

ANEXO I

PLIEGO DE BASES Y CONDICIONES

I-CARATULA

LICITACION PÚBLICA Nº 01-2024

ORDENANZA

OBJETO: Contratación de una Agencia Integral de Marketing y Medios para el Ente Mixto de Promoción Turística de Bariloche (EMPROTUR) por un período de doce (12) meses con opción a prórroga por un plazo igual o fracción menor.

PRESUPUESTO OFICIAL ESTIMADO: Pesos total \$252.212.712.- (IVA incluido) conforme ajuste clausula 17 para Marketing y Publicidad y de hasta \$500.000.000 (IVA incluido) para medios digitales y tradicionales. (on line y off line)

CONSULTAS: Los oferentes que tuvieran dudas, podrán formular consultas o aclaraciones ante el Emprotur Bariloche por mail a licitaciones@barilocheturismo.gob.ar, hasta dos (2) días antes de la fecha de apertura de las propuestas, no admitiéndose con posterioridad ningún tipo de pedido.

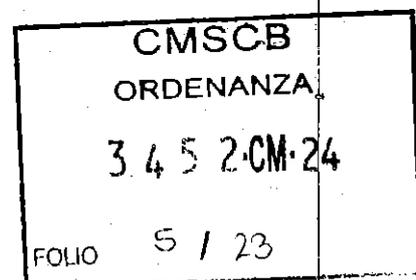
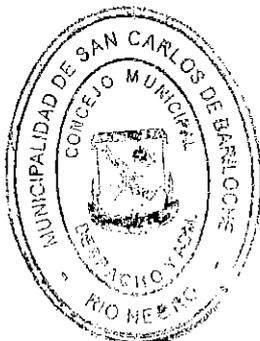
PRESENTACIÓN DE LAS PROPUESTAS: Las ofertas se recibirán en las oficinas del Emprotur Bariloche, Quaglia 737 PB, hasta 2 (dos) días antes de la fecha de apertura.

APERTURA DE LAS PROPUESTAS: En las oficinas del Emprotur Bariloche el día 15 de mayo de 2024 - 10:00 horas

MANTENIMIENTO DE LA OFERTA: Los oferentes se obligan a mantener sus ofertas por el término de 30 (treinta) días corridos a partir de la fecha de apertura. -

GARANTÍA DE LAS OFERTAS: 1% Del presupuesto oficial.

GARANTÍA DE CUMPLIMIENTO DE CONTRATO: La garantía de cumplimiento de contrato debe ser del 10,00% del monto del contrato.

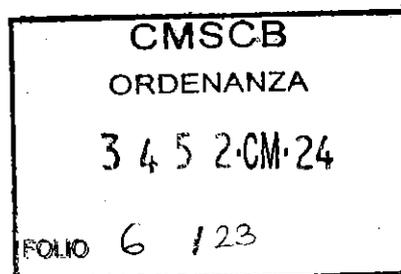


II - CLÁUSULAS LEGALES

Cláusula Nº1). OBJETO DE LA LICITACION: El Emprotur Bariloche llama a Licitación Pública para la contratación de una Agencia Integral de Marketing y Medios que brinde los servicios de asesoramiento estratégico en comunicación y marketing, servicio de creatividad publicitaria y diseño de piezas de comunicación, administración de redes sociales, proyección, contrastación y ejecución de medios online/offline, creación de contenidos de la página web además de relevamiento fotográfico y audiovisual para proveer al banco de imágenes.

CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO:

