ADENDA N° 2

LICITACION PUBLICA NACIONAL Nº 01/2014, "CAMAPAÑA DE TURISMO INTERNO 2014/2015"

Asunción, 25 de noviembre de 2014.

Señores
OFERENTES
Presente

La Unidad Operativa de Contrataciones de la Secretaria Nacional de Turismo, de conformidad a lo establecido en el (art. 22, Ley 2051/03), procede a efectuar modificaciones al PLIEGO DE BASES Y CONDICIONES ESTANDAR PARA SUBASTA A LA BAJA ELECTRÓNICA de la citada licitación en las siguientes SECCIONES III, V y VI Formulario N° 3, las cuales quedan redactadas de la siguiente manera:

SECCION III
REQUISITOS DE LOS BIENES Y/O SERVICIOS REQUERIDOS

1. Especificaciones Técnicas

DETALLES DE LA CAMPAÑA:

Creación: Se deberá crear un slogan cuyo mensaje represente el eje central de la campaña, y del cual se deberán desprender los mensajes según ejes temáticos definidos por Senatur.

Objetivos: Generar mediante esta campaña un interés personal de los ciudadanos de ver, mostrar, conocer y experimentar todas las posibilidades turísticas de nuestro país.

ESTRATEGIAS DE ACTUACION:
En el aspecto creativo se presentarán estrategias de actuación para desarrollar la campaña y la propuesta de diseño basada en los soportes publicitarios a ser utilizados: prensa escrita, revistas, prensa on line, publicidad en televisión, acciones BTL (below the line), acciones de relacionamiento con la prensa PR, cartelería, redes sociales, aplicaciones para Iphone Ipod, activaciones dinámicas en vía pública, ferias móviles, etc.

Servicio de Relaciones Públicas:

- El licitante que resulte ganador presentará una estrategia de relaciones públicas con los medios de prensa (diarios, canales de televisión, revistas) definidos en esta campaña.
- Adecuación de una estrategia global de relaciones públicas, un plan de trabajo general.
- Divulgación de información a través de los medios electrónicos y medios impresos, sobre la riqueza, actividades de la SENATUR, diversidad y fortalezas de la oferta turística acentuando los factores diferenciados.
- Monitoreo de medios electrónicos y medios impresos, así como la cuantificación del valor publicitario.
- Ejecución de oportunidades promocionales conforme criterios de la convocante o recomendaciones propias, viajes de familiarización y atención a situaciones de contingencia.

El costo del Plan de Medios será presupuestado y aprobado previo a su emisión.
La Campaña de Publicidad además de la compra e inserción en los medios que se mencionan en el presente pliego de bases y condiciones, deberá incluir la realización de una campaña publicitaria de promoción de turismo interno, que comprenderá la producción de diferentes piezas

C.P. RICHAR JAVIER LEAL S.
Jefe Interino UOC
Secretaría Nacional de Turismo

publicitarias y elementos que se utilizarán en la referida campaña, en base a los ejes definidos por la SENATUR los cuales se irán detallando a continuación:

INSERTO PUBLICITARIO (DOMINGO)						
Sub Ítem	Descripción	Unidad de Medida*	Cantidad mínima	Cantidad máxima	Precio unitario (IVA incluido)	Precio Total Máximo (IVA incluido)
MEDIO ABC COLOR						
1	Folleto de 24 páginas - Proveído por SENATUR	Unidad	20.000	40.000		
MEDIO ÚLTIMA HORA						
2	Folleto de 24 páginas - Proveído por SENATUR	Unidad	15.000	30.000		
MEDIO LA NACION						
3	Folleto de 24 páginas - Proveído por SENATUR	Unidad	10.000	20.000		
Total (Precio total máximo)						

Observación: El inserto publicitario debe realizarse por única vez un domingo de diciembre del año 2014.

PRODUCCIÓN DE SPOT COMERCIAL PARA TV Y PANTALLAS LEDS						
Sub Ítem	Descripción	Unidad de Medida	Cantidad mínima	Cantidad máxima	Precio Unitario (IVA Incluido)	Precio Total Máximo (IVA Incluido)
4	Producción de spot comercial para TV de hasta 30 segundos.	Unidad	5	10		
5	Utilizando la producción del spot comercial para TV de 30 segundos reducir cada uno hasta 10 segundos para pantallas leds.	Unidad	5	10		
Total (Precio total máximo)						

Producción Audiovisual:

El oferente deberá COTIZAR 10 SPOTS DE 30 SEGUNDOS Y 10 SPOTS REDUCCION DE 10 SEGUNDOS, conforme a las siguientes especificaciones.

Elaboración: Spot TV con placa SENATUR, editado a partir de los materiales e información proveída por la SENATUR.

La empresa adjudicada deberá realizar la producción integra del spot, donde se incluya la filmación de los lugares turísticos a definir con Senatur, con contratación de personas/modelos según segmentos de familia, jóvenes, otros.

Producción de comercial de TV de hasta 30 segundos y reducción de cada uno de hasta 10 segundos. **Utilizando como escenarios para la producción los siguientes departamentos**: ITAPUA, ALTO PARANA, CANINDEYU, CORDILLERA, CENTRAL, CHACO - PANTANAL, PARAGUARI, MISIONES, CONCEPCION, ÑEEMBUCU, ASUNCION, AMAMBAY, GUAIRA, CAAZAPA.

La SENATUR no proveerá ningún tipo de material para realización del comercial.

PLAZO DE ENTREGA DE MATERIALES:

Se deberá realizar la primera entrega de las artes gráficas y el primer spot temático a los quince días a partir del momento de la primera reunión técnica entre SENATUR y la empresa adjudicada,

C.P. RICHAR JAVIER LEAL S.
Jefe Interino - UOC
Secretaría Nacional de Turismo

y de ahí en adelante se fijará con los técnicos de la SENATUR un calendario de entrega de cada material, que deberá cumplirse según lo establecido en el calendario.

La producción deberá incluir la vestimenta adecuada al tema del spot, alquiler de elementos de aventura, turismo rural, turismo fluvial y pesca, turismo gastronómico, cultural, naturaleza, barrios temáticos, otros.

El oferente deberá realizar la edición y Post producción para televisión según los ejes temáticos definidos por SENATUR, previa confección del guion creativo entre la convocante y la adjudicada.

La propuesta deberá ser presentada a la Senatur para su aprobación.
El oferente presentara su oferta de costo por segundo considerando las diferentes tarifas de acuerdo a segmentos horarios de cada medio ofertado (discriminar horarios rotativos y dentro de programas específicos).
Los materiales para la televisión tendrán una duración de 30' acorde a los requerimientos técnicos que permitan la adecuada transmisión del mensaje.
La publicidad de los materiales debe estar pautada en horarios de interés general que apunten al público meta, de acuerdo al Plan de Medios, presentado por el Oferente determinados por las referencias marcadas por los niveles de audiencia proveídos por las empresas especializadas en mediciones.

