



ACTA NO. 0207/2026

1	ESTRATEGIA DE SEÑALIZACIÓN PARA EL TURISMO COMUNITARIO. AL MENOS 10 ESPECTACULARES.		\$1,681,034.48	\$1,681,034.48
1	PROMOCIÓN A TRAVÉS DE PANTALLAS DIGITALES EN CDMX. AL MENOS 10 PANTALLAS DIGITALES POR (03) TRES MESES.		\$344,827.58	\$344,827.58
			SUBTOTAL	\$7,609,060.25
			16% I.V.A.	\$1,217,449.58
			TOTAL	\$8,826,509.89

UNA VEZ VERIFICADOS EL SERVICIO Y PRODUCTOS ENTREGABLES RECIBIDOS POR LAS PARTES QUE INTERVINIERON EN ESTE ACTO; EN CUMPLIMIENTO A LO SEÑALADO EN LOS ARTÍCULOS, 58, 59 PRIMER PÁRRAFO Y 60 DE LA LEY DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS RELACIONADOS CON BIENES MUEBLES DEL ESTADO DE CAMPECHE, SE CONCLUYE QUE "EL ESTADO" RECIBE A SU ENTERA SATISFACCIÓN Y CONFORMIDAD EL SERVICIO Y PRODUCTOS ENTREGABLES; A TRAVÉS DE LA SECRETARÍA DE TURISMO.

CONFORME A LO PRECEPTUADO POR EL ARTÍCULO 46 DEL ORDENAMIENTO LEGAL ARRIBA CITADO, LA PRESENTE ACTA NO EXIME AL PROVEEDOR DE LOS DEFECTOS O VICIOS OCULTOS QUE RESULTAREN DE LOS BIENES RECIBIDOS Y SE OBLIGA A CORREGIR LAS DEFICIENCIAS DETECTADAS SIN COSTO ALGUNO PARA EL PODER EJECUTIVO DEL ESTADO DE CAMPECHE.

NO HABIENDO OTRO ASUNTO QUE TRATAR, SE DA POR CONCLUIDA LA PRESENTE ACTUACIÓN, EL MISMO DÍA DE SU INICIO, PROCEDIENDO A SUSCRIBIRLO POR TRIPLICADO, AL CALCE LOS QUE EN ELLA INTERVINIERON.

RECIBE POR "EL ESTADO"

C.P. DANIEL EDUARDO PAREDES TUYÚ
TITULAR DE LA UNIDAD ADMINISTRATIVA DE LA
SECRETARÍA DE TURISMO

ENTREGA "EL PROVEEDOR"

C. GERARDO ALCALÁ DEL MURO
REPRESENTANTE LEGAL DE NODO DE NEGOCIOS, S.C.



ACTA NO. 0207/2026

ANEXO ÚNICO

1. DISEÑO DE LA ESTRATEGIA GENERAL DE POSICIONAMIENTO DEL DESTINO

SE DESARROLLÓ UNA ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO TURÍSTICO DEL ESTADO DE CAMPECHE QUE CONTEMPLÓ LO SIGUIENTE:

- UN DIAGNÓSTICO QUE INTEGRÓ UN ANÁLISIS DE FORTALEZAS, DEBILIDADES, OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA DEL ESTADO.
- EL DESARROLLO DE MENSAJES CLAVE, CONTEMPLANDO IDEAS PRINCIPALES Y SECUNDARIAS PARA DIFERENTES AUDIENCIAS: TURISTAS NACIONALES, PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS; SECTOR LOCAL, NACIONAL Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN; ASÍ COMO LA DEFINICIÓN DE LOS SEGMENTOS QUE FUERON CONSIDERADOS, INCLUYENDO AL TURISMO COMUNITARIO.
- OBJETIVO, JUSTIFICACIÓN Y DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO TURÍSTICO.
- CRONOGRAMA DE LAS ACTIVIDADES PROPUESTAS DENTRO DE LA ESTRATEGIA.

TODO LO ANTERIOR SE INTEGRÓ EN UN ENTREGABLE DENOMINADO "ESTRATEGIA GENERAL DE POSICIONAMIENTO TURÍSTICO DEL ESTADO DE CAMPECHE".

2. EVENTOS DE PRESENTACION DEL DESTINO TURISTICO DE CAMPECHE EN TERRITORIO NACIONAL

CONSISTIÓ EN LA ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DE CINCO EVENTOS EN LOS QUE SE PRESENTÓ A CAMPECHE COMO DESTINO TURÍSTICO.

LOS EVENTOS SE LLEVARON A CABO EN LAS CIUDADES DE MÉRIDA, MONTERREY, QUERÉTARO, GUADALAJARA Y CIUDAD DE MÉXICO, CON UN MÍNIMO DE 50 ASISTENTES POR SEDE.

LA PROPUESTA INCLUYÓ LO SIGUIENTE:

- GASTOS RELACIONADOS CON LA CONTRATACIÓN, ACOMODO Y ARREGLO DEL SALÓN DONDE SE REALIZÓ EL EVENTO. (LA SEDE Y UBICACIÓN FUERON PREVIAMENTE AUTORIZADAS POR LA SECRETARIA DE TURISMO).
- SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS CONFORME AL HORARIO DEL EVENTO, SUFICIENTE PARA TODOS LOS ASISTENTES.
- CONVOCATORIA DE LOS ASISTENTES DE ACUERDO CON EL MERCADO META Y CONFIRMACIÓN PREVIA AL EVENTO.
- VIÁTICOS DEL PERSONAL A CARGO DE LA ORGANIZACIÓN Y EJECUCIÓN DE LOS EVENTOS EN CADA SEDE.