1. Asesoramiento al Ente y Directorio en las áreas de marketing y comunicación para la marca Bariloche y las potenciales acciones alrededor de la misma.
2. Asesorar y acompañar a EMPROTUR brindando apoyo y servicio para el proceso de creación de un plan de acción de Marketing y Comunicación de la marca Bariloche.
3. Proponer la creatividad y asesoramiento para la generación anual de producciones fotográficas y audiovisuales relacionadas a las campañas publicitarias designadas por el Ente.
4. Desarrollo de una construcción estratégica de marca Bariloche para el trabajo a mediano y largo plazo que permita trabajar en la identificación y diferenciación de marca ciudad además de proponer la creatividad para la generación de la comunicación de la marca en general a nivel promocional e institucional, en las campañas publicitarias de todo el año, de temporadas y de eventos estratégicos de la ciudad.
5. Asesorar en forma directa al Directorio, a la Dirección Ejecutiva y al sector de Prensa de EMPROTUR en los aspectos que hacen a la Imagen, posicionamiento y desarrollo de la comunicación del destino.
6. Proyección, contratación y ejecución de medios: incluye la elaboración de la organización, planeamiento y desarrollo de campañas en los medios de comunicación para el conocimiento tanto on line como off line, transmisión y difusión de las piezas que integran cada campaña, de conformidad a las Indicaciones que el EMPROTUR brinde en cada caso.
7. Gestión de acceso y compra de pauta publicitaria, para las campañas que El EMPROTUR requiera.
8. Creación de piezas de comunicación para su publicación o difusión a través de medios de comunicación masiva. Ejemplo: televisión, cine, gráfica, radio, vía pública; como así también el diseño y desarrollo de piezas digitales para Internet.
9. Brindar la creatividad de todos los elementos de comunicación.
10. Proponer activaciones para los sponsors o acciones y exposiciones. Desarrollo de piezas que acompañen la estética de las campañas desarrolladas, vinculadas con la generación de material de comunicación para Redes Sociales, y demás medios de difusión que el EMPROTUR estime necesario, como así también podrá requerirse el diseño y/o ideas necesarias generadas para la participación en ferias, congresos, stands, seminarios y demás lugares en los que EL



EMPROTUR determine su participación, donde deberá aportar los recursos tecnológicos y de diseño para el desarrollo de las acciones a implementar.

11.- Asesoramiento respecto a la Planificación de la Pauta de Medios Publicitarios a contratar para la difusión de sus campañas publicitarias.

12. Acreditar experiencia no menor a 5 años en proyección de medios y activaciones de marca y disponer de un equipo que deberá estar integrado por:

- Director de Cuenta Sr. (80% de su disponibilidad)
- Director Creativo (100%)
- Director Creativo (100%)
- Redactor (100%)
- Reporting (100%)
- Visualizador editor (100%)
- Fotógrafo (100%)
- Project Manager (100%)
- Community Manager (100%)
- Digital Head (5%)
- Director de Research (5%)
- Coordinadora Digital (20%)
- Analista Performance (25%)
- Director de Trading (10%)
- Coordinador de Medios (15%)
- Jefe de Producción (15%)
- Diseñador Sr. (30%)
- Diseñador Sr. (30%)
- Diseñador Sr. (40%)

Cláusula Nº2) NORMAS DE APLICACIÓN: Todo cuanto se relacione con la presente Licitación se regirá por las siguientes normas:

- 1.- Pliego de Bases y Condiciones, Cláusulas Legales y Especificaciones Técnicas.
- 2.- Anexo y circulares.
- 3.- Ordenanza Nº 257-C-89, Régimen de Contrataciones de la Municipalidad de San Carlos de Bariloche.
- 4.- Ley de Contabilidad de la Provincia de Río Negro.

La simple presentación a la Licitación, implica la aceptación lisa y llana por parte de los oferentes de todo el régimen legal indicado precedentemente, con la declaración expresa de que las conoce y acepta en todas sus partes.

Cualquier cláusula o condición que consignen los oferentes en la formulación de sus propuestas, que se encuentre en pugna con las Cláusulas establecidas en el Pliego de Condiciones Generales, Particulares y Especificaciones Técnicas, será declarada inadmisibles y desestimada.

Cláusula Nº3) PRESUPUESTO OFICIAL: El presupuesto de la contratación se establece en la suma de \$252.212.712 (Doscientos cincuenta y dos millones doscientos doce mil setecientos doce pesos IVA incluido). El presente monto estimado corresponde a todo el período de



CMSCB
ORDENANZA
34520M24
FOLIO 7123

prestación del servicio de agencia por el plazo de doce meses, y está expresado en valores de marzo de 2024.

En lo que respecta al servicio de agencia de medios, se contará con un presupuesto estimado de hasta \$500.000.000 IVA incluido (Quinientos millones de pesos IVA incluido) para la contratación de medios On line y Off line en los mercados de Argentina, Brasil, Chile, Uruguay, Paraguay con la posibilidad de incluir otros mercados que pudieran ser relevantes para el destino. Cada proyecto deberá ser aprobado por el EMPROTUR dentro de los 30 días de presentada la propuesta y en el caso de avanzar sobre la pauta se abonará en tres (3) pagos, el primero en los treinta (30) días posteriores al inicio de la pauta, el segundo en la mitad de la misma y el tercero al finalizar la pauta ejecutada.

