



Guadalajara, Jalisco a, 24 de septiembre de 2020

**ACTA DE FALLO  
ADJUDICACIÓN DIRECTA**

**Número:** SUV/DAD/CSG/046/2019

**Lugar:** Calle Mezquitán número 302, colonia Centro Barranquitas, código postal 44100, Guadalajara, Jalisco.

**Fecha:** 24 de septiembre de 2020

**Dependencia:** Sistema de Universidad Virtual

**Concepto:** Servicio de Estrategia de Marketing Digital y Difusión

**Recursos financieros:** MXP \$120,000.00 (CIENTO VEINTE MIL PESOS 00/100 M.N.), con cargo al proyecto Federal: 255266 / Bolsa: 18403759 / Fondo: 1.1.4.8.4.

Fue presentada a ésta Dirección Administrativa por la Coordinación de Servicios Generales del Sistema de Universidad Virtual una solicitud para adjudicar de forma directa el Servicio de Estrategia de Marketing Digital y Difusión a la sociedad mercantil denominada Leer Editores S.A. de C.V. de conformidad con lo siguiente, y

**RESULTANDO**

- I. Que la Coordinación del Programa de Comunicación y Difusión con fecha 16 de septiembre de 2020 solicitó el Servicio de Estrategia de Marketing Digital y Difusión.
- II. Que el área de Adquisiciones del Sistema de Universidad Virtual realizó una investigación de mercado a fin de conocer las condiciones que imperan a fin de garantizar las mejores condiciones para la Universidad de Guadalajara, con lo que se advirtieron diversos oferentes de los servicios requeridos, entre los cuales se seleccionaron los siguientes proveedores:
  - Leer Editores S.A. de C.V.
  - The Kinny Company S.C.
  - CTK Comunicación S.C.
- III. Que derivado del estudio de mercado la Coordinación de Servicios Generales del Sistema de Universidad Virtual invitó a cotizar a las sociedades mercantiles Leer Editores S.A. de C.V., The Kinny Company S.C., CTK Comunicación S.C., por considerar que cuentan con capacidad de respuesta inmediata, así como con los recursos técnicos, financieros y demás necesarios para el Servicio de Estrategia de Marketing Digital y Difusión solicitado; así mismo sus actividades comerciales y profesionales están relacionadas con los servicios solicitados.

Sistema de Universidad Virtual  
COORDINACIÓN DE SERVICIOS GENERALES



- IV. Los proveedores invitados a cotizar presentaron a la Coordinación de Servicios Generales propuestas económicas para el Servicio de Estrategia de Marketing Digital y Difusión, siendo la presentada por Leer Editores S.A. de C.V., la cotización con menor costo, tal como se muestra a continuación:

Nombre o Razón Social	Monto sin IVA
Leer Editores S.A. de C.V.	\$103,448.28
The Kinny Company S.C.	\$120,400.00
CTK Comunicación S.C.	\$146,000.00

- V. Que la Coordinación de Servicios Generales emitió el Dictamen de la Adjudicación con fecha 18 de septiembre de 2020, en el que sugiere se adjudique de forma directa a la sociedad mercantil Leer Editores S.A. de C.V., debido a que presentó la propuesta de menor costo, que cuenta con capacidad de respuesta inmediata, así como con los recursos técnicos, financieros y demás necesarios; además de que sus actividades comerciales y profesionales están relacionadas con el contrato que se propone adjudicar.

Por lo anteriormente expuesto y

### CONSIDERANDO

- I. Que la Universidad de Guadalajara es un organismo público descentralizado del Gobierno del Estado de Jalisco con autonomía, personalidad jurídica y patrimonio propio, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 1 de su Ley Orgánica, promulgada por el Ejecutivo local el día 15 de enero de 1994, en ejecución del Decreto No. 15319 del H. Congreso del Estado de Jalisco.
- II. Quede acuerdo al artículo 22 de su Ley Orgánica, la Universidad de Guadalajara adoptó el modelo de Red para organizar sus actividades académicas y administrativas; siendo el Sistema de Universidad Virtual el órgano desconcentrado de la Universidad encargado de ofrecer, administrar y desarrollar programas educativos en la modalidad virtual, en los niveles medio superior y superior, así como de realizar actividades de investigación, extensión y difusión de la cultura, según lo señalado en el artículo 2 del Estatuto Orgánico del Sistema de Universidad Virtual.
- III. Respecto a la estructura Orgánica del Sistema de Universidad Virtual el artículo 4 fracción VI y 35 fracciones VIII, X y XII de su Estatuto Orgánico señalan que la Dirección Administrativa es la instancia del Sistema de Universidad Virtual encargada de supervisar que los procedimientos administrativos se desarrollen de conformidad con la normatividad universitaria; gestionar las compras de los bienes muebles y contratación de servicios; y las demás que la normatividad universitaria le asigne y aquellas que por la naturaleza de su función le correspondan.





- IV. El artículo 44 de del Reglamento de Adquisiciones, Arrendamientos y Contratación de Servicios de la Universidad de Guadalajara señala que cuando la Universidad celebre convenios con autoridades federales y éstos establezcan criterios o procedimientos específicos para la adquisición, arrendamiento y contratación de servicios, se aplicará lo previsto en el Capítulo IX de dicho ordenamiento.
- V. Que el artículo 1, fracción VI, de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, establece que los procesos de adquisiciones, arrendamientos de bienes muebles y prestación de servicios de cualquier naturaleza, que realicen las entidades federativas, los municipios y los entes públicos de unas y otros, con cargo total o parcial a recursos federales, conforme a los convenios que celebren con el Ejecutivo Federal estarán sujetos a las disposiciones que contiene dicha Ley. Así mismo el artículo 3, fracciones I y IX señalan que, para efectos de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, entre las adquisiciones, arrendamientos y servicios, quedan comprendidos los arrendamientos de bienes muebles y en general, los servicios de cualquier naturaleza cuya prestación genere una obligación de pago para las dependencias y entidades, salvo que la contratación se encuentre regulada en forma específica por otras disposiciones legales.
- VI. El artículo 26 fracción III de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público y el artículo 45, inciso c) del Reglamento de Adquisiciones, Arrendamientos y Contratación de Servicios de la Universidad de Guadalajara establecen la adjudicación directa como un procedimiento aplicable cuando de acuerdo con la naturaleza de la contratación se aseguren a la Universidad las mejores condiciones disponibles en cuanto a precio, calidad, financiamiento, oportunidad y demás circunstancias pertinentes.
- VII. Que el artículo 42 de Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público y el 53 del Reglamento de Adquisiciones, Arrendamientos y Contratación de Servicios de la Universidad de Guadalajara establecen que el Sistema de Universidad de Virtual, bajo su responsabilidad, podrá contratar adquisiciones, arrendamientos y servicios, sin sujetarse al procedimiento de licitación pública, a través de los de invitación a cuando menos tres personas o de adjudicación directa, cuando el importe de cada operación no exceda los montos máximos que al efecto se establecerán en el Presupuesto de Egresos de la Federación, siempre que las operaciones no se fraccionen para quedar comprendidas en los supuestos de excepción a la licitación pública a que se refieren dichos artículos.
- VIII. Que la circular VR/Circular/01/19 de fecha 16 de enero de 2019 emitida por la Vicerrectoría Ejecutiva de la Universidad de Guadalajara establece los montos máximos para adjudicar de forma directa de acuerdo a los casos de excepción señalados en el artículo 42 de Ley de Adquisiciones,



Arrendamientos y Servicios del Sector Público y el 53 del Reglamento de Adquisiciones, Arrendamientos y Contratación de Servicios de la Universidad de Guadalajara.

