



Gobierno de Tierra del Fuego
Antártida e Islas del Atlántico Sur
República Argentina



Requerimiento de Presupuesto Original **Ejercicio: 2019**

USHUAIA, 25 de Julio de 2019

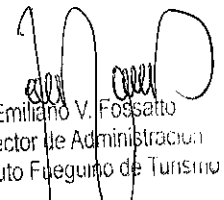
Tipo de Contratacion: Compra Directa Nro 00059

Casa Comercial:

Domicilio Comercial:

Lugar de Entrega de los Efectos: MAR DEL PLATA

| Reng | Descripcion Insumo | Cantidad | Precio | Importe |
|------|--|----------|--------|---------|
| 001 | <p>Campañas publicitarias c/agencia Mar del Plata Sr. Comerciante: Al efectuar la presentación de su presupuesto, deberá tener en cuenta, según corresponda; y a fin de no ver desestimada su propuesta: Valor unitario COMPUTANDO COMO MAXIMO DOS(2) DECIMALES y por cantidad; plazo de vigencia de la oferta; plazo de entrega; beneficios que ofrezca por cantidad o pago contado; y concretar la oferta en papel membretado con sello de la empresa, firmado por persona con capacidad de representar a la firma. DEBERA PRESENTAR ADJUNTO A LA PROPUESTA, CERTIFICADO DE CUMPLIMIENTO FISCAL Y CERTIFICADO PROTDF. CONTEMPLAR LA ENTREGA EN TIERRA DEL FUEGO SIN IVA Y CON COSTO DE ENVIO.DE CORRESPONDER</p> | 1.00 | | |


Emiliano V. Fosatto
Director de Administración
Instituto Fuego de Turismo
RESOLUCIÓN INFUETUR
N° 788, 2019

Forma de Pago: CHEQUE AL DIA BTF, O TRANSF. 30 DIAS PRESENTACION FACTURA

Lugar presentación de la oferta: IN.FUE.TUR. C.A.B.A. C PELLEGRINI 1259

Fecha presentación de la oferta: 02 de Agosto de 2019

Hora presentación de la oferta: 12:00hs.

Plazo de Entrega: INMEDIATA

Validez de la Oferta: 30 DIAS HABLES



PROVINCIA DE TIERRA DEL FUEGO,
ANTARTIDA E ISLAS DEL ATLANTICO SUR
• REPUBLICA ARGENTINA •



Instituto Fueguino
de Turismo

ANEXO I – DISPOSICIÓN D.G.A. y F. N° 55 /2019

.- Público objetivo: hombres/mujeres – 30/35 años - NSE – A-B-C1 C2.

.- Tipos de consumidores:

.- Viajeros Solitarios: profesionales y emprendedores independientes, soleteros, que buscan experiencias diferentes y exclusivas (B-C1-C2).

.- Viajeros Grupales: familias o grupos de afinidad que buscan experiencias determinadas: centros de esquí, navegación, pesca (B-C1).

.- Viajeros específicos: individuos que pretenden experiencias selectivas como pesca deportiva, turismo de estancias, viajes a la Antártida (A-B).

.- Implementación de la campaña: digital en pantallas Led Indoor y Outdoor.

.- Pueden incluirse: cartelera con dimensiones considerables o circuitos en papel con medidas a definir.

.- SPOT publicitarios / PTN en radios o televisión y/o avisos gráficos.

.- MESES: AGOSTO y SEPTIEMBRE.

.- Circuitos recomendados:

.- AV. COLON – AV. GÜEMES – RODRIGUEZ PEÑA – AV. ALEM.

.- CIRCUITO PASEO ALDREY - ZONA SHOPPING LOS GALLEGOS – AV. PEDRO LURO.

.- CIRCUITOS COSTANERA desde TORREÓN DEL MONJE HACIA EL SUR – PLAYA VARESE – PLAYA GRANDE – PUERTO.

• vsk : y/o



Lic. Lucía Pérez
Directora Gral de Adm. y Fin.
Instituto Fueguino de Turismo

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

Emiliano V. Rossetto
Director de Administración
Instituto Fueguino de Turismo

LAS ISLAS MALVINAS, GEORGIAS Y SÁNDWICH DEL SUR SON Y SERÁN ARGENTINAS