La edición y post producción incluye:
Edición de 10 Spots Temáticos de 30" para televisión y 10 spots de 10 segundos para pantallas leds.

Imágenes: La empresa adjudicada deberá realizar las filmaciones de los lugares turísticos a ser promovidos en la campaña.

Musicalización: La empresa adjudicada deberá incluir en sus costos la compra de la/las músicas para los spots.

LA COTIZACION DEBE INCLUIR A CARGO DEL OFERENTE:
Filmaciones de los distintos escenarios turísticos a definir por Senatur
Contratación de personas/modelos para cada eje temático y elementos para cada actividad, como ser: Barcos, carretas, caballos, gastronómicos, etc.
Estudio de Grabación sonora
Redacción de guión
Locución y Voz en Off
Postproducción de audio
Edición y postproducción de videos
Derechos de autor de las músicas seleccionadas
Post producción (gráficas, títulos, zócalos, etc.)

Para la realización de los servicios la SENATUR proveerá la información institucional necesaria y solicitará a la Agencia contratada la realización del material instructivo o informativo, especificando en qué canal se efectuarán las publicaciones y su frecuencia.
La Agencia contratada deberá elaborar el presupuesto respectivo de acuerdo a los precios cotizados, y remitirá a la convocante para la autorización de emisión.

FORMATO DE ENTREGA DEL MATERIAL FINAL
Se deberá entregar una copia original a cada canal de difusión audiovisual especificado en este pliego en formato exigido por cada canal, y otra a la SENATUR en formato Full HD 1080p. 24 fps. con frecuencia de audio 48000 hz. Preferentemente en .avi, .h264 o .mov (prores 444 o 422).
Observación: La empresa ganadora deberá contratar a una productora especialista en materiales audiovisuales de alta calidad que será chequeada por Senatur para su aprobación.

C.P. RICHAR JAVIER LEAL S.
Jefe Interino - UOC
Secretaría Nacional de Turismo

En relación a los derechos de autor de las piezas publicitarias, la SENATUR será la propietaria de todo el banco audiovisual no editado (filmaciones en bruto), y de los spots editados tanto para televisión como para las pantallas leds.
Las filmaciones deberán realizarse íntegramente en alta resolución, sistema HD.
Los mismos podrán ser utilizados en el mercado nacional e internacional según objetivos y acciones de promoción de la SENATUR, incluyendo la Redes sociales, canales de internet como You Tube, etc.

Las diferentes piezas y elementos creativos gráficos y audiovisuales, serán propiedad de la SENATUR, y la SENATUR tendrá los derechos para la utilización de los mismos en otros medios publicitarios y materiales de promoción turística en cualquier momento que así lo disponga, incluso luego del término de la campaña.

PUBLICACIONES EN PRENSA TELEVISIVA						
Sub Ítem	Descripción	Unidad de Medida*	Cantidad mínima	Cantidad máxima	Precio unitario (IVA incluido)	Precio Total Máximo (IVA incluido)
PUBLICACIONES EN PRENSA TELEVISIVA						
CANAL - RED GUARANÍ						
6	Horario de 05:45 a 08:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
7	Horario de 11:30 a 13:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
8	Horario de 19:00 a 24:00 Spot	Segundo/Aire	333	666		
CANAL 4 – TELEFUTURO						
9	Horario de 05:45 a 08:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
10	Horario de 11:30 a 13:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
11	Horario de 19:00 a 24:00 Spot	Segundo/Aire	333	666		
CANAL 5 – PARAVISIÓN						
12	Horario de 05:45 a 08:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
13	Horario de 11:30 a 13:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
14	Horario de 19:00 a 24:00 Spot	Segundo/Aire	333	666		
CANAL 9 - TV CERRO CORA						
15	Horario de 05:45 a 08:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
16	Horario de 11:30 a 13:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
17	Horario de 19:00 a 24:00 Spot	Segundo/Aire	333	666		
CANAL 11 - LA TELE						
18	Horario de 05:45 a 08:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
19	Horario de 11:30 a 13:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
20	Horario de 19:00 a 24:00 Spot	Segundo/Aire	333	666		
CANAL 13 - RPC						
21	Horario de 05:45 a 08:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
22	Horario de 11:30 a 13:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
23	Horario de 19:00 a 24:00 Spot	Segundo/Aire	333	666		
UNICANAL						
24	Horario de 05:45 a 08:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
25	Horario de 11:30 a 13:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
26	Horario de 19:00 a 24:00 Spot	Segundo/Aire	333	666		
TELEVISIÓN PUBLICA						
27	Horario de 05:45 a 08:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
28	Horario de 11:30 a 13:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
29	Horario de 19:00 a 24:00 Spot	Segundo/Aire	333	666		
TELEVISIÓN CANAL 7 (CIUDAD DEL ESTE)						
30	Horario de 05:45 a 08:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
31	Horario de 11:30 a 13:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
32	Horario de 19:00 a 24:00 Spot	Segundo/Aire	333	666		
TELEVISIÓN PUBLICA (CANAL SUR TV ITAPUA)						
33	Horario de 05:45 a 08:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
34	Horario de 11:30 a 13:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
35	Horario de 19:00 a 24:00 Spot	Segundo/Aire	333	666		
Total (Precio total máximo)						

C.P. RICHAR JAVIER LEAL S.
Jefe Interino - UOC
Secretaría Nacional de Turismo

Los spot producidos en el ítem anterior se deberán publicar en los siguientes canales de difusión audiovisual

Canal 2 Red Guaraní, Canal 4 Telefuturo, Canal 5 Paravisión, Canal 9 TV Cerro Cora, Canal 11 La Tele, Canal 13 RPC, Unicanal , Televisión Pública, Televisión Canal 7 (Ciudad del Este), Televisión Pública (Canal Sur TV Itapua) y pantallas LED en vía pública.

Cotización: Spot TV – precio por segundos en los siguientes horarios.

05:45 a 08:30 hs am

11:30 a 13:30 hs am

19:00 a 24:00 hs pm

Cantidad de segundos: 20.000 segundos (veinte mil segundos).

PRODUCCIÓN VISUAL: IMAGENES FOTOGRÁFICAS						
Sub Ítem	Descripción	Unidad de Medida	Cantidad mínima	Cantidad máxima	Precio Unitario (IVA Incluido)	Precio Total Máximo (IVA Incluido)
36	Producción de imágenes fotográficas	Unidad	100	200		
Total (Precio total máximo)						

Producción Fotográfica:

Realización de imágenes fotográficas en base a los ejes temáticos de la producción audiovisual, Utilizando como escenarios para la producción los siguientes departamentos: ITAPUA, ALTO PARANA, CANINDEYU, CORDILLERA, CENTRAL, CHACO - PANTANAL, PARAGUARI, MISIONES, CONCEPCION, ÑEEMBUCU, ASUNCION, AMAMBAY, GUAIRA, CAAZAPA.