ENTREGABLES:

- ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA LA REALIZACIÓN DE LOS EVENTOS DE PRESENTACIÓN DEL DESTINO (QUE INCLUYE DESCRIPCIÓN DEL SALÓN Y DEL SERVICIO DE CATERING), EMITIDA POR LA EMPRESA PROVEEDORA Y VALIDADA POR LA SECRETARIA DE TURISMO.
- LISTA DE ASISTENCIA.
- FOTOGRAFÍAS IMPRESAS Y ARCHIVO DIGITAL EN MEMORIA EXTERNA.

3. ESTRATEGIA DIGITAL Y DE CONTENIDOS

CON EL PROPÓSITO DE FORTALECER LA PRESENCIA DE CAMPECHE EN EL ENTORNO DIGITAL, SE REQUIERÍO EL DISEÑO Y EJECUCIÓN DE UNA ESTRATEGIA INTEGRAL DE CONTENIDOS Y MARKETING DIGITAL, QUE INCLUYA:

A) ELABORACIÓN DE LA ESTRATEGIA

SE DISEÑÓ UNA ESTRATEGIA PARA FORTALECER LA PRESENCIA DIGITAL DE CAMPECHE COMO DESTINO TURÍSTICO, CONTEMPLANDO AL MENOS: OBJETIVO DE LA ESTRATEGIA, CALENDARIZACIÓN EDITORIAL Y MAPA DEL ECOSISTEMA DIGITAL.

ENTREGABLE: DOCUMENTO DE ESTRATEGIA DIGITAL DE DESTINO.

B) PAUTA DIGITAL

DISEÑO Y EJECUCIÓN DEL PLAN DE PAUTA DIGITAL QUE CONTEMPLÓ:

- PLAN DE PAUTA CON SEGMENTACIÓN DE AUDIENCIAS.
- DEFINICIÓN Y DESGLOSE DE KPI'S.
- CONFIGURACIÓN Y EJECUCIÓN DE CAMPANAS.
- PRODUCCIÓN Y EDICIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES PARA CONJUNTOS DE ANUNCIOS (MÍNIMO 10 CONJUNTOS).
- REPORTE DE RESULTADOS CON INDICADORES DE DESEMPEÑO.



ACTA NO. 0207/2026

C) PLAN DE AMPLIFICACIÓN CON INFLUENCERS

SE DESARROLLÓ UN PLAN DE AMPLIFICACIÓN MEDIANTE LA COLABORACIÓN CON 3 INFLUENCERS NACIONALES, 1 INTERNACIONAL Y 1 EMBAJADOR DE CAMPAÑA, CON PERFILES AFINES AL SECTOR TURÍSTICO Y/O CULTURAL.

EL PLAN INCLUYÓ:

- PERFILES DEL POOL DE INFLUENCERS Y DEL EMBAJADOR PROPUESTO, PARA APROBACIÓN DE LA SECRETARÍA DE TURISMO.
- DEFINICIÓN Y DESGLOSE DE KPI'S ESPECÍFICOS Y CALENDARIZACIÓN.
- DOCUMENTACIÓN DE LAS GESTIONES CON INFLUENCERS.
- REPORTE FINAL CON LOS RESULTADOS DE LA ESTRATEGIA DE AMPLIFICACIÓN.

4. INSTALACION DE ESPECTACULARES TURISTICOS EN ACCESOS MUNICIPALES

CON EL OBJETIVO DE FORTALECER LA PRESENCIA VISUAL DE LA MARCA "CAMPECHE, PURO AMOR" Y PROMOVER LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE CADA MUNICIPIO, SE PRODUCIRON E INSTALARON ESPECTACULARES TURÍSTICOS EN PUNTOS ESTRATÉGICOS DE ACCESO A CADA CABECERA MUNICIPAL.

CADA ESPECTACULAR INCORPORÓ ELEMENTOS GRÁFICOS ALINEADOS A LA IDENTIDAD INSTITUCIONAL, ASÍ COMO UN CÓDIGO QR VINCULADO A UN MICROSIPIO O PÁGINA CON INFORMACIÓN SOBRE ATRACTIVOS, EXPERIENCIAS Y SERVICIOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO CORRESPONDIENTE.

A) DISEÑO Y VALIDACIÓN DE MATERIALES GRÁFICOS

SE DISEÑARON LOS ARTES FINALES DE CADA ESPECTACULAR, ASEGURANDO COHERENCIA CON LA MARCA DESTINO Y ADECUACIÓN A CADA MUNICIPIO.

ENTREGABLES:

- PROPUESTA GRÁFICA DE LOS ESPECTACULARES PARA CADA MUNICIPIO, CON MENSAJES Y CÓDIGO QR FUNCIONAL VINCULADO A CONTENIDO DIGITAL.
- VALIDACIÓN Y AUTORIZACIÓN DE DISEÑOS POR PARTE DE LA SECRETARÍA DE TURISMO PREVIO A IMPRESIÓN.

B) PRODUCCIÓN E IMPRESIÓN

SE REALIZÓ LA IMPRESIÓN DE LOS ESPECTACULARES EN MATERIALES DE ALTA DURABILIDAD, APTOS PARA EXTERIORES Y DIVERSAS CONDICIONES CLIMÁTICAS.

ESPECIFICACIONES MÍNIMAS:

- MEDIDAS ESTÁNDAR: 6 X 4 M APROXIMADAMENTE.
- IMPRESIÓN EN TONOS DE ALTA RESISTENCIA, SOBRE ESTRUCTURA METÁLICA CON ANCLAJES SEGUROS Y CONFORME A LA NORMATIVIDAD APLICABLE.

