.000), calculado de acuerdo con los estándares de medición de valor publicitario utilizados en México	Cumple



Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 377/2/2026

"SERVICIO 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

	• Coordinación de entrevistas con voceros del destino Ejecutar un mínimo de cuarenta (40) 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 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 vía Zoom, garantizando su difusión a audiencias finales. Se deberá entregar reportes periódicos y un informe consolidado que evidencie la ejecución de las cuarenta (40) 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. El conjunto de publicaciones derivadas de las entrevistas alcanzará un impacto mínimo estimado de dos millones (2.000.000) de impresiones, debidamente reportadas y sustentadas mediante informes de verificación y métricas de alcance. El conjunto de publicaciones obtenidas representará un beneficio no pagado (valor equivalente en espacios publicitarios) estimado en un mínimo de cien mil dólares estadounidenses (USD 100.000), calculado de acuerdo con los estándares de medición de valor publicitario utilizados en México • Coordinación de viajes de familiarización Ejecutar mínimo de seis (6) 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 5 (cinco) 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 dos 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 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 Cumple Cumple Cumple Cumple Cumple
--	---	---



Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 377/2/2026

"SERVICIO 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 conjunto de contenidos generados deberá alcanzar un impacto mínimo estimado de un millón (1.000.000) de impresiones acumuladas, calculadas con base en las métricas oficiales de cada plataforma digital y en los datos de audiencia reportados por los medios de comunicación, de conformidad con las metodologías de medición de alcance utilizadas en redes sociales y medios tradicionales. Asimismo, las publicaciones derivadas del FAM Trip deberán representar para el destino un beneficio no pagado equivalente a un valor mínimo de cuatrocientos mil dólares estadounidenses (USD 400.000) conforme a los estándares de medición de valor publicitario utilizados en México, el cual será reportado como parte de los resultados del contrato. Se deberá entregar un informe detallado del viaje de familiarización, que incluya la identificación de los participantes, métricas de seguidores y engagement, descripción de las actividades realizadas, enlaces y copias de las publicaciones generadas en medios y redes sociales, así como un análisis del cumplimiento de los objetivos, el alcance total, las impresiones obtenidas y el valor del impacto logrado. • Encuentros, conferencias y eventos con medios Ejecutar un mínimo de dos (2) conferencias 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, lanzamientos institucionales, activations 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 conferencia de prensa y/o eventos especializados, la agencia 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. El conjunto de publicaciones generadas deberá alcanzar un impacto mínimo estimado de un millón (1.000.000) de impresiones acumuladas, calculadas con base en las métricas oficiales de alcance de los medios y plataformas participantes, de acuerdo con los estándares de medición utilizados en medios tradicionales y digitales. Así mismo, las conferencias de prensa y eventos especializados deberán representar para el destino un beneficio no pagado, equivalente a un valor total mínimo de trescientos mil dólares estadounidenses (USD 300.000) conforme a los estándares de medición de valor publicitario utilizados en México. Se deberá entregar informes sobre la conferencia de prensa y un informe consolidado final que incluya la descripción de cada evento, listado de medios convocados y asistentes confirmados, relación y enlaces de las publicaciones obtenidas, métricas de alcance e impresiones, y la estimación del valor total del impacto generado, como evidencia del cumplimiento de la actividad. • Coordinación a conferencias de prensa (organización, logística y convocatoria de medios) Se desarrollará la convocatoria y coordinación de un mínimo de tres (3) conferencias de prensa dirigidas a medios de comunicación nacionales y regionales, con el objetivo de	Cumple Cumple Cumple Cumple Cumple
--	---



Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 377/2/2026

"SERVICIO 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

fortalecer la visibilidad y posicionamiento de Puerto Vallarta en el mercado nacional, así como dar a conocer las novedades, experiencias, atributos turísticos y mensajes estratégicos del destino. Estas conferencias estarán orientadas a medios especializados en turismo, estilo de vida, gastronomía, negocios y medios generalistas relevantes para el mercado nacional. Los encuentros podrán realizarse en el marco de ferias turísticas, eventos promocionales, activaciones especiales o espacios estratégicos definidos juntamente con la entidad contratante. La agencia será responsable de la convocatoria, seguimiento y confirmación de asistencia de periodistas, editores y representantes de medios relevantes, garantizando un mínimo de diez (10) asistentes confirmados por cada conferencia. Así mismo, brindará apoyo en la coordinación logística, acompañamiento a voceros, entrega de materiales informativos y gestión de relacionamiento con medios antes, durante y después de cada encuentro. Como parte de esta acción, se contempla además el seguimiento editorial con los medios asistentes, con el fin de fortalecer las relaciones estratégicas y maximizar las oportunidades de visibilidad y cobertura para el destino. • 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 agencias; y el establecimiento de contactos comerciales directos entre proveedores del destino y las agencias asistentes. Se deberá entregar un informe detallado por cada viaje de familiarización realizado y un reporte consolidado final, que incluya la identificación de las agencias participantes, descripción de la agenda ejecutada, listado de servicios y productos visitados, evidencias de inclusión del destino o de alguno de sus productos en catálogos, programas de venta o plataformas de las agencias. • 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.	Cumple Cumple Cumple Cumple Cumple Cumple Cumple Cumple
--	---



Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 377/2/2026

"SERVICIO 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

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. Se deberá entregar un informe de la caravana turística y un reporte consolidado final, que incluya la fecha y ciudad del evento, descripción de la ejecución, listado y registro de asistentes con identificación de las agencias y tour operadores participantes, evidencias de la realización del evento (registros fotográficos, listas de asistencia o comprobaciones digitales) y una evaluación cualitativa de los encuentros realizados. La validación del cumplimiento de esta actividad se fundamentará en la correcta organización y ejecución de las caravanas y en la entrega completa y verificable de los informes y soportes correspondientes. • 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. Se deberán entregar reportes periódicos y un informe consolidado final que incluya el registro de cada reunión realizada, indicando fecha, modalidad, actor participante, objetivo de la reunión y una descripción general de los temas abordados, así como las oportunidades identificadas o acciones de seguimiento propuestas. La validación del cumplimiento se realizará con base en la ejecución efectiva de las reuniones y la entrega completa y verificable de los soportes correspondientes. • 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 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. • Desarrollo de materiales comerciales de ventas	Cumple Cumple Cumple Cumple Cumple Cumple Cumple Cumple	
---	---	--



Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 377/2/2026

"SERVICIO 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

	Elaborar un mínimo de cuatro (4) 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, aterrizada 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. Se deberá entregar los materiales en los formatos acordados y un informe de entrega que especifique el nombre de cada material, su objetivo, el público al que está dirigido y su uso previsto dentro de las acciones de promoción y comercialización del destino. La validación del cumplimiento se realizará con base en la entrega completa y verificable de los materiales y su aprobación por parte de la entidad contratante. • 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. Se deberá entregar un informe por cada oportunidad de colaboración gestionada y un reporte consolidado final que incluya la identificación del aliado estratégico, descripción del alcance de la colaboración o acuerdo, actividades realizadas, estado del acuerdo (en gestión, formalizado o en ejecución) y las acciones de seguimiento desarrolladas. La validación del cumplimiento se realizará con base en la evidencia documental de las gestiones realizadas, la existencia de acuerdos o compromisos definidos y la entrega completa y verificable de los informes correspondientes. • 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 coherente, definida y lista para su promoción y comercialización en el mercado. El	Cumple Cumple Cumple Cumple Cumple Cumple Cumple
--	---	---



Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 377/2/2026

"SERVICIO 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

	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. Se deberá entregar un informe por cada producto turístico desarrollado, que incluya la descripción del producto, sus componentes, proveedores involucrados, segmento de mercado al que está dirigido y su uso previsto dentro de las acciones de promoción y comercialización del destino. La validación del cumplimiento se realizará con base en la entrega de los productos estructurados y la documentación correspondiente, debidamente aprobada por la entidad contratante. Entregables y volúmenes mínimos • 5 comunicados de prensa y/o boletines mensuales. • 40 entrevistas con voceros oficiales del destino. • 6 viajes de familiarización (FAM Trips) con medios e influenciadores. • 2 conferencias de prensa y/o eventos especializados con medios. • 3 convocatorias a conferencias de prensa • 2 viajes de familiarización para agencias de viajes y tour operadores. • 1 caravana turística en 3 ciudades prioritarias de México. • 15 reuniones uno a uno con actores de la industria turística. • 6 capacitaciones presenciales y/o virtuales para agentes y operadores. • 4 materiales comerciales de ventas y promoción. • 2 oportunidades de colaboración o acuerdos estratégicos con aliados turísticos. • 2 productos turísticos estructurados para promoción y comercialización.	Cumple Cumple Cumple Cumple
2	2. RELACIONES PÚBLICAS NORTEAMÉRICA (EE.UU. Y CANADÁ) Alcance del servicio El prestador deberá diseñar, ejecutar y acreditar la implementación de una estrategia especializada de relaciones públicas en los mercados de Estados Unidos y Canadá, orientada a consolidar y ampliar el posicionamiento del destino Puerto Vallarta en sus principales mercados emisores internacionales. La estrategia deberá estar basada en inteligencia de mercados, análisis de audiencias, comportamiento del viajero internacional y tendencias de consumo turístico, incorporando enfoques diferenciados por país, canal y segmento. Actividades (enunciativas mas no limitativas) • Diseño e implementación de estrategias diferenciadas por país, segmento y canal de distribución, alineadas a objetivos de posicionamiento, captación de demanda y conversión turística. • Gestión estratégica de relaciones con medios internacionales especializados, incluyendo turismo, lujo, lifestyle, romance, LGBTQ+, wellness, gastronomía, naturaleza y aventura, cultura, entretenimiento, MICE, náutico y negocios, asegurando cobertura editorial de alto valor. • Vinculación directa y verificable con periodistas, editores, líderes de opinión e influencers internacionales, priorizando perfiles con alcance real, credibilidad y afinidad con los segmentos objetivo del destino. • Generación de cobertura mediática de alto impacto, privilegiando medios Tier 1 y Tier 2, así como plataformas digitales con alta capacidad de influencia en la toma de decisión del viajero. • Planeación, gestión y ejecución de press trips internacionales, incluyendo curaduría de participantes, diseño de experiencias, logística integral y seguimiento para asegurar cobertura y posicionamiento efectivo	Cumple Cumple Cumple Cumple Cumple Cumple



Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 377/2/2026

"SERVICIO 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

• Organización de viajes de Inmersión estratégica, dirigidos a perfiles clave (top media, creadores de contenido, decision makers), orientados a lograr posicionamiento profundo y diferenciación del destino. • Coordinación y articulación con aerolíneas, operadores turísticos, OTAs y socios comerciales, para maximizar el impacto de las acciones de relaciones públicas y su vinculación con la comercialización del destino. • Monitoreo, medición y análisis de resultados, incluyendo alcance, valor mediático, posicionamiento, share of voice y contribución potencial a la captación de turistas. Entregables y volúmenes mínimos	Cumple
Relaciones Públicas en Estados Unidos y Canadá	
• Ángulos noticiosos. La agencia deberá realizar la redacción y edición de un mínimo de diez (10) 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 treinta (30) 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. El conjunto de publicaciones derivadas de los comunicados de prensa deberá alcanzar un impacto total estimado de entre veinte a treinta millones de impresiones (20.000.000 a 30.000.000), las cuales deberán ser debidamente reportadas y sustentadas mediante informes de verificación, enlaces, evidencias editoriales y métricas de alcance obtenidas conforme a metodologías reconocidas en medios tradicionales y digitales. El conjunto de publicaciones obtenidas representará para el destino un beneficio no pagado, equivalente a un valor mínimo estimado entre cien mil a ciento cincuenta mil dólares estadounidenses (USD 100.000 a 150.000) en espacios publicitarios, calculado de conformidad con los estándares de medición de valor publicitario utilizados en Estados Unidos.	Cumple Cumple Cumple
• Comunicados de prensa y/o boletines. Redacción y edición de un mínimo de cuatro (4) 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.	Cumple



Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 377/2/2026

"SERVICIO 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

Los comunicados de prensa se enviarán a una base de datos propia y contratada de mil doscientos a mil quinientos (1,200 a 1,500) 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.	Cumple
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
El conjunto de publicaciones derivadas de los comunicados de prensa alcanzará un impacto entre veinte y treinta millones de impresiones (20,000,000 y 30,000,000), debidamente reportadas y sustentadas mediante informes de verificación y métricas de alcance.	Cumple
El conjunto de publicaciones obtenidas representará un beneficio no pagado (valor equivalente en espacios publicitarios) estimado entre cien mil a ciento cincuenta mil dólares estadounidenses (USD 100.000 a 150.000), calculado de acuerdo con los estándares de medición de valor publicitario utilizados en Estados Unidos, con una tasa promedio de publicación del dos 2 al 5 %	Cumple
• Oportunidades en televisión. Se ejecutará y concretará mínimo de dos (2) oportunidades 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.	Cumple
El contenido televisivo deberá ser emitido en al menos dos (2) canales 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 en un mínimo de uno a tres (1 a 3) espacios digitales asociados al canal o programa que realice la transmisión.	Cumple
Se deberá garantizar un alcance mínimo estimado de doscientos cincuenta mil a cuatrocientos cincuenta mil (250.000 a 450.000) impresiones acumuladas, considerando audiencia televisiva y alcance digital derivado de la transmisión.	Cumple
Cada transmisión obtenida representará un beneficio no pagado (valor equivalente en espacios publicitarios) estimado en un mínimo de setenta y cinco mil dólares estadounidenses (USD 75.000), calculado de acuerdo con los estándares de medición de valor publicitario utilizados en Estados Unidos	Cumple
• Encuentros con medios y eventos de destino. Ejecutar un mínimo de dos (2) encuentros estratégicos con medios de comunicación, este se realizará en mercados clave de Estados Unidos o Canadá, con el objetivo de posicionar el destino mediante espacios de relacionamiento directo y presentación editorial ante periodistas, medios especializados, creadores de contenido digital e influenciadores relevantes para la promoción turística. Estos encuentros estarán dirigidos exclusivamente a representantes de medios de comunicación del sector turístico y medios generalistas, así	Cumple



Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 377/2/2026

"SERVICIO 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

como a creadores de contenido con audiencias comprobables, y tendrán un enfoque informativo y experiencial orientado a destacar los atributos, novedades y ventajas competitivas del destino para incentivar los viajes.	Cumple
El evento deberá contar con la participación conjunta de un mínimo de entre ocho a doce (8 a 12) representantes del destino, espacios de relacionamiento, suministro de material informativo y atención personalizada para facilitar la generación de contenidos editoriales. Se realizará la convocatoria, coordinación logística, ejecución del evento y seguimiento posterior a los participantes, con el fin de asegurar la publicación de contenidos derivados de cada encuentro.	Cumple
Se ejecutará un mínimo de cuatro a cinco (4 a 5) reuniones uno a uno con medios de comunicación clave durante la realización de los eventos, con el objetivo de fortalecer el relacionamiento mediático del destino, identificar oportunidades de cobertura, promoción y generación de contenido, y apoyar su posicionamiento ante audiencias estratégicas a través de canales editoriales relevantes.	Cumple
Las reuniones uno a uno estarán dirigidas a medios de comunicación estratégicos, tales como prensa especializada en turismo y estilo de vida, medios de alcance nacional e internacional, plataformas digitales, editores, periodistas, creadores de contenido y otros aliados relevantes, de acuerdo con los mercados priorizados por la entidad contratante.	Cumple
Como resultado de la ejecución del encuentro y las reuniones con medios, se deberá garantizar la generación de un mínimo de doce a quince (12 a 15) publicaciones en total dentro de los seis a ocho (6 a 8) meses posteriores al evento, entre artículos en medios impresos y digitales, notas en internet, menciones, videos, publicaciones en redes sociales y otros formatos editoriales derivados directamente de los eventos. Dichas publicaciones deberán realizarse en medios nacionales y regionales de Estados Unidos y Canadá, así como en plataformas digitales de los participantes.	Cumple
El conjunto de publicaciones generadas deberá alcanzar un impacto mínimo estimado de seiscientos mil (600.000) impresiones acumuladas. Asimismo, los encuentros deberán representar para el destino un beneficio no pagado, equivalente a un valor mínimo de doscientos mil dólares estadounidenses (USD 200.000) conforme a los estándares de medición de valor publicitario utilizados en Estados Unidos, el cual será reportado como parte de los resultados del contrato, junto con las evidencias de realización de los eventos, listado de participantes, enlaces a las publicaciones generadas y métricas de alcance e impacto obtenidas.	Cumple
• Coordinación de viajes de familiarización.	
Ejecutar mínimo un (1) viaje de familiarización (FAM Trip) al destino, dirigido a 6 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.	Cumple
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	Cumple



Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 377/2/2026

"SERVICIO 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

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. El conjunto de contenidos generados deberá alcanzar un impacto mínimo estimado de cuatrocientos mil a seiscientos cincuenta mil (400.000 a 650.000) impresiones acumuladas, calculadas con base en las métricas oficiales de cada plataforma digital y en los datos de audiencia reportados por los medios de comunicación, de conformidad con las metodologías de medición de alcance utilizadas en redes sociales y medios tradicionales. Asimismo, las publicaciones derivadas del FAM Trip deberán representar para el destino un beneficio no pagado equivalente a un valor mínimo de doscientos mil dólares estadounidenses (USD 200.000) conforme a los estándares de medición de valor publicitario utilizados en Estados Unidos. Se deberá entregar un informe detallado del viaje de familiarización, que incluya la identificación de los participantes, métricas de seguidores y engagement, descripción de las actividades realizadas, enlaces y copias de las publicaciones generadas en medios y redes sociales, así como un análisis del cumplimiento de los objetivos, el alcance total, las impresiones obtenidas y el valor del impacto logrado. • Visitas individuales de medios e influenciadores. Ejecutar mínimo de cuatro (4) 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 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	Cumple Cumple Cumple Cumple Cumple
--	---



Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 377/2/2026

"SERVICIO 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

la ejecución de la experiencia, garantizando una narrativa coherente con los atributos, productos y mensajes estratégicos del destino. Como resultado de las cuatro (4) 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. El conjunto de contenidos generados como resultado de las visitas individuales deberá alcanzar un impacto mínimo estimado de trescientos mil (300.000) impresiones acumuladas, calculadas a partir de las métricas oficiales de cada plataforma digital y de las audiencias reportadas por los medios de comunicación, de acuerdo con los estándares de medición utilizados en redes sociales y medios tradicionales. Asimismo, las publicaciones obtenidas deberán representar para el destino un beneficio no pagado equivalente a un valor mínimo de ciento cincuenta mil dólares estadounidenses (USD 150.000) conforme a los estándares de medición de valor publicitario utilizados en Estados Unidos, el cual será reportado como parte de los resultados del contrato. El contratista deberá entregar un informe detallado por cada visita individual realizada, que incluya la identificación del medio o influenciador, métricas de seguidores y engagement, descripción de la agenda ejecutada, evidencias de las publicaciones obtenidas, métricas de alcance e impresiones, así como un análisis del impacto logrado frente a los objetivos de promoción del destino. • Desarrollo de alianza estratégica o patrocinio de alto impacto. Ejecutar mínimo una (1) alianza estratégica con un medio de comunicación, plataforma editorial, evento o propiedad de alto impacto, con el propósito de promocionar la imagen, atributos y posicionamiento del destino ante audiencias estratégicas, a través de contenidos editoriales, experiencias de marca o activaciones comunicacionales de carácter no publicitario. Esta alianza podrá materializarse mediante la participación del destino en eventos relevantes, colaboraciones editoriales especiales, patrocinios estratégicos, secciones temáticas, campañas de contenido o activaciones presenciales y/o digitales contemplando la asistencia de entre diez a quince (10 a 15) representantes de medios de comunicación y/o creadores de contenido, que estén alineadas con los objetivos de promoción turística del destino. El evento o alianza consistirá en la integración del destino dentro de una plataforma mediática o evento de reconocido alcance, permitiendo la difusión de mensajes clave, narrativas diferenciadoras y experiencias asociadas al destino ante periodistas, audiencias finales, líderes de opinión o actores del sector. La agencia será responsable de la conceptualización de la alianza, la negociación con el medio o evento, la coordinación logística, la producción de contenidos y el seguimiento editorial necesario para garantizar la visibilidad y cobertura comprometida. Como resultado de la alianza estratégica o activación promocional, se deberá garantizar la generación de un mínimo de entre ocho a doce (8 a 12) apariciones en medios de comunicación, que podrán incluir artículos editoriales, menciones, coberturas especiales, notas web, entrevistas, contenidos audiovisuales o publicaciones en redes sociales oficiales del medio, del evento o de los aliados participantes. Las apariciones deberán realizarse en	Cumple Cumple Cumple Cumple Cumple
---	---



Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 377/2/2026

"SERVICIO 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

medios nacionales o regionales, del sector turístico y/o generalistas, con audiencias verificables. El conjunto de publicaciones derivadas de la alianza deberá alcanzar un impacto mínimo estimado de setecientos cincuenta mil (750,000) de impresiones acumuladas, calculadas con base en las métricas oficiales de alcance de los medios participantes y las plataformas digitales asociadas, de acuerdo con los estándares de medición utilizados en medios tradicionales y digitales. Así mismo, la alianza estratégica deberá representar para el destino un beneficio no pagado equivalente a un valor mínimo estimado conforme a los estándares de medición de valor publicitario utilizados en Estados Unidos, el cual será incluido dentro del informe de resultados del contrato. Se deberá entregar un informe final que evidencie la ejecución de la alianza, incluyendo descripción del evento o activación realizada, medios y plataformas involucradas, enlaces y copias de las publicaciones generadas, métricas de alcance e impresiones, y la estimación del valor del impacto obtenido, en relación con los objetivos de promoción y posicionamiento del destino. • 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 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. Como resultado de esta actividad, el contratista deberá entregar reportes periódicos y un informe consolidado que detalle las actividades realizadas por la oficina de prensa durante la vigencia contractual. Dichos reportes deberán incluir, como mínimo, el registro de las solicitudes atendidas, los medios de comunicación contactados, los periodistas, creadores de contenido e influenciadores gestionados, el tipo de requerimiento recibido, las acciones realizadas para su atención y los resultados derivados de cada gestión. La verificación del cumplimiento se medirá mediante la correcta y oportuna operación de la oficina de prensa y la entrega de los reportes documentados, sin que esta actividad esté sujeta a indicadores de impresiones, alcance o valor publicitario, dado su carácter operativo, permanente y de soporte estratégico a la gestión de comunicaciones del destino. Entregables y volúmenes mínimos • 10 ángulos noticiosos estratégicos. • 4 comunicados de prensa y/o boletines informativos. • 2 oportunidad editorial en televisión nacional o regional.	Cumple Cumple Cumple Cumple Cumple Cumple
--	---



Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 377/2/2026

"SERVICIO 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

	• 2 ruedas de prensa • 1 viajes de familiarización (FAM Trips). 4 visitas individuales de medios e influenciadores. • 1 alianza estratégica o patrocinio de alto impacto. • Operación permanente de oficina de prensa. 5.1 Experiencia (contratos previos o requisitos de experiencia de la empresa) 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.	<i>[Handwritten signature]</i> Cumple <i>[Handwritten signature]</i> Cumple <i>[Handwritten signature]</i>
--	---	---

Resolutivo: Se manifiesta que la propuesta del licitante **NORTH AND WARREN, LLC CUMPLE** con las especificaciones técnicas mínimas planteadas en el anexo técnico solicitado por el área requirente.



Fallo de Adjudicación

Licitación Pública Internacional LPI 377/2/2026

"SERVICIO 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 que resultó solvente documental y técnicamente.

Tabla 1: Se transcribe a continuación la propuesta económica del licitante **NORTH AND WARREN, LLC**.

PARTIDA	DESCRIPCION	CANT.	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	IMPORTE
1	SERVICIO PARA LA EJECUCIÓN DE SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y PROMOCIÓN TURÍSTICA EN TERRITORIO NACIONAL E INTERNACIONAL	1	SERVICIO	\$21,650,000.00	\$ 21,650,000.00
				SUBTOTAL	
				I.V.A.	
				TOTAL	\$21,650,000.00

**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 del licitante **NORTH AND WARREN, LLC** cumple con los parámetros económicos planteados por el artículo 71 numeral 1 de "LA LEY", en relación al precio establecido en el estudio de mercado de la presente licitación.

Resolutivo 2: La propuesta económica del licitante **NORTH AND WARREN, LLC** al ser la única propuesta solvente económicamente, es la propuesta más baja, por lo que deberá ser adjudicada según el criterio de evaluación Binario.

Responsable de la evaluación: Karina González Preciado, Coordinadora Ejecutiva.