OBSERVACION: En relación a los derechos de autor de las piezas publicitarias, la SENATUR será la propietaria de todo el banco de imágenes producidas para la campaña.
Las mismos podrán ser utilizadas en el mercado nacional e internacional según objetivos y acciones de promoción de la SENATUR, incluyendo la Redes sociales, stand en ferias nacionales, ferias internacionales, artículos en revistas nacionales e internacionales, etc.

PANTALLAS LEDS						
Sub Ítem	Descripción	Unidad de Medida	Cantidad mínima	Cantidad máxima	Precio unitario (IVA incluido)	Precio Total Máximo (IVA incluido)
37	Avda. Aviadores del Chaco	Unidad	1	1		
38	Avda. San Martín y República Argentina	Unidad	1	1		
39	Avda. Mcal. López	Unidad	1	2		
40	Avda. España	Unidad	1	2		
41	Encarnación/ Ciudad del Este	Unidad	1	2		
Total (Precio total máximo)						

Cotización: Incluir impresión digital, estructura, montaje, iluminación más arrendamiento de espacio donde colocar. **Duración en la vía pública:** 3 meses. **Ubicación:** Asunción, Encarnación, Ciudad del Este.

Spots para pantallas leds: De la misma producción se deberán realizar 10 spots de 10 segundos para las pantallas leds en vía pública.

CARTELERÍA VIA PÚBLICA EN EL INTERIOR DEL PAÍS						
Sub Ítem	Descripción	Unidad de Medida*	Cantidad mínima	Cantidad máxima	Precio unitario (IVA	Precio Total Máximo (IVA incluido)

C.P. RICHAR JAVIER LEAL S.
Jefe Interino - UOC
Secretaría Nacional de Turismo

					incluido)	
42	Resolución: de 700 a 1440 dpi - Material: en tela vinílica - Medidas: 7 x 4 mt.	Unidad	5	10		
Total (Precio total máximo)						

Cotización: Incluir impresión digital, estructura, montaje, iluminación, desplazamiento al interior del país más arrendamiento de espacio donde colocar. Duración en la vía pública: 3 meses. Ubicación: Concepción, Paraguarí, Encarnación, Ciudad del Este, Minga Guazú, Villarrica, Caacupé, San Bernardino, Saltos del Guaira, Pedro Juan Caballero.

La SENATUR determinará los lugares donde se instalarán los carteles gráficos, y seleccionará las pantallas LED a utilizar, en Asunción, Gran Asunción e interior del país.

ACCIONES BTL O ACTIVACIONES (BELOW THE LINE)						
Sub Ítem	Descripción	Unidad de Medida	Cantidad mínima	Cantidad máxima	Precio Unitario (IVA Incluido)	Precio Total Máximo (IVA Incluido)
43	**Activaciones varias:** Camiones pantallas led, motovalllas, letras corpóreas, carnavales en Guaira y Encarnación, Montaje de actividades de aventura • Montaje de ferias gastronómicas • Montaje de un stand móvil para eventos	Unidad	3	5		
44	Activaciones en calles, costanera de Asunción y Encarnación, San Bernardino, en ferias de turismo interno.	Unidad	3	5		
45	Confección de backpodium	Unidad	2	4		
Total (Precio total máximo)						

DESCRIPCION: Se entiende por acciones BTL, aquellas acciones que no son masivas, es decir son ideas únicas y originales que causan alto impacto en el público, y que se realizan en poca cantidad y no en forma masiva.

El oferente deberá presentar propuestas de acciones alternativas, acciones en shoppings: Mcal. López, Del Sol, Pinedo, Mariano, (mesa de informaciones), etc.

ACTIVACIONES:

- Letras corpóreas del slogan de la campaña de turismo interno
- Backpodium
- Montaje de actividades de aventura
- Montaje de ferias gastronómicas
- Montaje de un stand móvil para eventos

SOCIAL MEDIA						
Sub Ítem	Descripción	Unidad de Medida	Cantidad mínima	Cantidad máxima	Precio Unitario (IVA Incluido)	Precio Total Máximo (IVA Incluido)
46	Diseño y desarrollo de pestañas en Facebook (Botón, link, imagen estática, video)	Unidad	1	1		
47	Diseño y desarrollo de aplicaciones en Facebook- Twitter, y otros (Formulario, slide show, SMS, Chat	Unidad	1	1		

P. RICHAR JAVIER LEAL S.
Jefe Interino - UOC
Secretaría Nacional de Turismo

	Online, etc...)					
48	Diseño y desarrollo de Juegos interactivos	Unidad	1	1		
49	Diseño y desarrollo de aplicaciones Facebook- Twitter, y otros (Mapa interactivo, buscadores, suscripción, descarga, etc.)	Unidad	1	1		
Total (Precio total máximo)						

- **Social Media Managment – Senatur**

Asesoría, Conceptualización, Ejecución, Administración, y Medición de 1(una) Campaña ***Online*** de turismo interno que contempla lo siguiente:

- Hotsite de la Campaña.
- Rediseño de perfiles de Facebook, Twitter y Youtube adaptados al KV de la campaña.
- Pautas online.
- Desarrollo de banners en flash para pauta online.
- Estrategia de comunicación en las siguientes redes sociales:
  - Facebook
  - Twitter
  - Youtube
- Creación de perfil y Estrategia en Pinterest e Instagram con Banco de Imagen propio.
- Materiales necesarios para la buena difusión de la campaña.
- Se deberá prever acciones de Redes Sociales para la participación de SENATUR en la EXPO MARIANO ROQUE ALONSO 2015.

PUBLICACION PRENSA ESCRITA						
Sub Ítem	**Descripción**	**Unidad de Medida**	**Cantidad mínima**	**Cantidad máxima**	**Precio Unitario (IVA Incluido)**	**Precio Total Máximo (IVA Incluido)**
PUBLICACION DE LUNES A SÁBADO						
Publicación (MEDIO - ABC Color)						
50	6 columnas X 17, 5 cm. indeterminada full color	Unidad	5	10		
Publicación (MEDIO - ULTIMA HORA)						
51	6 columnas X 17, 5 cm. indeterminada full color	Unidad	5	10		
Publicación (MEDIO - LA NACION)						
52	6 columnas X 17, 5 cm. indeterminada full color	Unidad	5	10		
Publicación (MEDIO - DIARIO ADN)						
53	6 columnas X 17, 5 cm. indeterminada full color	Unidad	5	10		
PUBLICACION REVISTA SABADO						

C.P. RICHAR JAVIER LEAL S.
Jefe Interino - UOC
Secretaría Nacional de Turismo

Publicación (MEDIO - ULTIMA HORA)						
54	Página Completa Ind. full color	Unidad	5	10		
Publicación (MEDIO - ABC Color)						
55	Página Completa indeterminada full color	Unidad	5	10		
PUBLICACION REVISTA DOMINGO						
Publicación (MEDIO - ABC COLOR)						
56	Página Completa indeterminada full color	Unidad	5	10		
Publicación (MEDIO - ULTIMA HORA)						
57	Página Completa indeterminada full color	Unidad	5	10		
Publicación (MEDIO - LA NACION)						
58	Página Completa indeterminada full color	Unidad	5	10		
Total (Precio total máximo)						

PUBLICACION (REVISTAS VARIAS)						
Sub Ítem	Descripción	Unidad de Medida*	Cantidad mínima	Cantidad máxima	Precio unitario (IVA incluido)**	Precio Total Máximo (IVA incluido)**
REVISTA A LA CARTA						
59	Página completa indeterminada, full color	Unidad	1	3		
REVISTA LEVEL						
60	Página completa indeterminada, full color	Unidad	1	3		
REVISTA DEL PINEDO SHOPPING						
61	Página completa indeterminada, full color	Unidad	1	3		
REVISTA CHECK IN						
62	Página completa indeterminada, full color	Unidad	1	3		
Total (Precio total máximo)						

Publicaciones en medios impresos: Diarios y Revistas

La empresa adjudicada deberá presentar los originales (layouts) gráficos para diarios y revistas en formatos AI (adobe illustrator), y JPG en alta calidad 300 DPI.