ENTREGABLES:

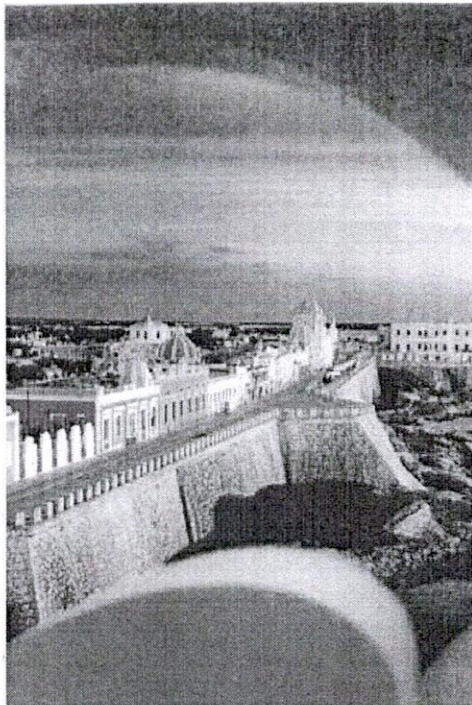
- IMPRESIÓN E INSTALACIÓN DE 1 ESPECTACULAR POR MUNICIPIO, CONFORME AL DISEÑO APROBADO POR LA SECRETARÍA DE TURISMO.
- REGISTRO FOTOGRÁFICO DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN.

C) INSTALACIÓN Y MANTENIMIENTO

SE REALIZÓ LA INSTALACIÓN PROFESIONAL DE LOS ESPECTACULARES EN LOS ACCESOS PRINCIPALES DE CADA CABECERA MUNICIPAL, GARANTIZANDO SEGURIDAD, VISIBILIDAD Y CUMPLIMIENTO DE PERMISOS LOCALES.



ACTA NO. 0207/2026



Campaña Promocional de Turismo 2025 – 2026

Objetivos Generales

01

Incrementar el turismo total hacia el 2026.

02

Elevar la ocupación hotelera promedio anual

03

Posicionar a Campeche como destino cultural, natural y sostenible.

04

Generar alta recordación de marca en públicos nacionales e internacionales.

05

Consolidar alianzas comerciales (B2B) con aerolíneas, OTAs y turoperadores.

CAMPECHE



SAFIN
SECRETARÍA DE ADMINISTRACIÓN
FINANZAS Y PLANEACIÓN

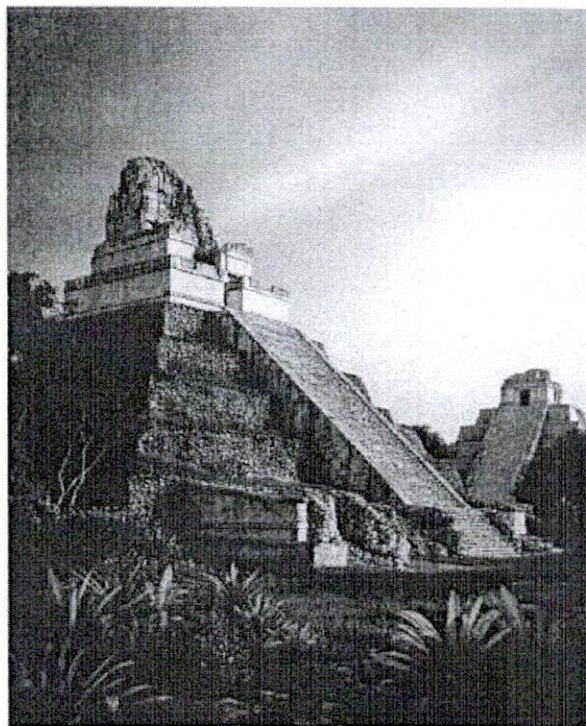
Campaña Internacional:



CAMPECHE

Campaña Nacional:

CAMPECHE
PURO AMOR



MX "Campeche Puro Amor"

"Porque amar a México también es descubrir sus secretos más puros."

Campaña emocional y cálida. Resalta la hospitalidad, gastronomía y gastronomía y cultura viva.

● "Campeche, Secrets of Mexico"

"The best-kept secret of the Yucatán Peninsula."

Posicionamiento aspiracional y auténtico. Resalta historia, patrimonio y patrimonio y naturaleza.

CAMPICHE





ACTA NO. 0207/2026

Mercados Nacionales

A. Mercados regionales (vía carretera)

Yucatán, Quintana Roo y Tabasco. Racional: Campeche forma parte del corredor natural de turismo peninsular. Estrategia: campañas en autobuses, señalización, activaciones en terminales y medios exteriores.

B. Mercados nacionales con conexión aérea

CDMX, Monterrey, Guadalajara, Querétaro y Mérida. Racional: estos centros urbanos concentran el mayor gasto turístico del país. Estrategia: presentaciones de destino, alianzas con aerolíneas, campañas digitales y experiencias sensoriales de marca.

CAMPECHE

Mercados Nacionales –

Públicos objetivo

01

Prioridad 1 (nacional/regional)

Viajeros culturales y familias desde Ciudad de México, Mérida, Villahermosa, Villahermosa, Veracruz (viaje corto por avión o carretera).

02

Prioridad 2 (regional leisure)

Turistas del sureste (Yucatán, Quintana Roo) que buscan escapadas menos masificadas.

03

Prioridad 3 (nicho)

Viajeros de naturaleza/avistamiento y turismo de aventura interesados en interesados en Calakmul y manglares, provenientes de otros estados de la de la república.