La contratación de los medios implicará una propuesta integral y estratégica de la agencia que deberá contemplar una estrategia de mix de medios que favorezca el posicionamiento y conocimiento de la marca asegurando una presencia always on en medios digitales y tradicionales en mercados y espacios relevantes, campañas de temporada de verano e invierno, campañas de eventos estratégicos y campañas tácticas específicas.

Como ejemplos de referencia de medios relevantes se detalla sin por esto tener necesidad de supeditarse solamente a ellos:

Online: medios digitales de noticias como Clarín, La Nación, Infobae, Cronista, Ámbito, Diario Río Negro, Página 12 en la Argentina (referencias ajustables por país), red de Google, Meta, Programmatic, waze, Spotify entre muchas otras opciones de relevancia en el mundo digital que puedan aportar acorde a las características de la marca e intereses de las audiencias target.

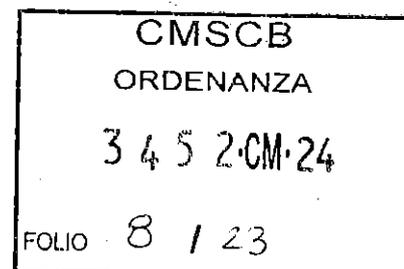
Offline o medios tradicionales: TV abierta, TV cable, radios FM y AM nacionales y provinciales, cines, teatros, vía pública, subtes, presencia de marca en eventos, acciones btl, activations de marca, entre otros formatos que puedan ser relevantes para la marca y audiencias target.

Se deja constancia que la autorización y el compromiso del gasto queda subordinado al crédito que para cada ejercicio se consigne en los respectivos presupuestos.

Clausula Nº4) ACLARACIONES Y CONSULTAS: Las aclaraciones y consultas, que deseen formular los interesados deberán ser enviadas por mail a: licitaciones@barilocheturismo.gob.ar, hasta tres (03) días corridos antes de la fecha de apertura de las propuestas.

Aquellas aclaraciones que el Emprotur creyese oportuno comunicar, se llevarán a conocimiento de todos los invitados a participar, también hasta TRES (3) días corridos antes de la fecha de apertura y pasarán a Integrar el Pliego de Bases y Condiciones.

Clausula Nº5) APERTURA DE LA LICITACIÓN: La apertura de la Licitación será llevada a cabo el día 15 de mayo de 2024, a las 10:00 hs. en la sede del EMPROTUR BARILOCHE.



Cláusula Nº6) LUGAR DE PRESENTACIÓN DE LAS OFERTAS: Las ofertas serán recibidas en las oficinas de Emprotur Bariloche, Quaglla 737, hasta 2 (dos) días antes de la hora y día fijado para la apertura de la licitación.

No se aceptará la presentación de propuestas una vez transcurrida la fecha y hora señalada para la recepción de las mismas.

Cláusula Nº7) MANTENIMIENTO DE LA OFERTA: Los oferentes se obligan a mantener sus ofertas por el término de Treinta (30) días hábiles contados a partir de la fecha de apertura de la Licitación. Vencido este plazo se considerará vigente la propuesta si antes de la adjudicación por parte del Emprotur, no se presentara al retiro expreso y fehaciente de la misma.

Cláusula Nº 8) GARANTÍAS: Las ofertas deberán aflanzarse en un equivalente al uno por ciento (1%) del presupuesto oficial. La garantía será devuelta de oficio a todos los oferentes que no resultaran adjudicados dentro de los treinta (30) días posteriores al vencimiento del plazo de mantenimiento de las ofertas o al de la adjudicación.

La garantía de la oferta se perderá a favor del Emprotur de pleno derecho en caso de desistimiento de la oferta dentro del plazo de su mantenimiento antes de resolverse la adjudicación definitiva. Las garantías deberán constituirse a favor del Emprotur Bariloche, en cualquiera de las formas que se indican:

1.- En efectivo: en las oficinas del Emprotur.

2.- Seguro de Caucción: con actualización automática de acuerdo a pólizas aprobadas por la Superintendencia de Seguros de la Nación ajustadas a normas vigentes en la materia, con los anexos, condiciones generales y particulares y suplementos que prevén las mismas.

Las garantías previstas en los incisos 1) y 2) deberán constituirse para cada obligación que se financie, no admitiendo las mismas como permanentes, globales, indeterminadas o en expectativas con relación a su texto o monto asegurado. La vigencia de las mismas deberá mantenerse mientras duren las obligaciones que las originan.