Una vez analizada la propuesta y atendiendo a las consideraciones antes manifestadas la Dirección Administrativa con asistencia del Coordinador de Servicios Generales; ambas del Sistema de Universidad Virtual proponen los siguientes puntos

### RESOLUTIVOS


**Único.** - Se adjudica el Servicio de Estrategia de Marketing Digital y Difusión, a la sociedad mercantil denominada Leer Editores S.A. de C.V.; por la cantidad de **MXP \$120,000.00 (CIENTO VEINTE MIL PESOS 00/100 M.N.)** con el Impuesto al Valor Agregado incluido.

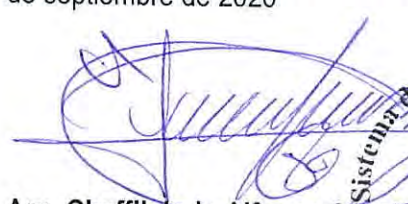
ATENTAMENTE


**"PIENSA Y TRABAJA"**

**"Año de la Transición Energética en la Universidad de Guadalajara"**

Guadalajara, Jalisco, a 24 de septiembre de 2020

  
**Mtra. María del Consuelo Delgado González**  
Directora Administrativa

  
**Arq. Chaffik Luis-Alfonso Sánchez Ruelas**  
Coordinador de Servicios Generales





UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Domicilio Fiscal  
Av. Juárez N° 976,  
Col. Centro C.P. 44100  
Guadalajara, Jalisco, México.  
Teléfono (33) 3134-2222  
R.F.C. UGU 250907-MH5

# ORDEN DE COMPRA

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA  
ENTIDAD o DEPENDENCIA EMISORA

46		
NÚMERO		
24 de septiembre de 2020		
DÍA	MES	AÑO
FECHA DE ELABORACIÓN		
No. PROYECTO:	255266	
No. FONDO:	1.1.4.8.4	
PROGRAMA:	Federal	
CARGO PRESUPUESTAL		

420000	Rectoría/Coordinación del Programa de Comunicación y Difusión
CÓDIGO URE	ENTIDAD o DEPENDENCIA SOLICITANTE
31342222 - 18804	Mezquitán #302, Colonia Centro, Guadalajara, Jalisco.
TELÉFONO	DOMICILIO

Leer Editores S.A. de C.V.			
PROVEEDOR			
1	2	3	4
DOMICILIO DEL PROVEEDOR	RFC	FAX y/o CORREO ELECTRONICO	TELÉFONO

LOS SIGUIENTES BIENES DEBERAN ENTREGARSE EN LAS CONDICIONES ACORDADAS

UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN DE LOS BIENES	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	IMPORTE TOTAL
Servicio	servicio de estrategia de marketing digital Difusión por radio televisión y otros medios de mensajes comerciales para promover la venta de bienes o servicios	1	\$103,448.28	\$103,448.28
( CIENTO VEINTE MIL PESOS 00/100 M.N.)			SUB-TOTAL	\$103,448.28
			I.V.A.	\$16,551.72
			TOTAL	\$120,000.00

CONDICIONES DE PAGO Y ENTREGA DE BIENES				
FECHA DE ENTREGA:	septiembre y octubre	LUGAR DE ENTREGA:	Mezquitán #302, Colonia Centro, Guadalajara, Jalisco, C.P.44100	
PAGO CONTADO	<input checked="" type="checkbox"/>	PAGO:		
PAGO EN PARCIALIDADES	<input type="checkbox"/>	No.DE PARCIALIDADES	PORCENTAJE DE ANTICIPO:	0%
			FIANZAS	
			a) ANTICIPO <input type="checkbox"/>	
			b) CUMPLIMIENTO <input type="checkbox"/>	

Se agrega el anexo A como parte integral de esta orden

OBSERVACIONES

ELABORO

Mtra. Ana Lilia  
Lozano Martínez

AUTORIZO  
ENTIDAD o DEPENDENCIA  
EMISORA  
Mtra. María del Consuelo  
Delgado González

Vo.Bo.  
ENTIDAD o DEPENDENCIA  
SOLICITANTE  
Lic. Nancy Wendy Aceves Velázquez



5

Acepto los términos y condiciones que se especifican en el reverso de la presente Orden de Compra

## Declara LA UNIVERSIDAD

- I. Que es un organismo público descentralizado del gobierno del Estado de Jalisco con autonomía, personalidad jurídica y patrimonio propios de conformidad con lo dispuesto en el artículo primero de su Ley Orgánica publicada por el ejecutivo estatal el día 15 de enero de 1994, en ejecución del decreto número 15,319 del H. Congreso del Estado de Jalisco
- II. Que es atribución de la Universidad de Guadalajara, conforme a la fracción XI del artículo 6 de la Ley Orgánica, administrar su patrimonio
- III. Que el Rector General es la máxima autoridad ejecutiva de la Universidad representante legal de la misma, de conformidad con el artículo 32 de la Ley Orgánica de la Universidad
- IV. Que señala como domicilio legal el ubicado en la Avenida Juárez No. 976, colonia Centro en esta ciudad de Guadalajara, Jalisco, código postal 44100

## Declara EL PROVEEDOR

- I. Que tiene capacidad jurídica para contratar y obligarse a suministrar los bienes que le sean adquiridos por LA UNIVERSIDAD, de conformidad con la escritura pública o póliza de constitución de la empresa, para el caso de persona moral o el Registro Federal de Contribuyente, para el caso de persona física
- II. Que se encuentra inscrito en el Registro Federal de Contribuyentes
- III. Que bajo protesta de decir verdad señala que no se encuentra en alguno de los supuestos establecidos en el artículo 50 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público y 29 del Reglamento de Adquisiciones, Arrendamientos y Contratación de Servicios de la Universidad de Guadalajara
- IV. Que para efectos del presente instrumento señala como domicilio el registrado en la CARÁTULA del presente

Declaran las partes que han convenido celebrar el presente instrumento, para lo cual se sujetan a lo establecido en las siguientes:

### CLÁUSULAS:

**PRIMERA** - Las partes acuerdan que el objeto del presente instrumento es que EL PROVEEDOR suministre los bienes que se describen en la CARÁTULA del presente

Al respecto EL PROVEEDOR se sujetará conforme a las indicaciones que le da LA UNIVERSIDAD y a lo establecido en el presente instrumento.

En caso de que la presente adquisición incluya la instalación y/o puesta en marcha de los bienes, los equipos, herramienta, la contratación del personal y en general todo aquello que EL PROVEEDOR necesite para la misma, será a su cargo exclusivamente, liberando en consecuencia a LA UNIVERSIDAD de cualquier reclamación que se infiera en su contra por alguno de los conceptos antes señalados.