04

Prioridad 4 (B2B)

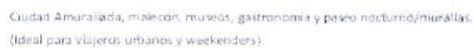
Turoperadores nacionales, agencias receptoras en CDMX y Mérida, aerolíneas/transportistas.

CAMPECHE



Producto & rutas promovidas

"Campeche City Break" (2-3 días)



2

Isla Aguada/ Champotón/ Ciudad del Carmen day trips: pesca responsable y responsable y avistamiento de aves/manglares. (Conectable por carretera y buses y buses regionales).



Ruta Mérida → Campeche → Uxmal → Calixtlán → Ciudad del Carmen, optimizando la Carretera 180/180D para viajeros en auto o tours privados. (Promoverlo como ruta panorámica)





ACTA NO. 0207/2026

Mensajes clave (por segmento)

Cultural/urbanos

"Historia viva junto al mar: ciudad amurallada, fuerte tradición y cocina
cocina campechana."

Escapada/relax

"Playas, pesca y tranquilidad fuera de las multitudes."

Naturaleza/aventura

"Selvas milenarias y biodiversidad: Calakmul, un encuentro con la
la naturaleza."

Seguridad y logística

"Conexiones aéreas regulares y vías federales que facilitan tu viaje."

CAMPECHE

Canales y tácticas

Cómo le hablamos al público



Alianzas estratégicas

- Convenio con Aeroméxico y líneas que operan CPE para promociones "vuela+hotel" y tarifas especiales en temporadas específicas.
- Paquetes co-brandeados con agencias de CDMX y Mérida (familiar con (familiar con VT y cultura).



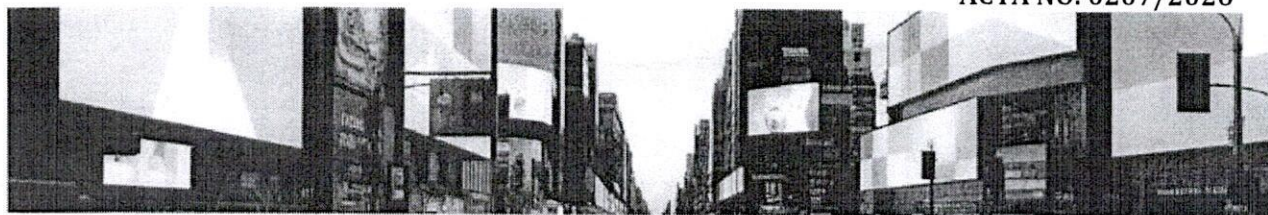
Marketing digital

- Campañas SEM/Display dirigidas: audiencias en CDMX, Mérida, Mérida, Villahermosa; keywords: "escapada histórica Campeche", "Campeche", "Calakmul tours".
- Social ads (FB/IG/Reels y YouTube shorts): micro-historias de 15-30s (Ciudad amurallada, atardecer en malecón, ruinas en la selva).
- SEO: optimizar sitio oficial / landing pages para queries "qué ver en ver en Campeche", "ruinas Calakmul", "vuelos a Campeche".
- Contenido en inglés para atraer turista nacional con intención internacional (familias, viajeros de negocios que viajan por la Península).

CAMPECHE



ACTA NO. 0207/2026



Campaña OOH en CDMX

"Campeche puro amor"

CAMPECHE
PURO AMOR

Campaña visual en pantallas y espectaculares de alta
afluencia (Reforma, Santa Fe, Antara, Perisur, Aeropuerto

AICM).

Racional: CDMX es el mayor emisor de turistas nacionales. La campaña
campeña transmite contraste entre la vida acelerada de la ciudad y la calma
la calma mágica de Campeche: evocando descanso, historia y autenticidad,
autenticidad.

Objetivo: generar deseo de viaje e incrementar búsquedas de vuelos y
reservaciones.

CAMPECHE

Presentaciones de Destino en México

"Campeche, el secreto mejor compartido de México."

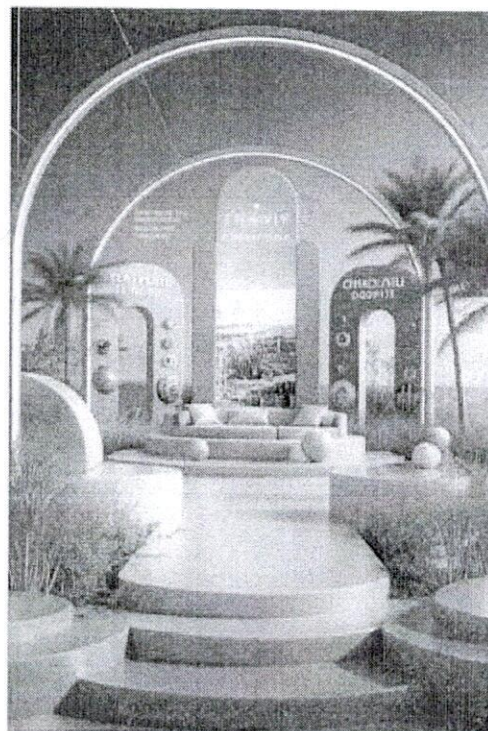
Presentaciones en Monterrey, Guadalajara, Querétaro, Mérida y CDMX con
agencias, medios y aerolíneas.

Concepto	Experiencia
Llevar Campeche a las ciudades emisoras emisoras genera conexión directa y contenido orgánico	Cada presentación será un escaparate sensorial del destino

Objetivo

Reforzar ventas y visibilidad nacional, integrando experiencias gastronómicas, culturales y digitales

CLAVE: Invitaremos a servidores turísticos de Campeche a participar como proveedores,
proveedores.