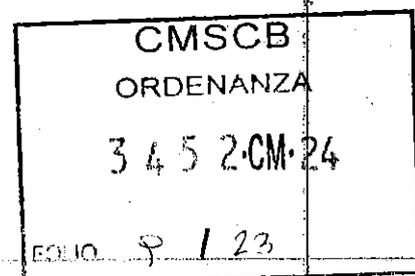
3.- Depósito o transferencia bancaria en la Cuenta Corriente en Pesos del Banco Patagonia SA Nº 0255-900001854-00, CBU 0340255100900001854009, CUIT 30-67294891-2, correspondiente al Ente Mixto de Promoción Turística de Bariloche.

Cláusula Nº09) PROPONENTES:

a) Quiénes pueden presentar Ofertas: Las personas físicas o jurídicas nacionales o extranjeras (con exclusión, respecto de estas últimas, de las personas jurídicas de derecho público) que tengan capacidad suficiente para adquirir derechos y contraer obligaciones, en el ámbito de la legislación vigente argentina, podrán ser oferentes en la presente licitación. Tratándose de personas jurídicas, deberán estar constituidas de acuerdo con la legislación vigente aplicable al tipo jurídico correspondiente al lugar de origen, siempre que no contraríen disposiciones legales del régimen jurídico argentino.

Las sociedades en trámite de formación no serán consideradas como tales, hasta su constitución, considerando a los integrantes de la misma como oferentes individuales solidariamente responsables.

b) Domicilio de los oferentes: Para todos los efectos legales, los proponentes deberán constituir domicilio dentro del radio urbano de la ciudad de San Carlos de Bariloche.



c) Deberán estar inscriptos en registro de Proveedores del Emprotur Bariloche (se adjunta planilla).

Cláusula Nº10) QUIENES NO PUEDEN SER OFERENTES: No podrán ser oferentes:

- a) Los agentes del Estado y las firmas integradas total o parcialmente por aquellos.
- b) Las personas físicas o jurídicas que se hallen en estado de convocatoria de acreedores, pedido de quiebra o liquidación.
- c) Cuando existan interdictos judiciales o que sufran Inhibición general de bienes.
- d) Los representantes a título personal de firmas establecidas en el país cuando no lo hagan en forma vinculante con las mismas.
- e) Los condenados en causa criminal por delitos dolosos.
- f) Los deudores morosos del Fisco.
- g) Los incapaces para contratar según lo establecido en la legislación común.
- h) Los que por disposición legal expresa estuvieran inhabilitados para ofertar.

Cláusula Nº 11) ACTO LICITATORIO: En el lugar y fecha fijados para la apertura de las propuestas y con la presencia de los funcionarios competentes del Emprotur Bariloche que se designen a tal efecto, se procederá en acto público a abrir las propuestas recibidas y dar lectura de las mismas.

De cada oferta se abrirá en primer término el sobre de "Documentación General" y se verificará el cumplimiento de lo indicado en la Cláusula Nº 12 del presente.

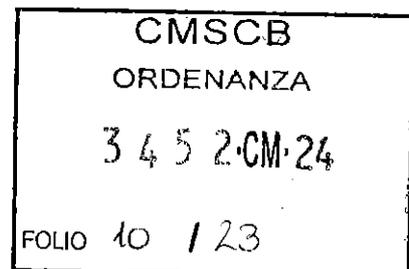
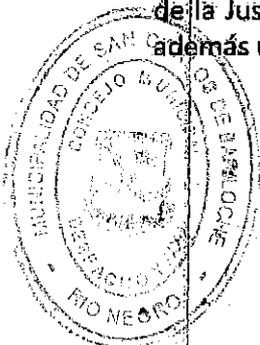
Posteriormente, se procederá a la apertura del sobre que contiene la Propuesta básica.

De todo lo actuado se labrará un acta que suscribirán los funcionarios y si así lo quisieran, los interesados presentes dejando en la misma constancia de las eventuales objeciones manifestadas por los interesados presentes, en cuyos casos estos tendrán obligación de firmar el acta.

Cláusula Nº 12) PRESENTACIÓN DE LAS OFERTAS: Las ofertas deberán presentarse en dos (2) sobres cerrados con la siguiente leyenda: "Licitación Pública Nº 01-2024 para la contratación de una Agencia de Marketing y Publicidad"- objeto de la licitación.