**SEGUNDA** - EL PROVEEDOR se compromete a entregar los bienes requeridos, conforme a las características y precios que se describen en la CARÁTULA del presente o en su caso en el anexo correspondiente

**TERCERA** - LA UNIVERSIDAD se compromete a pagar conforme a lo señalado en la CARÁTULA del presente, la cantidad total que por concepto de adquisición se señale en la misma. Al respecto, queda establecido que dichos pagos se realizarán a EL PROVEEDOR previa entrega de los bienes objeto de compra y el comprobante correspondiente con los requisitos que las leyes fiscales establezcan.

Por su parte EL PROVEEDOR asume cualquier obligación fiscal que se derive del presente instrumento, sacando en paz y a salvo a LA UNIVERSIDAD de cualquier reclamación que al respecto se pudiera originar.

Adicionalmente las partes acuerdan que en el supuesto de que EL PROVEEDOR no cumple con alguna de sus obligaciones en los tiempos pactados o conforme a las características establecidas, el o los pagos se verán retrasados en la misma proporción. Lo anterior independientemente de que LA UNIVERSIDAD decida continuar con el presente o darlo por rescindido.

**CUARTA** - En caso de que así se acuerden por las partes, EL PROVEEDOR otorgará a favor de LA UNIVERSIDAD las fianzas que a continuación se describen, expedidas por una compañía legalmente constituida y registrada, con domicilio en el territorio nacional y que se sujete a la jurisdicción de los tribunales judiciales de Guadalajara, Jalisco.

- I. Fianza para garantizar la correcta aplicación del anticipo, que en su caso se otorgue y por el importe de este
- II. Fianza del 10% del valor total del presente, para garantizar el cabal cumplimiento de todas las obligaciones contenidas en el mismo

EL PROVEEDOR se obliga a entregar a LA UNIVERSIDAD las fianzas antes mencionadas en los siguientes términos:

- a) La establecida en la fracción I, previo a la entrega de dicho anticipo
- b) La establecida en la fracción II, a la firma del presente instrumento

**QUINTA** - EL PROVEEDOR será responsable ante LA UNIVERSIDAD y conforme a lo señalado por las disposiciones legales aplicables por los defectos que se presenten en los bienes requeridos objeto del presente

En tanto no se reciban a satisfacción los bienes adquiridos por la entidad emisora, EL PROVEEDOR reconoce que LA UNIVERSIDAD no será responsable de la pérdida, deterioro o maltrato de los bienes, ya que los mismos son su responsabilidad directa, liberando a la misma de cualquier responsabilidad que se pudiera derivar del presente concepto.

**SEXTA** - Ambas partes reconocen que la relación legal entre ellas es la de dos partes independientes que celebran un compromiso de compra venta, tal y como se señala en este instrumento, por lo tanto queda expresamente convenido que a ninguna de las partes se le otorga el derecho o la autoridad para asumir o crear obligación o responsabilidad expresa o tácita a nombre y cuenta de la otra para obligarlo de forma alguna.

Asimismo queda estipulado que en caso que EL PROVEEDOR quiera contratar persona alguna para el desempeño de cualquier actividad relacionada con la adquisición de los bienes podrá hacerlo bajo su propia responsabilidad, asumiendo el carácter de patrón para todos los efectos legales correspondientes, desligando a LA UNIVERSIDAD, de cualquier conflicto que se suscite entre el prestador y su personal contratado.

**SEPTIMA** - Las partes convienen en que EL PROVEEDOR se compromete a cumplir con todas y cada una de las obligaciones que imponen la Ley Federal del Trabajo, Ley del Seguro Social y demás ordenamientos legales aplicables a los patrones, por lo tanto EL PROVEEDOR será el único responsable y obligado frente a los trabajadores ante todo tipo de autoridades ya sean administrativas, judiciales o laborales federales, estatales o municipales, por todas las obligaciones derivadas y relacionadas con adquisiciones o servicios objeto del presente instrumento y de la relación laboral.

En consecuencia, EL PROVEEDOR asume todas las responsabilidades como patrón en relación con los trabajadores que emplee en las adquisiciones o servicios, directamente o en su caso por medio de subcontratistas, liberando de posibles indemnizaciones, demandas o cualquier reclamación que éstos hicieran en contra de LA UNIVERSIDAD.

Por lo tanto LA UNIVERSIDAD no será responsable por ninguna reclamación que en contra de EL PROVEEDOR presenten sus empleados o colaboradores obligándose éste a sacar en paz y a salvo a LA UNIVERSIDAD de cualquier reclamación de esta naturaleza, ya sea laboral, civil o penal incluyendo los accidentes de trabajo.

Asimismo, será obligación de EL PROVEEDOR hacer el pago de las contribuciones correspondientes de los trabajadores que emplee.

**OCTAVA** - Para todos los efectos a que haya lugar a notificaciones o avisos derivados del presente, estos se efectuarán por escrito en los domicilios que se han señalado en la carátula o en el domicilio que en su momento se notifique por escrito a la otra parte.

**NOVENA** - Las partes acuerdan que LA UNIVERSIDAD podrá cancelar o dar por terminado de manera anticipada el presente instrumento, previo acuerdo y finiquito que pare tal efecto se celebre, debiéndose dar el aviso correspondiente, cuando menos con cinco días de anticipación.

**DÉCIMA** - El presente instrumento podrá ser modificado previo acuerdo entre las partes y durante la vigencia del mismo, apéndice a la normatividad aplicable y a través de los instrumentos jurídicos correspondientes, obligándose las

partes a las nuevas estipulaciones, a partir de la fecha de su firma.

**DÉCIMA PRIMERA** - Queda establecido que EL PROVEEDOR no podrá ceder o transferir parcial o totalmente los derechos y las obligaciones del presente instrumento, sin el previo consentimiento por escrito de LA UNIVERSIDAD, siendo responsable de los daños y perjuicios que tal incumplimiento cause.

**DÉCIMA SEGUNDA** - Si alguna de las disposiciones contenidas en el presente instrumento llegara a declararse nula por alguna autoridad tal situación no afectará la validez y exigibilidad del resto de las disposiciones establecidas en este instrumento. Al respecto las partes negociarán de buena fe la sustitución o modificación mutuamente satisfactoria de la cláusula o cláusulas declaradas nulas o invalidas por otras en términos similares y eficaces.

En caso de que el presente instrumento llegara a declararse nulo por la autoridad competente o el mismo se rescindiera por causa imputable a EL PROVEEDOR, el mismo estará obligado a devolver a LA UNIVERSIDAD la o las cantidades pagadas que les hayan sido entregadas más la actualización correspondiente conforme al Índice Nacional de Precios al Consumidor, tomando como base la fecha en que se realizó el pago la primera entrega por parte de LA UNIVERSIDAD y la fecha en que sean devueltas las mismas, lo anterior independientemente de los daños y perjuicios que por tal motivo tenga derecho a reclamar LA UNIVERSIDAD.

**DÉCIMA TERCERA** - Queda expresamente convenido que la falta de cumplimiento por parte de EL PROVEEDOR a cualquiera de las obligaciones que aquí se contraen y ejecuten otras que emanen del Código Civil del Estado de Jalisco y demás legislación aplicable al caso, será motivo de rescisión del presente instrumento y generará el pago de los daños y perjuicios que el incumplimiento cause.