ACTA NO. 0207/2026

Turismo Comunitario y Señalización

"Campeche vive en sus comunidades."



Programa integral

Capacitación, señalización y desarrollo de imagen en pueblos mágicos y comunidades rurales



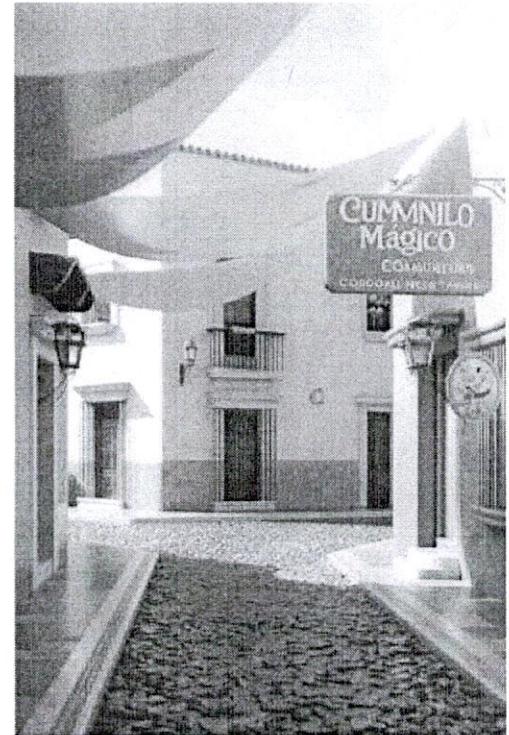
Racional

El turismo comunitario genera orgullo local y experiencias auténticas. Fortalece la identidad visual del territorio y promueve el turismo sostenible.



Objetivo

Integrar a las comunidades al desarrollo turístico y mejorar la experiencia del visitante.





ACTA NO. 0207/2026

Campañas Digitales e Internacionales

MX Campaña Nacional "Llega a Campeche en tres pasos"

Objetivo: aumentar la intención de viaje y reservas desde mercados nacionales.

Estrategia multicanal:



Meta y TikTok
Reels y storytelling emocional



YouTube / Google Video Ads
Videos de 15-30 seg. sobre experiencias de viaje



Google Search / Display
Búsqueda de intención ("viajar a Campeche", "Tren Maya Campeche")



Influencers y medios aliados
Integración en México Desconocido, Travesías y VisitMexico

Racional: la narrativa de los "tres pasos" comunica accesibilidad, autenticidad y emoción.
La audiencia objetivo (25-55 años) se conecta con formatos audiovisuales cortos y mensajes claros.

Meta: 20 millones de impresiones, 4 millones de reproducciones completas, +25% en búsquedas "Campeche + viaje".

CAMPECHE

◆ Influencers & PR — Refuerzo Estratégico

Objetivo: impulsar el awareness y conversación digital orgánica.

Nov. 2025 – Feb. 2026:

10 Influencers nacionales:

- Ejemplos: Juanpa Zurita (viajes y aventuras), "El Arturito" (Gastronomía), (Gastronomía), Eugenia Rodríguez (emprendedora y viajera), Mauricio
- Elaboración de contenido: Camila Rivera, México Desconocido, Food & Travel México

6 Influencers internacionales:

- EE.UU. y Canadá: The Points Guy, Kiersten Rich (@TheBlondeAbroad), Expedia Creators, Canadian Traveller, Voyage Maven, TravelOffPath.

2 Embajadores de campaña:

- 1 nacional (figura mediática con afinidad cultural y familiar).
- 1 internacional (creador de viajes sostenibles).

Meta:

- +20 millones de impresiones combinadas en redes sociales.
- +10 millón de reproducciones orgánicas de video.

CAMPECHE



ACTA NO. 0207/2026



Puntos Clave de R.P.

Fam trips

Con periodistas y creadores de contenido de CDMX y Mérida (2 fam trips por año: trips por año: urbano y arqueología).

Nota de prensa

Sobre crecimiento turístico y nuevos paquetes (usar cifras oficiales de ocupación/visitas).

Experiencias locales & producto

- Capacitación a guías locales (historia, protocolos COVID/seguridad, hospitalidad).
- Certificación de experiencias sostenibles (promover Calakmul con manejo responsable y cupos limitados).
- Desarrollo de experiencias nocturnas seguras en la Ciudad Amurallada (tours nocturnos, gastronomía).

CAMPICHE

Estrategia de mercados internacionales

A. Norteamérica

- Estados Unidos: Houston, Dallas, Los Angeles, Miami y Nueva York.
- Canadá: Toronto, Quebec y Montreal.

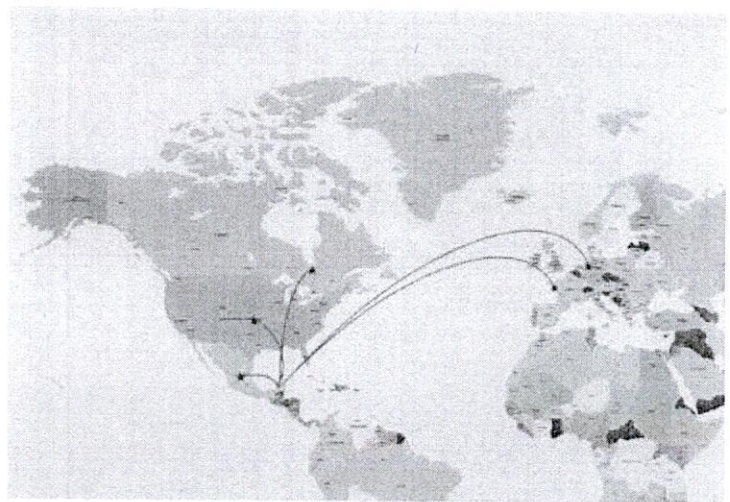
Racional: Son mercados de alta frecuencia hacia México, interesados en experiencias culturales y de bajo turismo masivo.