La SENATUR proveerá para el diseño las fotografías que se requieran.

Publicaciones on line

Realización de diferentes formatos publicitarios para su inserción en prensa on line de los periódicos: PNG 72 DPI, SWF, JPG 72 DPI.

OBSERVACIONES:

- La empresa adjudicada deberá presentar un informe impreso y en formato digital, detallando el plan de medios en forma mensual a la Senatur, con copia de los originales gráficos y audiovisuales en los formatos descriptos más arriba.
- Todos los materiales realizados, tanto gráficos como audiovisuales, deberán mantener una estética uniforme que corresponda a la imagen que se desee proyectar con la campaña.
- La empresa adjudicada deberá presentar un informe de resultado de la inversión ROI al finalizar la misma.

PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA ASUNCIÓN

C.P. RICHAR JAVIER LEAL S.
Jefe Interino - UOC
Secretaría Nacional de Turismo

2. Plan de Entregas de Bienes (NO APLICA)

3. Plan de Entregas (Servicios)

La prestación del servicio de parte del proveedor deberá ser **entregado** como máximo dentro de los 5 (Cinco) días hábiles luego de la recepción de las Órdenes de Servicios, se aclara a los oferentes que las Órdenes de Servicio se emitirán de acuerdo a las necesidades requeridas por la Dirección Marketing Turístico, hasta completar la totalidad de los sub ítems establecidos en el presente Pliego de Bases y Condiciones.

4.Planos o Diseños (NO APLICA)

C.P. RICHAR JAVIER LEAL S.
Jefe Interino - UOC
Secretaría Nacional de Turismo

Sección V

Modelo de Contrato N° _____

Entre la Secretaría Nacional de Turismo - SENATUR, domiciliada en Palma 468 c/ 14 de Mayo, República del Paraguay, representada para este acto por Marcela Bacigalupo, con Cédula de Identidad N° 618.781, denominada en adelante la CONTRATANTE, por una parte, y, por la otra, la firma _____, domiciliada en _____, República del Paraguay, representada para este acto por _____, con Cédula de Identidad N° _____, denominada en adelante el PROVEEDOR, denominadas en conjunto "LAS PARTES" e, individualmente, "PARTE", acuerdan celebrar el presente ***"CAMPAÑA DE TURISMO INTERNO 2014/2015"*** el cual estará sujeto a las siguientes cláusulas y condiciones:

1. OBJETO.

Constituye el objeto del presente Contrato, establecer las obligaciones y los derechos de las partes contratantes con relación al llamado por Licitación Pública Nacional (MODALIDAD DE SUBASTAALA BAJA ELECTRONICA) N° 01/2014 para la " ***CAMPAÑA DE TURISMO INTERNO 2014/2015"***.

2. DOCUMENTOS INTEGRANTES DEL CONTRATO.

Los documentos contractuales firmados por las partes y que forman parte integral del Contrato son los siguientes:

(a) Contrato;

(b) El Pliego de Bases y Condiciones y sus Adendas o modificaciones;

(c) Las Instrucciones al Oferente (IAO) y las Condiciones Generales del Contrato (CGC) publicadas en el portal de Contrataciones Públicas;

(d) La oferta del Proveedor;

(e) La resolución de adjudicación del Contrato emitida por la Contratante y su respectiva notificación;

Los documentos que forman parte del Contrato deberán considerarse mutuamente explicativos; en caso de contradicción o diferencia entre los documentos que forman parte integral del Contrato, la prioridad de los mismos será en el orden enunciado anteriormente.

3. IDENTIFICACIÓN DEL CRÉDITO PRESUPUESTARIO PARA CUBRIR EL COMPROMISO DERIVADO DEL CONTRATO.

El crédito presupuestario para cubrir el compromiso derivado del presente Contrato está previsto conforme al siguiente detalle:

[Tabla]

C.P. RICHAR JAVIER LEAL S.
Jefe Interino DGC
Secretaría Nacional de Turismo

Año	T.P.	Programa	Sub Programa	Proyecto	Objeto de Gasto	F.F.	O.F.	Departamento	Monto
2014	*2*	*14*	*1*	*0*	*260*	*30*	*1*	*99*	
2015									

Esta contratación está incluida en el Plan Anual de Contrataciones (PAC) con el ID Nº 284110.

4. PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN

El presente Contrato es el resultado del procedimiento de la Licitación Pública Nacional por la modalidad de Subasta a la Baja Electrónica N° 01/2014, convocado por la *Secretaria Nacional de Turismo*. La adjudicación fue realizada según acto administrativo N°_____

5. PRECIO UNITARIO Y EL IMPORTE TOTAL A PAGAR POR LOS BIENES y/o SERVICIOS.

							Fecha:_____ LPN No: 01/2014		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ítem*	Código Catalogo*	Descripción del Bien*	Marca**	Procedencia**	Unidad de Medida*	Presentación*	Cantidad*	Precio unitario (IVA incluido)**	Precio Total (IVA incluido)**
1	82101801 - 001	SERVICIOS DE AGENCIA PUBLICITARIA	NO APLICA	NO APLICA	unidad	SERVICIO	1	indicar	indicar
TOTAL IVA INCLUIDO									

Observación: Se aclara a los oferentes, que para la cotización del servicio en el SICP, deberán tener en cuenta el desglose de los Sub Ítems correspondientes a las actividades a realizar (con precio unitario de cada sub ítem para uso interno de la contratante).