**DÉCIMA CUARTA** - Ambas partes acuerdan que en caso de rebazo por parte de EL PROVEEDOR en la entrega de los bienes pactados en el presente instrumento, LA UNIVERSIDAD podrá comunicar a las dependencias integrantes de la Reu Universitaria dicho incumplimiento, para con ello restringir las futuras contrataciones con el proveedor por parte de LA UNIVERSIDAD.

**DÉCIMA QUINTA** - Ambas partes acuerdan que cualquier controversia relacionada con la interpretación, contenido o ejecución del presente se sujetará a lo establecido en el mismo y de manera supletoria a lo señalado en los documentos señalados a continuación y en el orden siguiente: en el anexo, las bases del procedimiento correspondiente que en su caso se hayan emitido, la propuesta presentada por EL PROVEEDOR y la legislación aplicable.

En este sentido queda establecido que si existe alguna discrepancia en la información contenida alguno de los documentos señalados en el párrafo anterior, siempre será aplicable la disposición que sea más favorable para LA UNIVERSIDAD, quedando sin efecto la disposición distinta.

**DÉCIMA SEXTA** - Para todo lo relacionado con la interpretación y cumplimiento del presente instrumento, las partes se someten voluntariamente a las leyes aplicables de la República Mexicana y a la jurisdicción y competencia de las autoridades de la ciudad de Guadalajara, Jalisco renunciando a cualquier otro fuero o jurisdicción que pudiera corresponderles en virtud de su domicilio presente o futuro.

Leído que fue el presente instrumento por las partes y conformes con su contenido y alcance ratifican y firman en la CARÁTULA del mismo.



Emisor:  
LEER EDITORES SA DE CV

6  
7

Receptor:  
Universidad de Guadalajara  
UGU250907MH5

Av. Juárez 976 zona centro, CP: 44100,  
Guadalajara, JALISCO, MEXICO  
Uso del CFDI: G03 - Gastos en general

Lugar de Expedición: 8 9  
Régimen Fiscal: 601 - General de Ley Personas Morales

Tel: 10

Efecto del comprobante: I - Ingreso

Folio Fiscal:

11

Fecha / Hora de Emisión:  
19/10/2020 - 14:42:23

No. de Certificado Digital:

12

Clave Producto	Cantidad	Clave Unidad	Concepto(s)	Precio Unitario	Importe
80101600	1	E48 - Unidad de servicio	Servicio de estrategia de marketing digital Difusión por radio televisión y otros medios de mensajes comerciales para promover la venta de bienes o servicios	\$103,448.28	\$103,448.28

No Identificación: 1307

Traslados:

NA: 002, Base: \$103,448.28, Tasa: 0.160000, Importe: \$16,551.72

Subtotal: \$103,448.28

IVA 16%: \$16,551.72

Moneda:  
MXN - Peso  
Mexicano

CIENTO VEINTE MIL PESOS 00/100 MXN

Total: \$120,000.00

Forma de Pago:

99 - Por definir

Método de Pago:

PPD - Pago en parcialidades ó diferido

Banco:

Cuenta:

Condiciones de Pago:

Titular:

LEER EDITORES SA DE CV

Banco:

13

Cuenta:

14

CLABE:

15

Sucursal:

16

Cadena Original del complemento de Certificación Digital

18

Sello Digital del CFDI

19

Sello Digital del SAT

20

Fecha / Hora de Certificación:  
19/10/2020 - 14:42:23

Número de Serie Certificado del SAT:

21

RFC del PAC:

22

Número autorización PAC:

Sistema de Universidad Virtual



Universidad de Guadalajara

FECHA 19 10 2020

NOMBRE Y FIRMA  
Nancy Wendy Acas Velazquez

RECIBÍ DE CONFORMIDAD

*Wendy Acas Velazquez*

U006 2020

Subsidio Federal

OPERADOR

Comprobante Validado en la pagina del SAT

# ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL

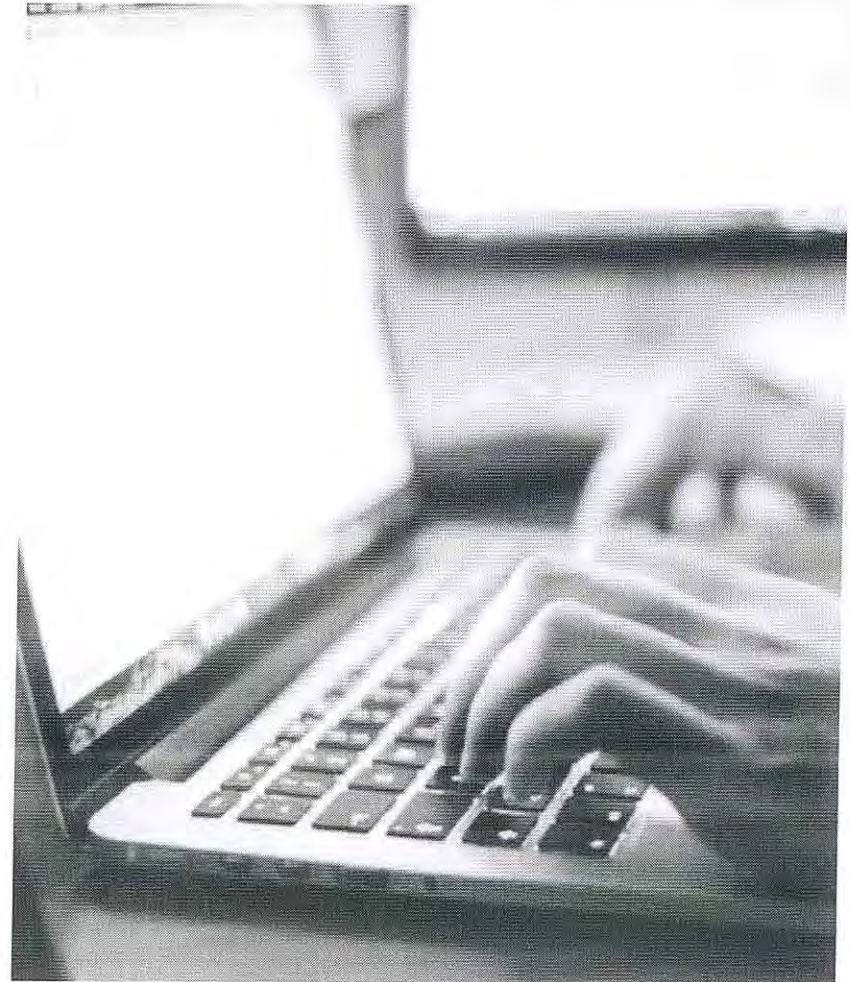
UdeG Virtual/Posgrados

Fecha de elaboración: 8 de septiembre de 2020



# OBJETIVO

- Obtener prospectos de calidad (MQL- Marketing Qualified Leads) para 5 posgrados en línea de de la Universidad de Guadalajara



# ESTRATEGIA



**Comportamiento**



Impacto de la estrategia (embudo)