Estrategia: Publicidad en aeropuertos (ReachTV), OTT en NFL y en NFL y Super Bowl, y presencia digital segmentada.

B. Europa

Francia y Alemania. Racional: Son mercados que valoran historia, arquitectura y autenticidad.

Estrategia: participación en FITUR y cotel con agencias, OTA's y turoperadores europeos en Madrid.



CAMPICHE



ACTA NO. 0207/2026

Producción Creativa y Contenidos



Spots bilingües (30s/15s) y cápsulas OTT.



Serie "Historias que enamoran" (5 microdocumentales).



Sesiones fotográficas: Ciudad Amurallada, Calakmul, Isla Aguada, Champotón.



Videos 360° para activaciones VR. Banco visual para prensa, web y ferias internacionales.



Objetivo: generar identidad visual exportable y replicable en medios internacionales.

CAMPECHE

Activaciones creativas

Ideas de alto impacto



"Fin de semana de la Muralla"

Festival urbano con gastronomía, música y rutas culturales gratuitas para residentes y visitantes.



"Ruta Maya del Golfo"

Promoción conjunta con Yucatán y Tabasco para itinerarios de 7-10 días (promoción de (promoción de road trips).



Concurso "Tu foto en Campeche"

UGC (user generated content) con premios (viaje + estancia) para aumentar contenido orgánico.



Programa de influencers

Con audiencias de viaje familiar y cultura (fam trip + contenido exclusivo).

Medios y mensajes de apoyo

Ejemplos rápidos

Titular campaña SEM: "Escapada histórica a Campeche — Vuela desde CDMX en 1 hora" (si aplica la duración real del vuelo según horarios).

CAMPECHE



ACTA NO. 0207/2026

Riesgos y mitigación



Percepción de inseguridad

Preparar hoja de hechos con datos oficiales sobre seguridad y protocolos; capacitar voceros; promover experiencias con operadores certificados. (Comunicación transparente y cifras reales).



Limitada conectividad en picos

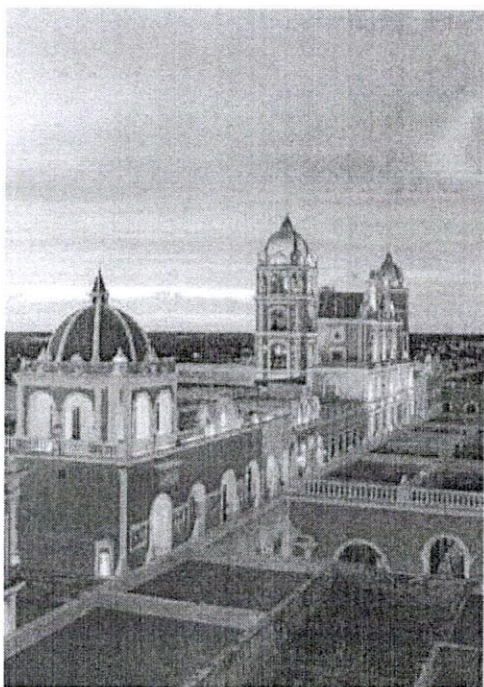
Gestionar vuelos chárter o aumentar frecuencia en temporada alta con aerolíneas asociadas.



Impacto sobre ecosistemas (Calakmul)

Cupos limitados, guías certificados, y plan de turismo sostenible con cuotas de conservación.

CAMPECHE



"Con esta estrategia,
Campeche no solo se
promueve: se cuenta,
se comparte y se vive."

En cada acción hay una historia, en cada
historia un motivo para regresar.

Porque cuando el visitante llega, descubre y se
enamora...entiende que Campeche es,
verdaderamente,

CAMPECHE



ACTA NO. 0207/2026

"Campeche se abre al mundo con historia, amor y autenticidad.
Dos campañas, una voz: México lo siente con amor. El mundo lo
descubre con asombro. ♥"

CAMPECHE

GARANTÍAS DEL SERVICIO PRESTADO

LA PRESENTE GARANTÍA TIENE POR OBJETO ASEGURAR EL ESTRICTO CUMPLIMIENTO DE LOS SERVICIOS OFERTADOS POR "EL PRESTADOR", DENTRO DEL PROCESO DE LICITACIÓN NO. SAFIN-EST-064-2025, ASÍ COMO GARANTIZAR LA CALIDAD, CONTINUIDAD Y CONFORMIDAD DE DICHOS SERVICIOS CONFORME A LAS ESPECIFICACIONES TÉCNICAS Y CONTRACTUALES ESTABLECIDAS POR LA SECRETARÍA DE TURISMO DEL ESTADO DE CAMPECHE.

ALCANCE DE LOS SERVICIOS GARANTIZADOS

"EL PRESTADOR" GARANTIZA LA CORRECTA EJECUCIÓN DE LOS SIGUIENTES SERVICIOS:

- DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO TURÍSTICO DEL ESTADO DE CAMPECHE.
- EVENTOS DE PRESENTACIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO DE CAMPECHE, 5 EN TERRITORIO NACIONAL Y 1 INTERNACIONAL.
- ESTRATEGIA DIGITAL Y DE CONTENIDOS NACIONAL E INTERNACIONAL.
- ESTRATEGIA DE SEÑALIZACIÓN PARA EL TURISMO COMUNITARIO.
- PROMOCIÓN A TRAVÉS DE PANTALLAS DIGITALES EN CDMX.

