



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 00058

Casa Comercial:

Domicilio Comercial:

Lugar de Entrega de los Efectos: ~~CORDOBA~~

Reng	Descripcion Insumo	Cantidad	Precio	Importe
------	--------------------	----------	--------	---------

001	Campaña publicitaria Publico Directo Ciudad de Córdoba Según Anexo Adjunto 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	1.00		
-----	--	------	--	--

Emiliano V. Pichichini
Director de Administración
Instituto Fuegoño de Turismo

RESOLUCIÓN IN.FUE.TUR

Nº 719, 2019

Forma de Pago: CHEQUE AL DIA BTF, O TRANSFERENCIA 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 HABILES



PROVINCIA DE TIERRA DEL FUEGO,
ANTÁRTIDA E ISLAS DEL ATLÁNTICO SUR
REPUBLICA ARGENTINA



Instituto Fueguino
de Turismo

ANEXO I – DISPOSICIÓN D.G.A. y F. N° 54 /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: cartelería 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:

- CIRCUITO AV. BOULEVARD SAN JUAN – AV. HIPÓLITO YRIGOYEN – PLAZA ESPAÑA – ARTERIAS CENTRALES NUEVA CÓRDOBA.

- CIRCUITO AV. BOULEVARD SAN JUAN – AV. HIPÓLITO YRIGOYEN – AV. POETA LUGONES – AV. AMBROSIO OLMOS – BV. CHACABUCO – AV. PUEYRREDÓN – PPLAZA ESPAÑA – PARQUE SARMIENTO.

- CIRCUITOS BARRIALES NUEVA CÓRDOBA – CERRO DE LAS ROSAS – CAÑADA – CAMINO AEROPUERTO AMBROSIO TARAVELLA.

• wle : y/o



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

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

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