**CALL TO ACTION**



Seguimiento de ventas online/offline

# ESTRATEGIA

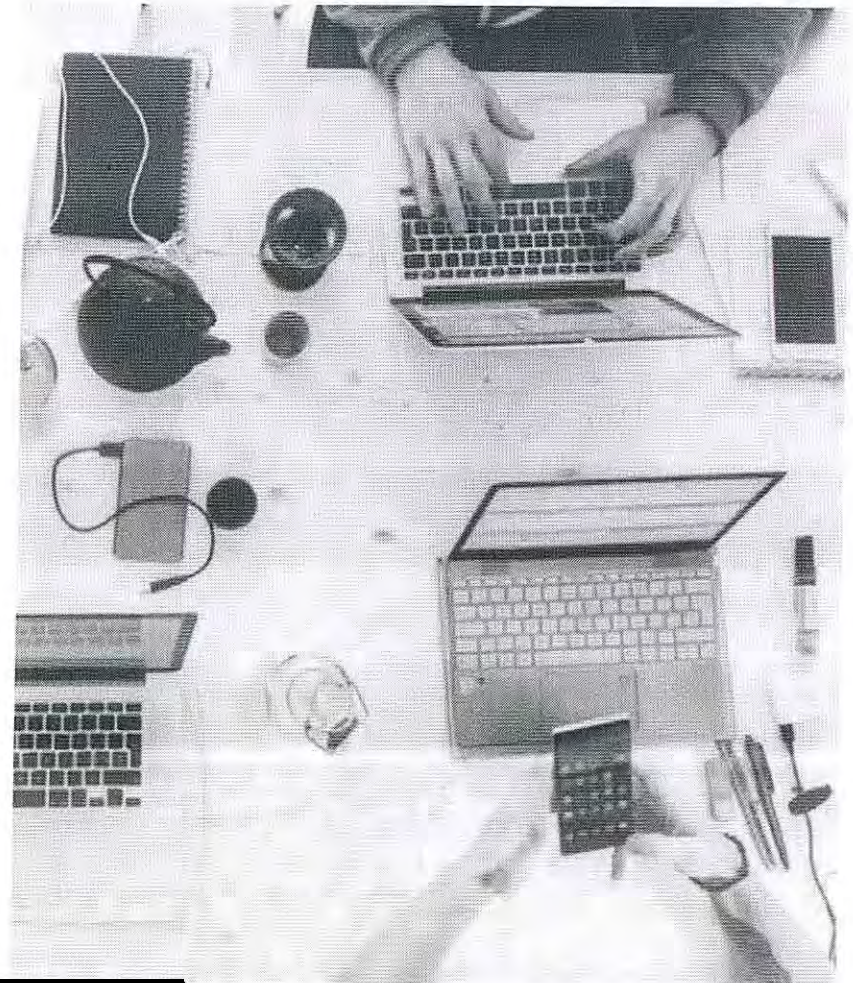
- Vamos a ir a donde está nuestro público de interés para estar presentes en el momento en que navegan y realizan búsquedas de educación continua.
- ¿Cómo? Con inserciones publicitarias en AdWords en Google y Redes Sociales.
- Estos anuncios irán dirigidos a audiencias segmentadas e incitarán una acción online (la que llamamos Call to Action), como preregistro o solicitud de más información. Así obtendremos los datos de personas que presentan verdadero interés en suscribirse a un posgrado.

# ESTRATEGIA

- ¿En qué consiste?
  - 2 anuncios por posgrado en buscador Google con diferentes palabras claves + Landing Page específica + CTA.
  - 4 anuncios por posgrado en Redes Sociales de acuerdo a estrategia

# RESULTADO

- Entregaremos base de datos con los prospectos recuperados de la estrategia y un reporte detallado de los alcances obtenidos, puesto que también deben considerarse los beneficios de la campaña en términos de posicionamiento de marca (reach, interacción, etc).



# PRESUPUESTO

ITEM	Unitario	Total
Landing page	10	40,000
Iguala diseño gráfico	20	8,000
Partida de estrategia, gestión, comisiones	1	12,000
Pauta aplicable a AdWords y Facebook Ads	1	\$60,000
<b>Total</b>		<b>\$120,000</b>

- El presupuesto incluye IVA.

# PLAN DE TRABAJO

- Una vez que el presupuesto sea autorizado, presentaremos un plan de trabajo/ calendario compromiso y más detalles y especificaciones de la estrategia de marketing.
- Se tiene contemplado un periodo de una semana para producción.
- El tiempo ideal para obtener óptimos resultados es de un mes mínimo y 6 meses como máximo.

## Especificaciones:



- La presente cotización tiene una vigencia de dos meses a partir de la fecha.
- No se incluyen compras de dominios, hospedaje web o ningún tipo de registro de derechos.
- UdeG Virtual deberá entregar insumos originales de diseño en caso de necesitarse y facilitar todos los accesos a redes sociales y dominios (para subir las Landing Pages).
- Si durante el proceso, cambiase el alcance acordado en este proyecto, de modo que requiera un mayor nivel de esfuerzo y tiempo para su desarrollo, se aumentará sus honorarios y modificará los plazos comprometidos de entrega de acuerdo a los nuevos requerimientos. Asimismo, en el caso contrario, donde el alcance del proyecto sea reducido y consecuentemente el nivel de esfuerzo sea menor, los honorarios disminuirán en proporción a esa disminución.
- Las fechas de pago serán acordadas en el cronograma de actividades. **Este presupuesto incluye IVA**
- Nos comprometemos a guardar absoluta confidencialidad de la información recibida por el cliente.
- Se cederán los derechos de las propuestas de página y gráficos autorizados por el cliente y no de otras alternativas desarrolladas.
- El cliente es responsable de registros de marca y todos los aspectos legales que se deriven de este proyecto.
- En caso de cancelación definitiva del proyecto por parte del cliente, éste se obligará a cubrir el importe del avance desarrollado hasta el momento de la cancelación.





## Sistema de Universidad Virtual

### Marketing online: Campaña de pautas en Google AdWords y Facebook/Instagram

Gracias por la oportunidad de participar con ustedes en la creación de una estrategia publicitaria en plataformas digitales que tendrá como propósitos:

1. Promover los programas de posgrados
2. Posicionar al SUV en el entorno digital
3. Promover el periodo de inscripciones

#### Propuesta:

1. Para establecer una presencia en internet es necesaria una página web que se muestre de manera orgánica en buscadores; entre los beneficios están:

- Incrementa el nivel de confianza en los consumidores.
- Otorga información relevante como menú, horarios de atención, etc.
- Indexa palabras clave para aparecer en distintas combinaciones de búsqueda (optimización SEO)
- Coloca en mejor posición al negocio en plataformas como Maps y Google my Business

2. La audiencia que buscamos impactar está en redes sociales. Para lograr más ventas (visitas), es necesario persuadirlos con campañas que:

- Contenga contenidos creativos y relevantes
- Tengan una adecuada estrategia de pautas (segmentación)

#### Estrategia Google AdWords

Para garantizar un excelente desempeño de la página web en el momento en el cual los usuarios hacen una búsqueda en la red, proponemos un conjunto de acciones que optimicen el alcance en internet permitiéndonos dar seguimiento a los leads en cada etapa del proceso de compra y de interacción con la página web. Esta parte representa la clave para garantizar la conversión de los usuarios y sucede en dos momentos:

- Set up inicial -

Estudio analítico inicial (analytics, UTM, marketing de contenido, semántica, palabras clave)

Redacción de *Key Performance Indicators* en base al resultado de estos estudios.