El Sobre Nº 1 contendrá:

1. Garantía de oferta equivalente al 1% del monto del presupuesto oficial. Si la misma fuera realizada en efectivo, se deberá presentar el recibo emitido por Emprotur Bariloche.
2. El Pliego de Bases y Condiciones debidamente firmado en todas sus fojas por el responsable de la empresa oferente. El Pliego debe encontrarse foliado en todas sus hojas.
3. Declaración jurada que establezca el domicilio legal en la ciudad de San Carlos de Bariloche, donde serán válidas todas las notificaciones judiciales y extrajudiciales que se practiquen y conste que para cualquier controversia judicial que se pueda suscitar, se acepta la jurisdicción de la Justicia Ordinaria de San Carlos de Bariloche Provincia de Río Negro. Debe constituirse además un domicilio electrónico en el cual serán válidas las comunicaciones que se cursen.



01 APR 2024

4. Certificado de libre deuda unificado o Certificado de deuda no exigible unificado, emitido por la Municipalidad de San Carlos de Bariloche (respecto de la empresa y su representante si correspondiere).
5. Constancia de Inscripción como proveedor en Emprotur Bariloche.
6. Antecedentes y documentación impositiva:

Todo tipo de condición de contribuyente:

- a) Constancia de inscripción ante la AFIP.
- b) Constancia de inscripción del Impuesto a los Ingresos Brutos.
- c) En el caso de ser Empleador, últimas 6 (seis) declaraciones juradas mensuales Sistema Único de Seguridad Social F.931, con sus respectivas constancias de presentación y pago. Lo mencionado podrá ser reemplazado por Informe de Consulta de Deuda proveedores del Estado s/ art 5 Res. 4164/2017 AFIP, detalle de deuda consolidada, donde figure que NO registra incumplimientos NI deuda por los conceptos y periodos mencionados.
- d) Impuesto a los Ingresos Brutos, últimas 6 (seis) declaraciones juradas mensuales, con sus respectivas constancias de presentación y pago. (Tanto para contribuyentes directos por el régimen general como para los Inscriptos en el Convenio multilateral). En el caso de contribuyentes inscriptos en el régimen simplificado deberá presentar las constancias de pago de los últimos 6 periodos o consulta de cuenta corriente firmada por el responsable. Los pagos mencionados en este inciso podrán ser reemplazados por la presentación de Libre Deuda emitido por la Jurisdicción correspondiente.

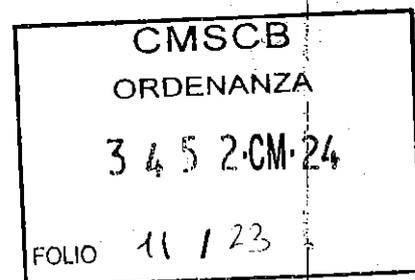
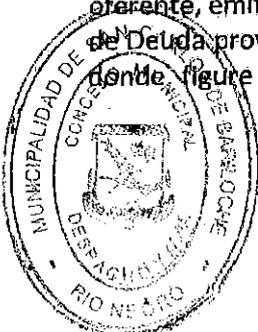
En el caso de Personas Físicas:

I. Responsables Inscriptos:

- a) Declaración jurada del Impuesto a las Ganancias correspondiente al último ejercicio fiscal y últimas 6 (seis) declaraciones juradas mensuales del Impuesto al Valor Agregado, todas ellas con sus respectivas constancias de presentación y pago. Lo mencionado podrá ser reemplazado por Informe de Consulta de Deuda proveedores del Estado s/ art 5 Res. 4164/2017 AFIP, detalle de deuda consolidada, donde figure que NO registra incumplimientos NI deuda por los conceptos y periodos mencionados (la fecha del Informe no debe ser mayor a 7 días corridos a la fecha del inicio del acto licitatorio).
- b) Declaración jurada de Bienes Personales correspondiente al último ejercicio fiscal con su respectiva constancia de presentación y pago o Manifestación de Bienes y Deudas con carácter de declaración jurada firmada por el oferente (emitida con antigüedad no mayor a 30 días).

II. Régimen Simplificado para pequeños Contribuyentes (Monotributo):

- a) Últimos 6 pagos del impuesto correspondiente (monotributo), en su reemplazo podrá presentarse el Informe de cuenta corriente monotributistas y autónomos firmada por el oferente, emitido por la página web de AFIP donde figuren los pagos o por Informe de Consulta de Deuda proveedores del Estado s/ art 5 Res. 4164/2017 AFIP, detalle de deuda consolidada, donde figure que NO registra incumplimientos NI deuda por los conceptos y periodos



9 J 138

mencionados (la fecha del Informe no debe ser mayor a 7 días corridos a la fecha del inicio del acto licitatorio).

b) Declaración jurada de Bienes Personales correspondiente al último ejercicio fiscal con su respectiva constancia de presentación y pago o Manifestación de Bienes y Deudas con carácter de declaración jurada firmada por el oferente (emitida con antigüedad no mayor a 30 días).