INSERTO PUBLICITARIO (DOMINGO)						
Sub Ítem	**Descripción**	**Unidad de Medida***	**Cantidad mínima**	**Cantidad máxima**	**Precio unitario (IVA incluido)**	**Precio Total Máximo (IVA incluido)**
MEDIO ABC COLOR						
1	Folleto de 24 páginas - Proveído por SENATUR	Unidad	20.000	40.000		
MEDIO ÚLTIMA HORA						
2	Folleto de 24 páginas - Proveído por SENATUR	Unidad	15.000	30.000		
MEDIO LA NACION						
3	Folleto de 24 páginas - Proveído por SENATUR	Unidad	10.000	20.000		
Total (Precio total máximo)						

PRODUCCIÓN DE SPOT COMERCIAL PARA TV Y PANTALLAS LEDS						
Sub ítem	**Descripción**	**Unidad de Medida**	**Cantidad mínima**	**Cantidad máxima**	**Precio Unitario (IVA Incluido)**	**Precio Total Máximo (IVA Incluido)**
4	Producción de spot comercial para TV de hasta 30 segundos.	Unidad	5	10		

C.P. RICHAR JAVIER LEAL S.
Jefe Interino - UOC
Secretaría Nacional de Turismo

5	Utilizando la producción del spot comercial para TV de 30 segundos reducir cada uno hasta 10 segundos para pantallas leds.	Unidad	5	10		
Total (Precio total máximo)						

PUBLICACIONES EN PRENSA TELEVISIVA						
Sub Ítem	**Descripción**	**Unidad de Medida***	**Cantidad mínima**	**Cantidad máxima**	**Precio unitario (IVA incluido)**	**Precio Total Máximo (IVA incluido)**
PUBLICACIONES EN PRENSA TELEVISIVA						
CANAL - RED GUARANÍ						
6	Horario de 05:45 a 08:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
7	Horario de 11:30 a 13:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
8	Horario de 19:00 a 24:00 Spot	Segundo/Aire	333	666		
CANAL 4 – TELEFUTURO						
9	Horario de 05:45 a 08:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
10	Horario de 11:30 a 13:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
11	Horario de 19:00 a 24:00 Spot	Segundo/Aire	333	666		
CANAL 5 – PARAVISIÓN						
12	Horario de 05:45 a 08:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
13	Horario de 11:30 a 13:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
14	Horario de 19:00 a 24:00 Spot	Segundo/Aire	333	666		
CANAL 9 - TV CERRO CORA						
15	Horario de 05:45 a 08:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
16	Horario de 11:30 a 13:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
17	Horario de 19:00 a 24:00 Spot	Segundo/Aire	333	666		
CANAL 11 - LA TELE						
18	Horario de 05:45 a 08:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
19	Horario de 11:30 a 13:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
20	Horario de 19:00 a 24:00 Spot	Segundo/Aire	333	666		
CANAL 13 - RPC						
21	Horario de 05:45 a 08:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
22	Horario de 11:30 a 13:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
23	Horario de 19:00 a 24:00 Spot	Segundo/Aire	333	666		
UNICANAL						
24	Horario de 05:45 a 08:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
25	Horario de 11:30 a 13:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
26	Horario de 19:00 a 24:00 Spot	Segundo/Aire	333	666		
TELEVISIÓN PUBLICA						
27	Horario de 05:45 a 08:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
28	Horario de 11:30 a 13:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
29	Horario de 19:00 a 24:00 Spot	Segundo/Aire	333	666		
TELEVISIÓN CANAL 7 (CIUDAD DEL ESTE)						
30	Horario de 05:45 a 08:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
31	Horario de 11:30 a 13:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
32	Horario de 19:00 a 24:00 Spot	Segundo/Aire	333	666		
TELEVISIÓN PUBLICA (CANAL SUR TV ITAPUA)						
33	Horario de 05:45 a 08:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
34	Horario de 11:30 a 13:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
35	Horario de 19:00 a 24:00 Spot	Segundo/Aire	333	666		
Total (Precio total máximo)						

PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA
SECRETARÍA NACIONAL DE TURISMO

C.P. RICHAR JAVIER LEAL S.
Jefe Interino - UOC
Secretaría Nacional de Turismo

PRODUCCIÓN VISUAL: IMAGENES FOTOGRÁFICAS						
Sub Ítem	**Descripción**	**Unidad de Medida**	**Cantidad mínima**	**Cantidad máxima**	**Precio Unitario (IVA Incluido)**	**Precio Total Máximo (IVA Incluido)**
36	Producción de imágenes fotográficas	Unidad	100	200		
Total (Precio total máximo)						

PANTALLAS LEDS						
Sub Ítem	Descripción	Unidad de Medida	Cantidad mínima	Cantidad máxima	Precio unitario (IVA incluido)	Precio Total Máximo (IVA incluido)
37	Avda. Aviadores del Chaco	Unidad	1	1		
38	Avda. San Martín y República Argentina	Unidad	1	1		
39	Avda. Mcal. López	Unidad	1	2		
40	Avda. España	Unidad	1	2		
41	Encarnación/ Ciudad del Este	Unidad	1	2		
Total (Precio total máximo)						

CARTELERÍA VIA PÚBLICA EN EL INTERIOR DEL PAÍS						
Sub Ítem	Descripción	Unidad de Medida*	Cantidad mínima	Cantidad máxima	Precio unitario (IVA incluido)	Precio Total Máximo (IVA incluido)
42	Resolución: de 700 a 1440 dpi - Material: en tela vinílica - Medidas: 7 x 4 mt.	Unidad	5	10		
Total (Precio total máximo)						

ACCIONES BTL O ACTIVACIONES (BELOW THE LINE)						
Sub Ítem	**Descripción**	**Unidad de Medida**	**Cantidad mínima**	**Cantidad máxima**	**Precio Unitario (IVA Incluido)**	**Precio Total Máximo (IVA Incluido)**
43	**Activaciones varias:** Camiones pantallas led, motovalllas, letras corpóreas, carnavales en Guaira y Encarnación, Montaje de actividades de aventura • Montaje de ferias gastronómicas • Montaje de un stand móvil para eventos	Unidad	3	5		
44	Activaciones en calles, costanera de Asunción y Encarnación, San Bernardino, en ferias de turismo interno.	Unidad	3	5		
45	Confección de backpodium	Unidad	2	4		
Total (Precio total máximo)						

SOCIAL MEDIA						
Sub Ítem	**Descripción**	**Unidad de Medida**	**Cantidad mínima**	**Cantidad máxima**	**Precio Unitario (IVA Incluido)**	**Precio Total Máximo (IVA Incluido)**
46	Diseño y desarrollo de pestañas en Facebook (Botón, link, imagen	Unidad	1	1		

C.P. RICHAR JAVIER LEAL S.
Jefe Interino - UOC
Secretaría Nacional de Turismo

	estática, video)					
47	Diseño y desarrollo de aplicaciones en Facebook- Twitter, y otros (Formulario, slide show, SMS, Chat Online, etc...)	Unidad	1	1		
48	Diseño y desarrollo de Juegos interactivos	Unidad	1	1		
49	Diseño y desarrollo de aplicaciones Facebook- Twitter, y otros (Mapa interactivo, buscadores, suscripción, descarga, etc.)	Unidad	1	1		
Total (Precio total máximo)						