Diseño de estrategia, propuesta de *set up* inicial de las herramientas de optimización y seguimiento.

Definiremos las páginas de conversión y modelos de atribución de valor a cada una de esta.

Configuraremos un panel de reporte que arrojará los datos de manera personalizada.

- Running Project -

Administración/optimización de la inversión SEM

Reportes

3. Se presentarán cuatro reportes de rendimiento. Los momentos de su generación y entrega se decidirán en el plan de trabajo. Dichos reportes incluirán los recibos otorgados por las plataformas en cada periodo.

#### Incluye:

1 plan maestro/calendario

10 Landing Page

20 publicaciones pautadas en Facebook (copywriting + arte gráfico)

5 anuncios en Google AdWords

5 anuncios de Red de Display

1 reportes de rendimiento

**No incluye:**

Community Management

Adecuaciones o creación de páginas web

Generación de contenidos web o social media en cualquier formato no contemplados dentro de la presente cotización

Material fotográfico, ilustraciones, renders o multimedia

**Duración del proyecto:** tres meses (mínimo indispensable)**Cotización**

DESCRIPCIÓN	Cantidad	Costo	TOTAL
Fee mensual Social Media Strategy, producción y publicación	3	2,000.00	6,000.00
Landing page (programación + diseño + hosting)	10	8,000.00	80,000.00
Insumos de diseño gráfico	20	1,200.00	24,000.00
Pauta publicitaria aplicable a Facebook	3	5,000.00	15,000.00
Fee mensual por gestión y estrategia de Google	3	\$ 2,000.00	6,000.00
Pauta publicitaria aplicable a Google	3	\$ 5,000.00	15,000.00
<b>Subtotal</b>			<b>146,000.00</b>
IVA sobre el total de servicios	1	\$ 23,360.00	23,360.00
<b>Total - MXN</b>			<b>\$ 169,360.00</b>

**Forma de pago: 50% contra entrega de plan maestro/ 50% al término del proyecto**

**Especificaciones:**

- La presente cotización tiene una vigencia de dos meses a partir de la fecha.
- No se incluyen compras de dominios, hospedaje web o ningún tipo de registro de derechos.
- Si durante el proceso, cambiase el alcance acordado en este proyecto, de modo que requiera un mayor nivel de esfuerzo y tiempo para su desarrollo, CTK aumentará sus honorarios y modificará los plazos comprometidos de entrega de acuerdo a los nuevos requerimientos. Asimismo, en el caso contrario, donde el alcance del proyecto sea reducido y consecuentemente el nivel de esfuerzo sea menor, los honorarios disminuirán en proporción a esa disminución.
- Las fechas de pago serán acordadas en el cronograma de actividades.
- Los costos presentados no consideran ningún proceso de ilustración, digitalización en alta resolución o impresiones, así como generación de prototipos, *dummies* o *renders* para visualización 3D o simulación física de cualquier elemento del producto.
- Cualquier supervisión de material extra (fotografía, impresión, producción etc.) causará el 15% de comisión sobre lo facturado al proveedor por el trabajo en cuestión.
- CTK se compromete a manejar absoluta confidencialidad de la información recibida por el cliente.
- CTK cederá los derechos intelectuales solamente de las propuestas gráficas autorizadas por el cliente. Las demás alternativas desarrolladas, serán propiedad de CTK y mantendrá los derechos intelectuales y de autoría. No podrán ser utilizados por el cliente sin previa autorización escrita.
- El cliente es responsable de registros de marca y todos los aspectos legales que se deriven de este proyecto.
- En caso de cancelación definitiva del proyecto por parte del cliente, éste se obligará a cubrir el importe del avance desarrollado hasta el momento de la cancelación.

47

Directora comercial

[www.ctkcomunica.com](http://www.ctkcomunica.com) @

48

49

# Creato Connect<sup>®</sup>



CLIENTE

 UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA  
El alma y el corazón

 UDGVIRTUAL<sup>™</sup>

## Diseño de sitio web

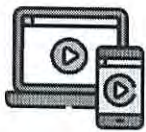
Creamos sitios web que despiertan interés en los consumidores, desarrollados con altos estándares de diseño y gráficos interactivos y tecnología avanzada que podrás visualizar en cualquier dispositivo. Algunas de las ventajas de contar con un sitio web a la medida incluyen:



**POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES**  
Permite que mejore el posicionamiento en los resultados de los buscadores de internet a través de palabras clave



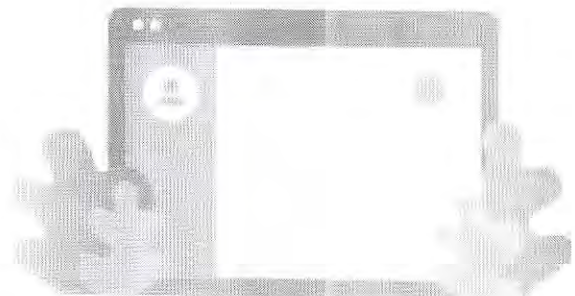
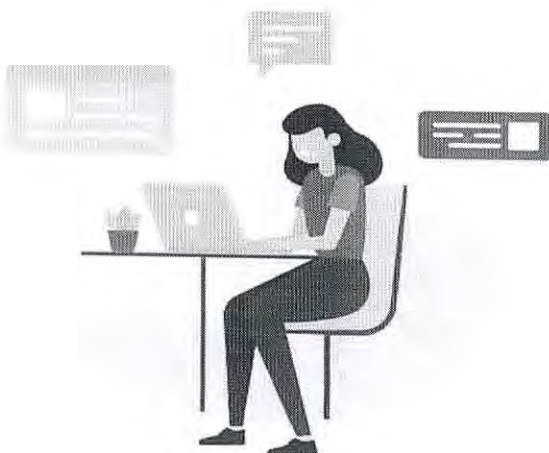
**EXPANSIÓN A NUEVOS MERCADOS**  
Alcanza a tu mercado objetivo con un sitio funcional y presencia en medios digitales



**PUBLICIDAD DE TUS SERVICIOS**  
Conéctate con nuevos clientes mediante un sitio que incluya información clave de tu negocio



**CONTAR CON PRESENCIA EN LINEA**  
Atrae más clientes con una página a la medida que ayude a los usuarios a encontrar lo que ofreces

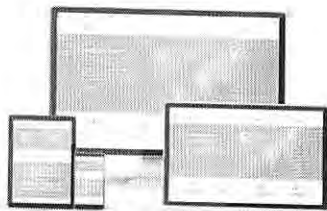


**Producto**

**Descripción**

**Cantidad**

**Precio**



DISEÑO DE LANDING PAGE

Desarrollo de sitio web con hasta 1 sección (Landing Page) y diseño optimizado para visualización responsiva en dispositivos móviles. Diseño de ilustraciones y animaciones sencillas de acuerdo a la identidad de la marca. Presentación detallada de servicios y activación de formas de contacto con dirección a correo electrónico. Incluye integración con Google Analytics y configuración inicial para posicionamiento en internet.

