



Exp. 21-00-23580

Universidad Nacional

de

Córdoba

República Argentina

Córdoba, 23 MAY 2000

VISTO:

La resolución n° 210/00 del H. Consejo Superior por la que se aprueba el Plan Global presentado por el Directorio de los Servicios de Radio y Televisión de esta Universidad y,

CONSIDERANDO:

Lo dispuesto en el artículo 3° del mencionado decisorio que delega en el suscrito la decisión de la modalidad a adoptar respecto a la asignación de fondos correspondientes a fin de contribuir al financiamiento del Plan de Reorganización Global presentado por el Directorio de los Servicios de Radio y Televisión de la Universidad Nacional de Córdoba;

La propuesta publicitaria del Directorio de los Servicios de Radio y Televisión de la Universidad Nacional de Córdoba de fecha 19 del actual.

Por ello,

EL RECTOR DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- Asignar la suma de pesos cien mil, mas IVA (\$ 100.000 más IVA), lo que hace un total de \$ 110.500.- (pesos ciento diez mil quinientos.), para ser aplicados a la compra de segundos en **TV 10**, **Universidad 580** y **FM Power**. Dichos segundos podrán ser utilizados indistintamente en cualquiera de los tres medios. El monto será distribuido de la siguiente manera:

a) Pesos Cincuenta mil más IVA (\$50.000 más IVA), lo que hace un total de Pesos Cincuenta y cinco mil doscientos cincuenta (\$ 55.250.-), para ser asignada a la alternativa 1 de la propuesta de los SRT S.A., de fecha 19 de mayo de 2000, que forma parte integrante de la presente.

b) Pesos Cincuenta mil más IVA (\$ 50.000 más IVA), lo que hace un total de Pesos Cincuenta y cinco mil doscientos cincuenta (\$ 55.250.-), para ser asignada a la alternativa 2 de la propuesta de los SRT S.A., de fecha 19 de mayo de 2000.




Universidad Nacional
de
Córdoba
República Argentina

Exp.

ARTICULO 2°.- Disponer que a través de la Secretaría de Administración se proceda al pago anticipado de los importes establecidos en el artículo precedente.

ARTÍCULO 3°.- Comuníquese y pase para su conocimiento y efectos a la Secretaría de Administración.

g


Ing. Agr. DANIEL E. DI GIUSTO
SECRETARIO GENERAL
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CORDOBA


PROF. DR. HUGO O. JURI
RECTOR
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CORDOBA

RESOLUCIÓN N°: 702 /



SEDE SRT Miguel de Mojica 1600 - B° Marqués de Sobremonte 5008 Córdoba - Argentina Tel.: (0351) 477-9000

Tel./Fax: 477-9043/52/59

GERENCIA COMERCIAL Rivera Indarte 170 - 1° piso 5000 Córdoba - Argentina Tel./Fax: (0351) 477-9090/91/92

CÓRDOBA, 19 DE MAYO DE 2000

SRES.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

P R E S E N T E

DE NUESTRA CONSIDERACIÓN:

POR LA PRESENTE NOS DIRIJIMOS A USTEDES A LOS FINES DE ADJUNTARLES ALTERNATIVAS DE CONVENIOS DE COMPRA DE SEGUNDOS EN TV10, UNIVERSIDAD 580 Y FM POWER. LOS MISMOS PODRÁN SER UTILIZADOS INDISTINTAMENTE EN CUALQUIERA DE LOS TRES MEDIOS.

• **ALTERNATIVA 1:**

LA VENTAJA DE ESTE CONVENIO ES QUE LA TARIFA QUE SE APLICARÁ SERÁ LA VIGENTE CON UN DESCUENTO DEL 40%, LO QUE SIGNIFICA OBTENER UN 66,66% MAS DE SEGUNDOS A EMITIR.

POR EJEMPLO SI TODO EL MONTO SE APLICA A LA COMPRA DE SEGUNDOS EN CRÓNICA 10 2° EDICIÓN A TARIFA VIGENTE DE \$30.- + I.V.A. A UN ANUNCIANTE DIRECTO LE CORRESPONDEN 3.333,33" DE PUBLICIDAD EN DICHO PROGRAMA; A TRAVÉS DE ESTE CONVENIO A LA UNIVERSIDAD LE CORRESPONDERÍAN 5.555,55" ES DECIR UN 66,66% MÁS DE SEGUNDOS.

ADEMÁS CUENTA CON LA VENTAJA DE PODER ELEGIR LA UBICACIÓN DENTRO DE LOS CORTES PUBLICITARIOS, LO QUE SE DENOMINA "CABEZA DE TANDA" O CIERRE DE LA MISMA QUE HABITUALMENTE SE COTIZA CON UN 30% DE RECARGO.

• **ALTERNATIVA 2:**

EN ESTA ALTERNATIVAS LOS SEGUNDOS DE CUALQUIERA DE LOS TRES MEDIOS TIENEN UN VALOR OBTENIDO DE PROMEDIAR EL COSTO DE CADA UNO DE LOS PROGRAMAS A LO LARGO DE TODA LA PROGRAMACIÓN (TV10 \$16.- + I.V.A. - UNIVERSIDAD 580 \$3.- + I.V.A. - FM POWER \$1.- + I.V.A.).

LA UBICACIÓN DE LA PUBLICIDAD EN ESTE CASO VA DISTRIBUÍDA PROPORCIONALMENTE A LO LARGO DE LA PROGRAMACIÓN DE CUALQUIERA DE LOS TRES MEDIOS TAMBIÉN GOZA DE UN DESCUENTO DEL 40%

COMO EJEMPLO, PARA TV10 A TARIFA VIGENTE SIN DESCUENTOS AL MONTO DE COMPRA LE CORRESPONDERÍAN 6.250". CON EL DESCUENTO OTORGADO EN EL CONVENIO, LE CORRESPONDERÁN 10.417", ES DECIR UN 66,66% MÁS DE RENDIMIENTO.

EN CONSECUENCIA LA DIFERENCIA ENTRE UN CONVENIO Y EL OTRO ES QUE EN EL PRIMERO LA PUBLICIDAD TIENE UBICACIÓN DIFERENCIADA Y EN EL SEGUNDO SE DISTRIBUYE PROPORCIONALMENTE A LO LARGO DE CADA PROGRAMACIÓN.

SIN OTRO PARTICULAR NOS DESPEDIMOS DE USTEDES MUY ATENTAMENTE.

MULTIMEDIO S.R.T. S.A.