PUBLICACION PRENSA ESCRITA						
Sub Ítem	**Descripción**	**Unidad de Medida**	**Cantidad mínima**	**Cantidad máxima**	**Precio Unitario (IVA Incluido)**	**Precio Total Máximo (IVA Incluido)**
PUBLICACION DE LUNES A SÁBADO						
Publicación (MEDIO - ABC Color)						
50	6 columnas X 17, 5 cm. indeterminada full color	Unidad	5	10		
Publicación (MEDIO - ULTIMA HORA)						
51	6 columnas X 17, 5 cm. indeterminada full color	Unidad	5	10		
Publicación (MEDIO - LA NACION)						
52	6 columnas X 17, 5 cm. indeterminada full color	Unidad	5	10		
Publicación (MEDIO - DIARIO ADN)						
53	6 columnas X 17, 5 cm. indeterminada full color	Unidad	5	10		
PUBLICACION REVISTA SABADO						
Publicación (MEDIO - ULTIMA HORA)						
54	Página Completa Ind. full color	Unidad	5	10		
Publicación (MEDIO - ABC Color)						
55	Página Completa indeterminada full color	Unidad	5	10		
PUBLICACION REVISTA DOMINGO						
Publicación (MEDIO - ABC COLOR)						
56	Página Completa indeterminada full color	Unidad	5	10		
Publicación (MEDIO - ULTIMA HORA)						
57	Página Completa indeterminada full color	Unidad	5	10		
Publicación (MEDIO - LA NACION)						
58	Página Completa indeterminada full color	Unidad	5	10		
Total (Precio total máximo)						

C.P. RICHAR JAVIER LEAL S.
Jefe Interino - UOC
Secretaría Nacional de Turismo

PUBLICACION (REVISTAS VARIAS)						
Sub Ítem	Descripción	Unidad de Medida*	Cantidad mínima	Cantidad máxima	Precio unitario (IVA incluido)**	Precio Total Máximo (IVA incluido)**
REVISTA A LA CARTA						
59	Página completa indeterminada, full color	Unidad	1	3		
REVISTA LEVEL						
60	Página completa indeterminada, full color	Unidad	1	3		
REVISTA DEL PINEDO SHOPPING						
61	Página completa indeterminada, full color	Unidad	1	3		
REVISTA CHECK IN						
62	Página completa indeterminada, full color	Unidad	1	3		
Total (Precio total máximo)						

Total: *[sumatoria]*

El monto total del presente contrato asciende a la suma de:_____

El Proveedor se compromete a proveer los Bienes a la Contratante y a subsanar los defectos de éstos de conformidad a las disposiciones del Contrato.

La Contratante se compromete a pagar al Proveedor como contrapartida del suministro de los bienes y servicios y la subsanación de sus defectos, el Precio del Contrato o las sumas que resulten pagaderas de conformidad con lo dispuesto en las Condiciones Especiales del Contrato (CEC).

6. VIGENCIA DEL CONTRATO

El plazo de vigencia de este Contrato es desde la firma del contrato hasta el 31 de Diciembre del 2015.

7. PLAZO, LUGAR Y CONDICIONES DE LA PROVISIÓN DE BIENES.

Los Servicios deben ser entregados dentro de los plazos establecidos en el Cronograma de Entregas del Pliego de Bases y Condiciones, en la siguiente dirección; de acuerdo a instrucciones de la SENATUR.

8. ADMINISTRACIÓN DEL CONTRATO.

La administración del contrato estará a cargo de: Dirección de Administración en conjunto con la Dirección de Márketing de la Secretaria Nacional de Turismo.

9. FORMA Y TÉRMINOS PARA GARANTIZA EL CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO.

La garantía para el fiel cumplimiento del contrato se regirá por lo establecido en las Condiciones Generales y Especiales del Contrato, la cual se presentará a más tardar dentro de los 10 (días) calendarios siguientes a la firma del contrato. La garantía de fiel cumplimiento debe ser equivalente al 10% del monto total del contrato.-

C.P. RICHAR JAVIER LEAL S.
Jefe Interino
Secretaría Nacional de Turismo

10. MULTAS.

Las multas y otras penalidades que rigen en el presente contrato serán aplicadas conforme con las Condiciones Especiales y Generales del Contrato. Llegado al monto equivalente a la Garantía de Fiel Cumplimiento de Contrato, la Contratante podrá aplicar el procedimiento de rescisión de contratos de conformidad al Artículo 59 inc. c) de la Ley N° 2.051/03 "De Contrataciones Públicas", caso contrario deberá seguir aplicando el monto de las multas que correspondan.

La rescisión del contrato o la aplicación de multas por encima del porcentaje de la Garantía de Cumplimiento del Contrato deberá comunicarse a la DNCP a los fines previstos en el artículo 72 de la Ley N° 2051/03 "De Contrataciones Públicas".

11. CAUSALES Y PROCEDIMIENTO PARA SUSPENDER TEMPORALMENTE, DAR POR TERMINADO ANTICIPADAMENTE O RESCINDIR EL CONTRATO.

Las causales y el procedimiento para suspender temporalmente, dar por terminado en forma anticipada o rescindir el contrato, son las establecidas en la Ley N° 2.051/03, y en las Condiciones Generales y Especiales del Contrato (CGC y CEC).

12. SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS.

Cualquier diferencia que surja durante la ejecución de los Contratos se dirimirá conforme las reglas establecidas en la legislación aplicable y en las Condiciones Generales y Especiales del Contrato.

13. ANULACIÓN DE LA ADJUDICACIÓN

Si la Dirección Nacional de Contrataciones Públicas resolviera anular la adjudicación de la Contratación debido a la procedencia de una protesta o investigación instaurada en contra del procedimiento, y si dicha nulidad afectara al Contrato ya suscrito entre LAS PARTES, el Contrato o la parte del mismo que sea afectado por la nulidad quedará automáticamente sin efecto, de pleno derecho, a partir de la comunicación oficial realizada por la D.N.C.P., debiendo asumir LAS PARTES las responsabilidades y obligaciones derivadas de lo ejecutado del contrato.

EN TESTIMONIO de conformidad se suscriben 2 (dos) ejemplares de un mismo tenor y a un solo efecto en la Ciudad de _____ República del Paraguay al día_____ mes_____ y año_____.

Firmado por: *[indicar firma]* en nombre de la Contratante.
Firmado por: *[indicar la(s) firma(s)]* en nombre del Proveedor.

C.P. RICHAR JAVIER LEAL S.
Jefe Interino - UOC
Secretaría Nacional de Turismo

Sección VI.

