



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



Requerimiento de Presupuesto Original

Ejercicio: 2018

USHUAIA, 10 de Mayo de 2018

Tipo de Contratacion: Compra Directa Nro 00019

Casa Comercial:

Domicilio Comercial:

Lugar de Entrega de los Efectos: Instituto Fuegoino de Turismo - Hernando de Magallanes 292 1º Piso C - Ushuaia

Reng	Descripcion Insumo	Cantidad	Precio	Importe
001	<p>Cotizar: SEGÚN ANEXO I ADJUNTO DE RESOLUCION 250/18.-In.Fue.Tur. Contratación de UNA(1) empresa para llevar a cabo la promoción turística de Tierra del Fuego, A.e I.A.S. en Europa, a través del apoyo a la comercialización, capacitación y ventas de viajes y acciones de prensa, relaciones públicas y marketing digital. Período: DOCE(12) meses. 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>	12.00		

Juan Ramón VERA
Jefe Departamento Compras
In. Fue. Tur.
D.N.I.: 23.913.448
Santiago del Estero 2346

Forma de Pago: CHEQUE BTF AL DÍA, 30 DÍAS ENTREGADA LA FACTURA

Lugar presentación de la oferta: Hernando de Magallanes 292 1º Piso C - In.Fue.Tur. - Ushuaia

Fecha presentación de la oferta: 16 de Mayo de 2018

Hora presentación de la oferta: 12:00hs.

Plazo de Entrega: INMEDIATA

Validez de la Oferta: 30 Días Hábiles

ANEXO I - RESOLUCIÓN IN.FUE.TUR. N°

250

/18.-

Especificaciones técnicas:

- 1) Enfoque en los siguientes públicos:
 - Intermediadores y operadores turísticos, agencias de viaje online, agentes de viaje, aerolíneas;
 - Medios de comunicación especializados en turismo del trade y de viaje;
 - Público final (consumidor);
 - Prescriptores del sector turístico (influencers, miembros de asociaciones turísticas, organismos turísticos, etc);
- 2) Acciones de apoyo a la comercialización, capacitación y ventas de viajes:
 - Proveer de información de los mercados: intermediarios, operadores, aerolíneas, medios de comunicación;
 - Reuniones, conversaciones telefónicas y emailing con operadores turísticos y agentes de viajes del mercado europeo para estimular las ventas de viajes a la provincia;
 - Lograr la incorporación de los productos de la Provincia en los catálogos on line y off line de los operadores turísticos y agentes de viaje;
 - Asesoramiento acerca de la mejor forma de crear ofertas adaptadas a las necesidades del mercado europeo, teniendo en cuenta la conectividad aérea, los presupuestos limitados, etc.;
 - Educación y capacitación al canal de comercialización a través de capacitaciones virtuales y presenciales;
 - Organización de campañas de emailing y envío de newsletters con información actualizada sobre la oferta de la Provincia;
 - Apoyo y colaboración para la implementación de acciones cooperadas con agentes del sector turístico;
 - Coordinación de Fam Tours;
 - Reportes mensuales de acciones desarrolladas con el Comercio.
- 3) Acciones de Prensa, Relaciones Públicas y marketing digital:
 - Redacción, traducción y envío de comunicados de prensa periódicos sobre la provincia y sus novedades y ofertas a los medios de comunicación europeos;
 - Creación de una carpeta de prensa con información sobre la oferta y productos que la Provincia brinda al turista y envío a todos los contactos de agencias, con especial foco en los medios especializados en viajes y turismo, tanto online como offline;
 - Recopilación de noticias publicadas en prensa sobre la Provincia y su competencia y generación de informes periódicos de clipping con valoración cualitativa y cuantitativa;
 - Gestión de entrevistas en medios de comunicación con las autoridades del Instituto;
 - Asesoramiento acerca de los periodistas más relevantes de cada región, para colaborar en el armado de press trips al destino y posterior seguimiento de las informaciones publicadas en los medios;
 - Desarrollo de oportunidades de promoción, eventos, publicidad, etc. en los mercados europeos;
 - Dinamización en redes sociales: twitter, facebook, instagram, youtube, etc.;
 - Incremento de las visitas al portal de ventas del Instituto;
 - Reportes mensuales de acciones desarrolladas con los medios de comunicación.

In.Fue.Tur.

Lic. Luis A. CASTELLI
PRESIDENTE

Instituto Fueguino de Turismo

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