1

\$9,550

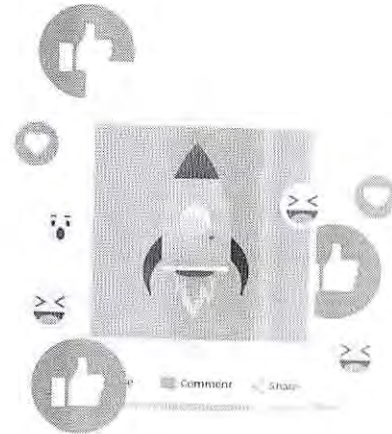
Total

\$9,550

**Términos y Condiciones**

En caso de requerir facturación precios mas IVA.  
 Esta cotización tiene una vigencia de 10 días hábiles.  
 Los precios incluyen hasta 3 rondas de revisiones.  
 Los precios son calculados como tarifa base, al agregar más características o servicios adicionales los precios pueden variar dependiendo la solicitud.  
 El servicio designado a los servidores y dominio para almacenar la información de la página web de los usuarios no están incluidos en el servicio de diseño de sitio web. La información, textos y contenido de la empresa deberán ser proporcionada y aprobada por el cliente antes de publicar la página.  
 Se necesita tener la información del sitio web antes de iniciar con el proyecto.  
 Esta cotización no considera el soporte posterior a la entrega del sitio web ni actualizaciones una vez concluido el proyecto.

La publicidad en Google mejora la visibilidad de una marca brindando diferentes beneficios al ser un canal de alto tráfico, donde se publican anuncios personalizados y contenido relevante para atraer nuevos prospectos y convertirlos en clientes. Algunas de las ventajas de contar con presencia en Google incluyen:



### MÁS VISITAS

Genera más visitas con anuncios en internet



### RECIBE MÁS LLAMADAS

Recibe más interacciones de prospectos interesados en tu marca mediante anuncios



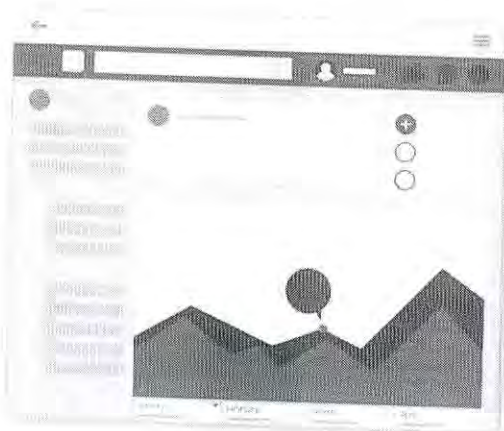
### ATRAE MÁS CLIENTES

Las publicaciones de anuncios permiten llegar a más prospectos



### RECONOCIMIENTO DE MARCA

Atrae más clientes a tu negocio con anuncios que permitan posicionarte en medios digitales en internet



Go gle

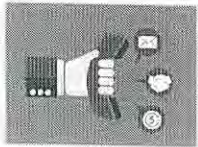
Dónde comprar café

Café recién hecho

Ad [www.ejemplo-de-negocio.com](http://www.ejemplo-de-negocio.com)

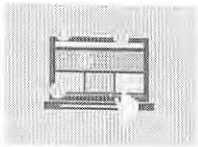
La mejor forma de empezar el día

## Algunos beneficios de presencia en medios digitales



### Más tráfico a tu sitio web

Una estrategia de presencia en Google bien orientada aumenta la visibilidad de la marca y el número de visitas a un sitio web.



### Alto índice de conversión

Una marca que cuenta con anuncios para prospectos cuando busquen productos o servicios específicos, concreta más fácilmente nuevos negocios, es decir, vende más.



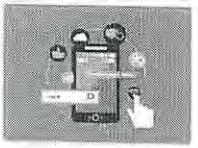
### Imagen de tu marca

La imagen de marca se beneficia y adquiere un mayor crecimiento, debido a que la empresa adquiere visibilidad a través de los anuncios digitales.



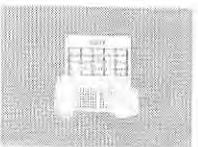
### Alcance

El uso de una mejor presencia en buscadores de internet está creciendo constantemente, por lo cual este medio es una forma importante de impactar una gran cantidad de personas.



### Difusión


El marketing digital es una de las estrategias más efectivas y accesibles para negocios.



### Recopilación de datos y prospectos

Contar con una estrategia y planeación de publicidad en Google es una excelente manera de recopilar información acerca de prospectos interesados en tu servicio o producto.



Producto	Descripción	Cantidad	Precio
 Dónde comprar café Café recién hecho <a href="http://www.compra-de-cafe.com">www.compra-de-cafe.com</a> Última forma de empresa: LLC	Diseño de estrategia y configuración de campaña publicitaria en Google, basada en el análisis inicial de necesidades y mercado objetivo del cliente. Creación de los anuncios para la promoción y difusión en Google. Optimización y monitoreo continuo de la campaña y reporte mensual de la actividad generada al mes. Incluye cuota de manejo de campaña.	1	\$5,500
PUBLICIDAD EN GOOGLE		Precio Mensual	\$5,500

Términos y Condiciones

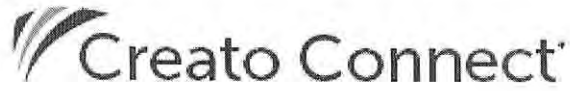
En caso de requerir facturación precios más IVA  
 Esta cotización tiene una vigencia de 10 días hábiles  
 Los precios son calculados como tarifa base; al agregar más características o servicios adicionales los precios pueden variar dependiendo de la actividad  
 Se necesita contar con un sitio web activo y funcional antes de iniciar con el proyecto.

Cliente  
UDG VIRTUAL  
Av. La Paz No. 2453, Col. Arcos Sur, C.P.  
44130

No. de cotización 1215188-TX  
Fecha 18/09/2020  
IVA JAL / MX

Descripción	Precio Unitario	Cantidad	Precio
Diseño de Landing Page	\$9,550	8	\$76,400
IVA			\$12,224
<b>Precio Total</b>			<b>\$88,624</b>

Descripción	Precio Unitario Mensual	Cantidad	Precio
Publicidad en Google	\$5,500	8	\$44,000
IVA			\$7,040
<b>Precio Mensual</b>			<b>\$51,040</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$139,664</b>