FORMULARIO Nº 3

Formulario de Oferta

Fecha: [_____]
LPN SBE No.1/2014: [_____

A: __ (*Indicar nombre del Convocante y su dirección*) [_____]

Nosotros, los suscritos, declaramos que:

a) Hemos examinado y no tenemos objeción alguna a los Documentos de Licitación, incluyendo las Instrucciones a los Oferentes para Subasta a la Baja Electrónica (IAO.SBE) y las Condiciones Generales del Contrato para Subasta a la Baja Electrónica (CGC) aprobadas por la Dirección Nacional de Contrataciones Públicas y difundida en el Sistema de Información de las Contrataciones, y las Adendas publicadas.

b) Nuestra firma no está comprendida en las limitaciones o prohibiciones para contratar con el Estado en general y con esta Convocante en particular, establecidas en el artículo 40 de la Ley N° 2051/03.

c) Nos abstenemos de adoptar conductas orientadas a que los funcionarios o empleados del Convocante en el presente llamado, induzcan o alteren las exigencias del llamado, las evaluaciones de las propuestas, el resultado del procedimiento, la ejecución contractual u otros aspectos que pudieran otorgarnos condiciones más ventajosas con relación a los demás participantes, como por ejemplo, y de manera enunciativa y no limitativa, el soborno y la colusión.

d) Asumimos el compromiso de comunicar por medios fehacientes al Convocante, de manera inmediata a su surgimiento, cualquier alteración en la situación jurídica respecto de las citadas inhabilidades, dejando expresa constancia que independiente a esta situación, automáticamente resta eficacia y validez a la presente.

e) Declaramos que hemos verificado toda la documentación que compone nuestra oferta y conocemos el contenido de los mismos, incluso de aquellos gestionados por terceros para nosotros, y autorizamos a la Convocante a confirmar la información por nosotros suministrada en nuestra oferta, a través de cualquier fuente pública o privada de información.

f) Entendemos que esta oferta, junto con su debida aceptación por escrito incluida en la adjudicación y su notificación, constituirán una obligación contractual entre nosotros, hasta que el contrato formal haya sido perfeccionado por las partes.

g) Entendemos que la Convocante tiene el derecho de cancelar o declarar desierta la licitación, rechazar todas las ofertas en cualquier momento con anterioridad a la adjudicación del contrato, conforme con lo dispuesto en los artículos 30 y 31 de la Ley Nº 2051/03 de Contrataciones Públicas, sin que por ello incurra en responsabilidad alguna frente a los Oferentes.

h) Si nuestra oferta es aceptada, nos comprometemos a obtener una Garantía de

C.P. RICHAR JAVIER LEAL S.
Jefe Interino UOC
Secretaría Nacional de Turismo

Cumplimiento del Contrato de conformidad con la cláusula 17 de las CGC;

i) Nuestra oferta se mantendrá vigente por el período establecido en la cláusula 10.6 del Calendario de Eventos. Esta oferta nos obliga y podrá ser aceptada en cualquier momento hasta antes del término de dicho período.

j) Ofrecemos proveer los siguientes *[Bienes / Servicios]* de conformidad con los Documentos de la Licitación y de acuerdo con el Plan de Entregas y nos comprometemos a que estos *[Bienes / Servicios]* cumplan a cabalidad con las Especificaciones Técnicas y Requerimientos del Pliego de Bases y Condiciones, siendo el **precio de nuestra oferta el que se indica en la siguiente Lista de Precios:**

Lista de Precios

							Fecha: LPN No: 01/2014		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ítem*	Código Catalogo*	Descripción del Bien*	Marca**	Procedencia**	Unidad de Medida*	Presentación*	Cantidad*	Precio unitario (IVA incluido)**	Precio Total (IVA incluido)**
1	82101801 - 001	SERVICIOS DE AGENCIA PUBLICITARIA	NO APLICA	NO APLICA	unidad	SERVICIO	1	indicar	indicar
TOTAL IVA INCLUIDO									

Observación: Se aclara a los oferentes, que para la cotización del servicio en el SICP, deberán tener en cuenta el desglose de los Sub Ítems correspondientes a las actividades a realizar (con precio unitario de cada sub ítem para uso interno de la contratante).

INSERTO PUBLICITARIO (DOMINGO)						
Sub Ítem	**Descripción**	**Unidad de Medida***	**Cantidad mínima**	**Cantidad máxima**	**Precio unitario (IVA incluido)**	**Precio Total Máximo (IVA incluido)**
MEDIO ABC COLOR						
1	Folleto de 24 páginas - Proveído por SENATUR	Unidad	20.000	40.000		
MEDIO ÚLTIMA HORA						
2	Folleto de 24 páginas - Proveído por SENATUR	Unidad	15.000	30.000		
MEDIO LA NACION						
3	Folleto de 24 páginas - Proveído por SENATUR	Unidad	10.000	20.000		
Total (Precio total máximo)						

PRODUCCIÓN DE SPOT COMERCIAL PARA TV Y PANTALLAS LEDS						
Sub Ítem	**Descripción**	**Unidad de Medida**	**Cantidad mínima**	**Cantidad máxima**	**Precio Unitario (IVA Incluido)**	**Precio Total Máximo (IVA Incluido)**
4	Producción de spot comercial para TV de hasta 30 segundos.	Unidad	5	10		
5	Utilizando la producción del spot comercial para TV de 30 segundos reducir cada uno hasta 10 segundos para pantallas leds.	Unidad	5	10		
Total (Precio total máximo)						

C.P. RICHAR JAVIER LEAL S.
Jefe Interino - UOC
Secretaría Nacional de Turismo

PUBLICACIONES EN PRENSA TELEVISIVA						
Sub Ítem	Descripción	Unidad de Medida*	Cantidad mínima	Cantidad máxima	Precio unitario (IVA incluido)	Precio Total Máximo (IVA incluido)
PUBLICACIONES EN PRENSA TELEVISIVA						
CANAL - RED GUARANÍ						
6	Horario de 05:45 a 08:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
7	Horario de 11:30 a 13:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
8	Horario de 19:00 a 24:00 Spot	Segundo/Aire	333	666		
CANAL 4 – TELEFUTURO						
9	Horario de 05:45 a 08:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
10	Horario de 11:30 a 13:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
11	Horario de 19:00 a 24:00 Spot	Segundo/Aire	333	666		
CANAL 5 – PARAVISIÓN						
12	Horario de 05:45 a 08:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
13	Horario de 11:30 a 13:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
14	Horario de 19:00 a 24:00 Spot	Segundo/Aire	333	666		
CANAL 9 - TV CERRO CORA						
15	Horario de 05:45 a 08:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
16	Horario de 11:30 a 13:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
17	Horario de 19:00 a 24:00 Spot	Segundo/Aire	333	666		
CANAL 11 - LA TELE						
18	Horario de 05:45 a 08:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
19	Horario de 11:30 a 13:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
20	Horario de 19:00 a 24:00 Spot	Segundo/Aire	333	666		
CANAL 13 - RPC						
21	Horario de 05:45 a 08:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
22	Horario de 11:30 a 13:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
23	Horario de 19:00 a 24:00 Spot	Segundo/Aire	333	666		
UNICANAL						
24	Horario de 05:45 a 08:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
25	Horario de 11:30 a 13:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
26	Horario de 19:00 a 24:00 Spot	Segundo/Aire	333	666		
TELEVISIÓN PUBLICA						
27	Horario de 05:45 a 08:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
28	Horario de 11:30 a 13:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
29	Horario de 19:00 a 24:00 Spot	Segundo/Aire	333	666		
TELEVISIÓN CANAL 7 (CIUDAD DEL ESTE)						
30	Horario de 05:45 a 08:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
31	Horario de 11:30 a 13:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
32	Horario de 19:00 a 24:00 Spot	Segundo/Aire	333	666		
TELEVISIÓN PUBLICA (CANAL SUR TV ITAPUA)						
33	Horario de 05:45 a 08:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
34	Horario de 11:30 a 13:30 Spot	Segundo/Aire	333	666		
35	Horario de 19:00 a 24:00 Spot	Segundo/Aire	333	666		
Total (Precio total máximo)						