MEDIOS Y RECURSOS A EMPLEAR

PARA ASEGURAR EL CUMPLIMIENTO ADECUADO DEL SERVICIO, "EL PRESTADOR" SE COMPROMETE A DISPONER DE LOS SIGUIENTES MEDIOS:

➤ MEDIOS HUMANOS

- PERSONAL CALIFICADO CON EXPERIENCIA DEMOSTRADA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN, REDES SOCIALES, FOTOGRAFÍA.
- EQUIPO TÉCNICO CONFORMADO POR MERCADÓLOGOS, COMUNICADORES, DISEÑADORES.

➤ MEDIOS MATERIALES Y TECNOLÓGICOS

- HERRAMIENTAS, EQUIPOS, DISPOSITIVOS Y/O SOFTWARE NECESARIO PARA LA CORRECTA PRESTACIÓN DEL SERVICIO.
- SISTEMAS DE RESPALDO, MONITOREO Y CONTROL DE CALIDAD.

➤ MEDIOS LOGÍSTICOS Y ADMINISTRATIVOS

- PLAN DE ABASTECIMIENTO Y REPOSICIÓN DE INSUMOS.
- COORDINACIÓN OPERATIVA Y SUPERVISIÓN PERMANENTE.
- COMUNICACIÓN CONTINUA CON LA ENTIDAD CONTRATANTE.

FORMAS Y METODOLOGÍA DE TRABAJO

METODOLOGÍA GENERAL



ACTA NO. 0207/2026

LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO SE LLEVARÁ A CABO BAJO UNA METODOLOGÍA BASADA EN LA ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DE CINCO EVENTOS EN EL QUE SE PRESENTARÁ A CAMPECHE COMO DESTINO TURÍSTICO, QUE INCLUYE:

1. **PLANIFICACIÓN INICIAL** Y GASTOS RELACIONADOS CON LA CONTRATACIÓN Y DIAGNÓSTICO DE NECESIDADES.
2. **EJECUCIÓN CONTROLADA** SERVICIO DE CATERING CUIDANDO EN TODO MOMENTO QUE LOS ALIMENTOS Y BEBIDAS QUE SE BRINDEN SEAN CONGRUENTES CON EL HORARIO DEL EVENTO.
3. **SUPERVISIÓN Y CONTROL DE CALIDAD** DURANTE TODO EL PROCESO.
4. **CONVOCATORIA**, ENCARGARSE DE LA CONVOCATORIA DEL MERCADO META Y DE LAS CONFIRMACIONES DE ASISTENCIA.
5. **EVALUACIÓN FINAL** Y VALIDACIÓN DE CUMPLIMIENTO.

FORMAS DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

- MODALIDAD **PRESENCIAL**, SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DEL CONTRATO.
- HORARIOS DE ATENCIÓN Y DISPONIBILIDAD: **EVENTOS A REALIZARSE EN LAS CIUDADES DE QUERÉTARO, GUADALAJARA, MÉRIDA, CDMX Y MONTERREY EN HORARIOS POR DEFINIR**. BONIFICANDO: 1 INTERNACIONAL.
- PROTOCOLOS DE SEGURIDAD, CONFIDENCIALIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS.

GARANTÍA DE CALIDAD DEL SERVICIO

"EL PRESTADOR" ASEGURA QUE:

- LOS TRABAJOS SE REALIZARÁN CONFORME A ESTÁNDARES PROFESIONALES Y NORMATIVOS VIGENTES.
- SE RESPONDERÁ POR CUALQUIER DEFECTO, FALLO O INCUMPLIMIENTO DETECTADO DURANTE LA EJECUCIÓN O DENTRO DEL PERIODO DE GARANTÍA.
- SE REALIZARÁN, SIN COSTO ADICIONAL, TODAS LAS CORRECCIONES O RETRABAJOS NECESARIOS DERIVADOS DE ERRORES ATRIBUIBLES A "EL PRESTADOR".

ATENCIÓN A INCIDENCIAS Y SOPORTE

CANAL DE CONTACTO:

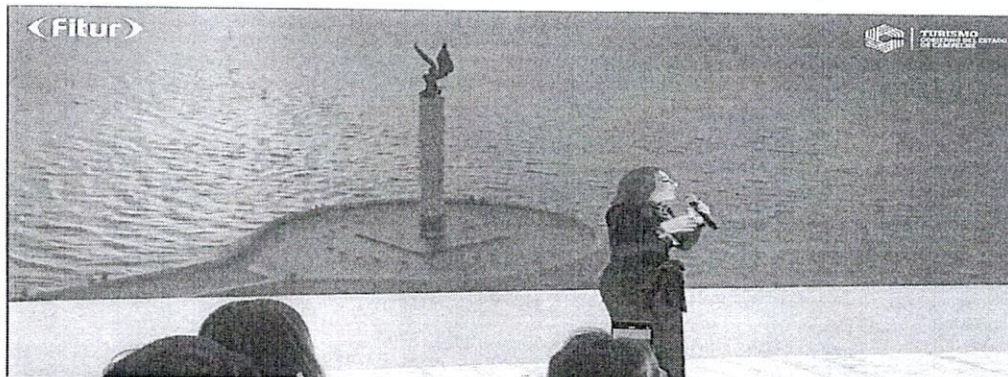
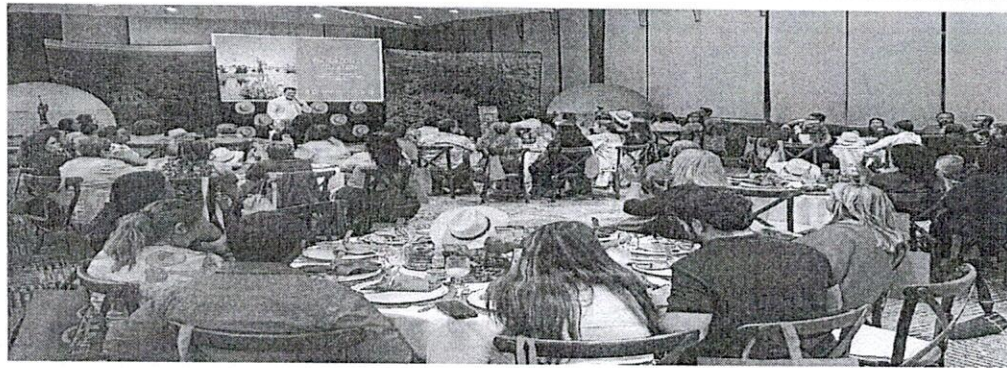
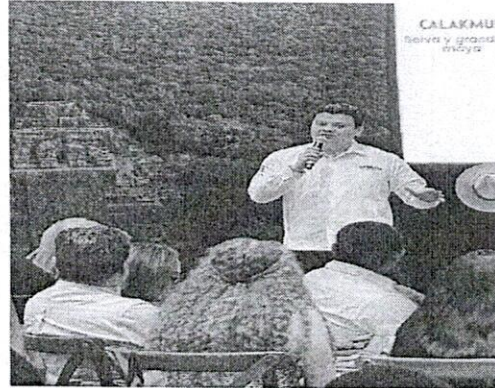
CORREO: GALCAM@GALCAM.MX

TELÉFONO: 6632131829



ACTA NO. 0207/2026

EVIDENCIA FOTOGRÁFICA





GOBIERNO
DE TODOS



SAFIN
SECRETARÍA DE ADMINISTRACIÓN
FINANZAS Y PLANEACIÓN

ACTA NO. 0207/2026

Micrositios por MUNICIPIO





ACTA NO. 0207/2026

CREADORES PARTICIPANTES

@soykrystianvazquez



Instagram 939K

Facebook 2.9 M

TikTok 1.4M

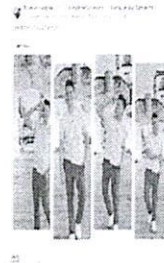
YouTube 297K

- Fotografía y video lifestyle
- Contenido visual aspiracional
- Audiencia interesada en viajes y experiencias



Post disponible

♥ 2,600
👍 157



Post disponible

♥ 810
👍 30



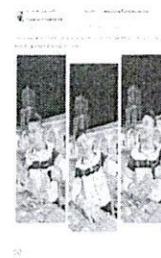
Post disponible

♥ 810
👍 30



Post disponible

♥ 465
👍 25



Post disponible

♥ 647
👍 21



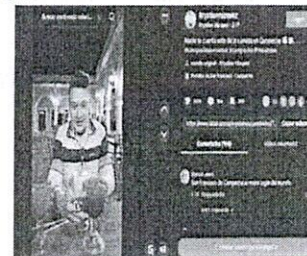
Post disponible

♥ 689
👍 33



Post disponible

♥ 67
👍 2



Video disponible

♥ 3,178
👍 104

NODO DE
NEGOCIOS



ACTA NO. 0207/2026

Calkiní

Reporte fotográfico de instalación del espectacular en el municipio de Calkiní.



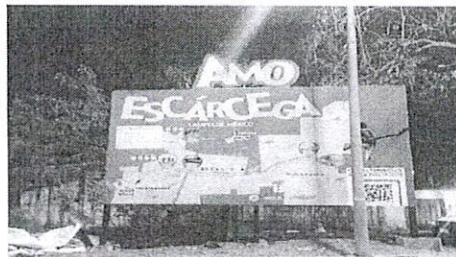
Campeche

Reporte fotográfico de instalación del espectacular en el municipio de Campeche.



Escárcega

Reporte fotográfico de instalación del espectacular en el municipio de Escárcega.



Hecelchakán

Reporte fotográfico de instalación del espectacular en el municipio de Hecelchakán.





ACTA NO. 0207/2026

Patio Santa Fe

TESTIGOS

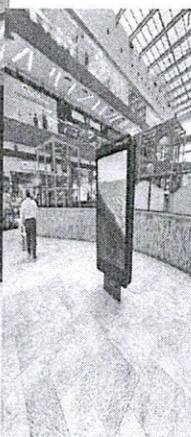
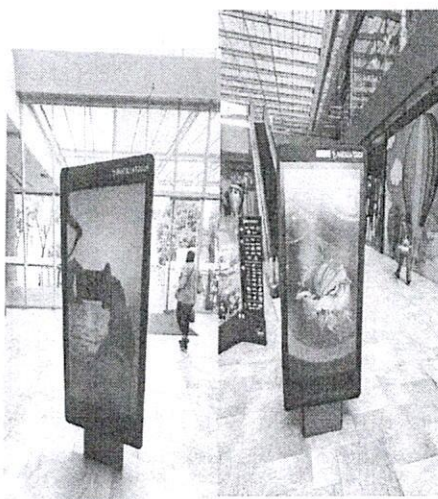


[Firma manuscrita]

* NODO DE
NEGOCIOS

Patio Universidad

TESTIGOS



[Firma manuscrita]