Brand Identity

delivering professional brands

Web Design

connecting companies with their customers

Video Production

creativity and innovation in motion

Marketing

driving innovation that powers growth

Graphic Design

a professional visual strategy

Online Advertising

connecting the right people at the right time

Social Media

reach new customers and grow your brand

MARKETING STRATEGY & DESIGN

Creato

Connect

- 1.- 7 palabras y 2 cifras numéricas, correspondientes al Domicilio, eliminadas con fundamento en el artículo 21 párrafo 1, fracción I de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios; además del lineamiento Quincuagésimo Octavo fracción I de los Lineamientos Generales para la Protección de la Información Confidencial y Reservada que Deberán Observar los Sujetos Obligados Previstos en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios y el artículo 3 punto 1, fracción IX de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de Jalisco y sus Municipios, en virtud de que se trata de información concerniente a datos personales.
- 2, 6 y 22.- 1 cifra alfanumérica, correspondiente al RFC, eliminada con fundamento en el artículo 21 párrafo 1, fracción I de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios; además del lineamiento Quincuagésimo Octavo fracción I de los Lineamientos Generales para la Protección de la Información Confidencial y Reservada que Deberán Observar los Sujetos Obligados Previstos en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios y el artículo 3 punto 1, fracción IX de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de Jalisco y sus Municipios, en virtud de que se trata de información concerniente a datos personales.
- 3, 25, 28, 31, 34, 37, 40, 43, 46, 48, 52, 55, 58, 61, 64 y 67.- 1 palabra, correspondiente al Correo Electrónico, eliminada con fundamento en el artículo 21 párrafo 1, fracción I de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios; además del lineamiento Quincuagésimo Octavo fracción I de los Lineamientos Generales para la Protección de la Información Confidencial y Reservada que Deberán Observar los Sujetos Obligados Previstos en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios y el artículo 3 punto 1, fracción IX de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de Jalisco y sus Municipios, en virtud de que se trata de información concerniente a datos personales.
- 4, 10, 24, 27, 30, 33, 36, 39, 42, 45, 51, 54, 57, 60, 63 y 66.- 1 cifra numérica, correspondientes al Número Telefónico, eliminada con fundamento en el artículo 21 párrafo 1, fracción I de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios; además del lineamiento Quincuagésimo Octavo fracción I de los Lineamientos Generales para la Protección de la Información Confidencial y Reservada que Deberán Observar los Sujetos Obligados Previstos en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios y el artículo 3 punto 1, fracción IX de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de Jalisco y sus Municipios, en virtud de que se trata de información concerniente a datos personales.
- 5.- 1 firma y 3 palabras, eliminadas con fundamento en el artículo 21 párrafo 1, fracción I de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios; además del lineamiento Quincuagésimo Octavo fracción I de los Lineamientos Generales para la Protección de la Información Confidencial y Reservada que Deberán Observar los Sujetos Obligados Previstos en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios y el artículo 3 punto 1, fracción IX de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de Jalisco y sus Municipios, en virtud de que se trata de información concerniente a datos personales.
- 7.- 9 palabras y 2 cifras numéricas, correspondientes al Domicilio, eliminadas con fundamento en el artículo 21 párrafo 1, fracción I de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios; además del lineamiento Quincuagésimo Octavo fracción I de los Lineamientos Generales para la Protección de la Información Confidencial y Reservada que Deberán Observar los Sujetos Obligados Previstos en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios y el artículo 3 punto 1, fracción IX de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de Jalisco y sus Municipios, en virtud de que se trata de información concerniente a datos personales.
- 8.- 1 cifra numérica, correspondiente al Código Postal, eliminada con fundamento en el artículo 21 párrafo 1, fracción I de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios; además del lineamiento Quincuagésimo Octavo fracción I de los Lineamientos Generales para la Protección de la Información Confidencial y Reservada que Deberán Observar los Sujetos Obligados Previstos en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios y el artículo 3 punto 1, fracción IX de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de Jalisco y sus Municipios, en virtud de que se trata de información concerniente a datos personales.
- 9.- 1 palabra, correspondiente a la población, eliminada con fundamento en el artículo 21 párrafo 1, fracción I de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios; además del lineamiento Quincuagésimo Octavo fracción I de los Lineamientos Generales para la Protección de la Información Confidencial y Reservada que Deberán Observar los Sujetos Obligados Previstos en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios y el artículo 3 punto 1, fracción IX de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de Jalisco y sus Municipios, en virtud de que se trata de información concerniente a datos personales.

11, 18, 19, Y 20.- 01 cifra alfanumérica, correspondiente a Datos Fiscales, eliminada con fundamento en el artículo 21 párrafo 1, fracción I de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios; además del lineamiento Quincuagésimo Octavo fracción VI de los Lineamientos Generales para la Protección de la Información Confidencial y Reservada que Deberán Observar los Sujetos Obligados Previstos en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios y el artículo 3 punto 1, fracción IX de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de Jalisco y sus Municipios, en virtud de que se trata de información concerniente a datos personales.

12 y 21.- 1 cifra numérica, correspondiente a Datos Fiscales, eliminada con fundamento en el artículo 21 párrafo 1, fracción I de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios; además del lineamiento Quincuagésimo Octavo fracción VI de los Lineamientos Generales para la Protección de la Información Confidencial y Reservada que Deberán Observar los Sujetos Obligados Previstos en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios y el artículo 3 punto 1, fracción IX de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de Jalisco y sus Municipios, en virtud de que se trata de información concerniente a datos personales.

13 y 16.- 1 palabra, correspondiente a Datos Bancarios, eliminada con fundamento en el artículo 21 párrafo 1, fracción I de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios; además del lineamiento Quincuagésimo Octavo fracción VI de los Lineamientos Generales para la Protección de la Información Confidencial y Reservada que Deberán Observar los Sujetos Obligados Previstos en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios y el artículo 3 punto 1, fracción IX de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de Jalisco y sus Municipios, en virtud de que se trata de información concerniente a datos personales.

14 y 15.- 1 cifra numérica, correspondiente a Datos Bancarios, eliminada con fundamento en el artículo 21 párrafo 1, fracción I de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios; además del lineamiento Quincuagésimo Octavo fracción VI de los Lineamientos Generales para la Protección de la Información Confidencial y Reservada que Deberán Observar los Sujetos Obligados Previstos en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios y el artículo 3 punto 1, fracción IX de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de Jalisco y sus Municipios, en virtud de que se trata de información concerniente a datos personales.

17.- 1 QR eliminado con fundamento en el artículo 21 párrafo 1, fracción I de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios; además del lineamiento Quincuagésimo Octavo fracción VI de los Lineamientos Generales para la Protección de la Información Confidencial y Reservada que Deberán Observar los Sujetos Obligados Previstos en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios y el artículo 3 punto 1, fracción IX de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de Jalisco y sus Municipios, en virtud de que se trata de información concerniente a datos personales.

49.- 2 palabras, correspondiente a la población, eliminadas con fundamento en el artículo 21 párrafo 1, fracción I de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios; además del lineamiento Quincuagésimo Octavo fracción I de los Lineamientos Generales para la Protección de la Información Confidencial y Reservada que Deberán Observar los Sujetos Obligados Previstos en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios y el artículo 3 punto 1, fracción IX de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de Jalisco y sus Municipios, en virtud de que se trata de información concerniente a datos personales.

50, 53, 56, 59, 62 y 65.- 5 palabras y 2 cifras numéricas, correspondientes al Domicilio, eliminadas con fundamento en el artículo 21 párrafo 1, fracción I de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios; además del lineamiento Quincuagésimo Octavo fracción I de los Lineamientos Generales para la Protección de la Información Confidencial y Reservada que Deberán Observar los Sujetos Obligados Previstos en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios y el artículo 3 punto 1, fracción IX de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de Jalisco y sus Municipios, en virtud de que se trata de información concerniente a datos personales.