PRODUCCIÓN VISUAL: IMAGENES FOTOGRÁFICAS						
Sub Ítem	Descripción	Unidad de Medida	Cantidad mínima	Cantidad máxima	Precio Unitario (IVA Incluido)	Precio Total Máximo (IVA Incluido)
36	Producción de imágenes fotográficas	Unidad	100	200		
Total (Precio total máximo)						

C.P. RICHAR JAVIER LEAL S.
Jefe Interino UOC
Secretaría Nacional de Turismo

PANTALLAS LEDS						
Sub Ítem	Descripción	Unidad de Medida	Cantidad mínima	Cantidad máxima	Precio unitario (IVA incluido)	Precio Total Máximo (IVA incluido)
37	Avda. Aviadores del Chaco	Unidad	1	1		
38	Avda. San Martín y República Argentina	Unidad	1	1		
39	Avda. Mcal. López	Unidad	1	2		
40	Avda. España	Unidad	1	2		
41	Encarnación/ Ciudad del Este	Unidad	1	2		
Total (Precio total máximo)						

CARTELERÍA VIA PÚBLICA EN EL INTERIOR DEL PAÍS						
Sub Ítem	Descripción	Unidad de Medida*	Cantidad mínima	Cantidad máxima	Precio unitario (IVA incluido)	Precio Total Máximo (IVA incluido)
42	Resolución: de 700 a 1440 dpi - Material: en tela vinílica - Medidas: 7 x 4 mt.	Unidad	5	10		
Total (Precio total máximo)						

ACCIONES BTL O ACTIVACIONES (BELOW THE LINE)						
Sub Ítem	**Descripción**	**Unidad de Medida**	**Cantidad mínima**	**Cantidad máxima**	**Precio Unitario (IVA Incluido)**	**Precio Total Máximo (IVA Incluido)**
43	**Activaciones varias:** Camiones pantallas led, motovalllas, letras corpóreas, carnavales en Guaira y Encarnación, Montaje de actividades de aventura • Montaje de ferias gastronómicas • Montaje de un stand móvil para eventos	Unidad	3	5		
44	Activaciones en calles, costanera de Asunción y Encarnación, San Bernardino, en ferias de turismo interno.	Unidad	3	5		
45	Confección de backpodium	Unidad	2	4		
Total (Precio total máximo)						

SOCIAL MEDIA						
Sub Ítem	**Descripción**	**Unidad de Medida**	**Cantidad mínima**	**Cantidad máxima**	**Precio Unitario (IVA Incluido)**	**Precio Total Máximo (IVA Incluido)**
46	Diseño y desarrollo de pestañas en Facebook (Botón, link, imagen estática, video)	Unidad	1	1		
	Diseño y desarrollo de aplicaciones en Facebook-Twitter, y otros (Formulario, slide show, SMS, Chat Online, etc...)	Unidad	1	1		

C.P. RICHAR JAVIER LEAL S.
Jefe Interino - UOC
Secretaría Nacional de Turismo

48	Diseño y desarrollo de Juegos interactivos	Unidad	1	1		
49	Diseño y desarrollo de aplicaciones Facebook- Twitter, y otros (Mapa interactivo, buscadores, suscripción, descarga, etc.)	Unidad	1	1		
Total (Precio total máximo)						

PUBLICACION PRENSA ESCRITA						
Sub Ítem	**Descripción**	**Unidad de Medida**	**Cantidad mínima**	**Cantidad máxima**	**Precio Unitario (IVA Incluido)**	**Precio Total Máximo (IVA Incluido)**
PUBLICACION DE LUNES A SÁBADO						
Publicación (MEDIO - ABC Color)						
50	6 columnas X 17, 5 cm. indeterminada full color	Unidad	5	10		
Publicación (MEDIO - ULTIMA HORA)						
51	6 columnas X 17, 5 cm. indeterminada full color	Unidad	5	10		
Publicación (MEDIO - LA NACION)						
52	6 columnas X 17, 5 cm. indeterminada full color	Unidad	5	10		
Publicación (MEDIO - DIARIO ADN)						
53	6 columnas X 17, 5 cm. indeterminada full color	Unidad	5	10		
PUBLICACION REVISTA SABADO						
Publicación (MEDIO - ULTIMA HORA)						
54	Página Completa Ind. full color	Unidad	5	10		
Publicación (MEDIO - ABC Color)						
55	Página Completa indeterminada full color	Unidad	5	10		
PUBLICACION REVISTA DOMINGO						
Publicación (MEDIO - ABC COLOR)						
56	Página Completa indeterminada full color	Unidad	5	10		
Publicación (MEDIO - ULTIMA HORA)						
57	Página Completa indeterminada full color	Unidad	5	10		
Publicación (MEDIO - LA NACION)						
58	Página Completa indeterminada full color	Unidad	5	10		
Total (Precio total máximo)						

PUBLICACION (REVISTAS VARIAS)						
Sub Ítem	Descripción	Unidad de Medida*	Cantidad mínima	Cantidad máxima	Precio unitario (IVA incluido)**	Precio Total Máximo (IVA incluido)**
REVISTA A LA CARTA						
59	Página completa indeterminada, full color	Unidad	1	3		

C.P. RICHAR JAVIER LEAL S.
Jefe Interino - UOC
Secretaría Nacional de Turismo

REVISTA LEVEL						
60	Página completa indeterminada, full color	Unidad	1	3		
REVISTA DEL PINEDO SHOPPING						
61	Página completa indeterminada, full color	Unidad	1	3		
REVISTA CHECK IN						
62	Página completa indeterminada, full color	Unidad	1	3		
Total (Precio total máximo)						

Total: *[sumatoria]*

Firma: *[indicar el nombre completo de la persona cuyo nombre y calidad se indican]* En calidad de *[indicar la calidad jurídica de la persona que firma el Formulario de la Oferta]*

Nombre: *[indicar el nombre completo de la persona que firma el Formulario de la Oferta]*

El día _[_____]del mes [_____] del año[_____] *[indicar la fecha de la firma]*

Así mismo recordamos que las modificaciones y enmiendas realizadas formarán parte de las Especificaciones Técnicas del llamado y por consiguiente, serán de observación y aplicación por parte de los oferentes.

Atentamente.

PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA DEL PARAGUAY
SECRETARIA NACIONAL DE TURISMO
ASUNCION

C.P. Richar Javier Leal
Jefe Interino de la U.O.C.