En el caso de Personas Jurídicas:

III. Responsables Inscriptos:

a) Declaración Jurada del Impuesto a las Ganancias correspondiente al último ejercicio fiscal y últimas 6 (seis) declaraciones juradas mensuales del Impuesto al Valor Agregado, con sus respectivas constancias de presentación y pago. Lo mencionado podrá ser reemplazado por Informe de Consulta de Deuda proveedores del Estado-s/ art.5 Res. 4164/2017 AFIP, detalle de deuda consolidada, donde figure que NO registra incumplimientos NI deuda por los conceptos y períodos mencionados (la fecha del Informe no debe ser mayor a 7 días corridos a la fecha del inicio del acto licitatorio).

b) Copia simple de Estados Contables correspondientes al último ejercicio económico, certificado por Contador Público y legalizado por el Consejo Profesional de Ciencias Económicas de la provincia que corresponda.

En caso de que el oferente sea una cooperativa, asociación y/o fundación, deberán presentar todos los certificados de exenciones correspondientes a los requisitos solicitados.

En el caso que el oferente sea un proveedor ya activo del Ente con provisión de servicio en los últimos 60 días podrá ser exceptuado de presentar la documentación indicada en el punto 6 a) y b), es decir, las constancias de inscripción en AFIP e IIBB.

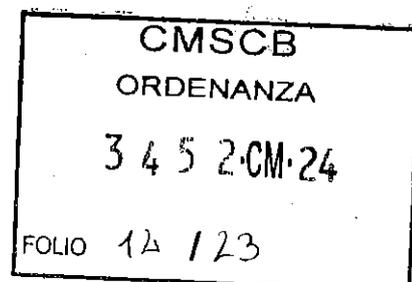
El Sobre Nº 2 contendrá:

1. La oferta firmada en cada hoja por el oferente, la cual deberá contener presupuesto discriminado en todos sus ítems, precio unitario de corresponder y precios totales. Sólo se reconocerá la oferta formulada en moneda nacional (pesos), excepto lo previsto en el art. 30 de la Ord. 257-C-89, IVA incluido.

2. Sellado de Ley correspondiente a la oferta, emitido por la Agencia de Recaudación Tributaria, ex DGR.

3. Incluir aspectos técnicos del perfil del oferente y su propuesta con el objetivo de realizar una evaluación técnica de la oferta:

1. Antecedentes de 5 años en estrategia, planificación y contratación de medios online y offline
2. Cartera de clientes demostrable



03

3. Conocimiento demostrable del mercado turístico al menos 10 años (no excluyente)
4. Estructura del servicio ofrecido deberá ajustarse a detalle de cláusula N°1 punto 12:
 - a. Puestos de personas afectadas al servicio, rol y porcentaje de trabajo en la cuenta
 - b. Descripción de recursos y servicios.
 - c. Curriculum vitae de los directores Cuenta, Creativos y Planificadores de Medios
 - e. Equipo Operativo: Deberán plantear un equipo de trabajo de (3) personas (ejecutivo/a de cuentas + community manager + fotógrafo/a) con probada experiencia para el desarrollo de comunicaciones en redes sociales y diseño de campañas publicitarias para el sector turístico y diversas marcas.
4. Detalle de la reputación en la industria con referencias, a través de clientes, ex clientes y relación con el mercado. A su vez, dejar constancia de la capacidad de integrarse a proyectos con grupos interdisciplinarios externos como agencias de publicidad. Se solicita especificar y desarrollar casos exitosos.
5. Presentación del proyecto: Se solicitará una propuesta de campaña creativa y potencial propuesta de medios.
 Los Oferentes serán evaluados creativamente y por su eficiencia en la planificación de medios. Para ello, cada oferente presentará una propuesta de campaña creativa junto a una proyección de medios, con un monto de inversión de pesos cincuenta millones de pesos (\$50.000.000), con su respectivo plan de medios, para una campaña de Verano de Bariloche con foco en ciudades emisivas nacionales (BA, Córdoba, Rosario y Neuquén) con foco en diversos targets como familias, jóvenes y alta gama en medios online y offline.

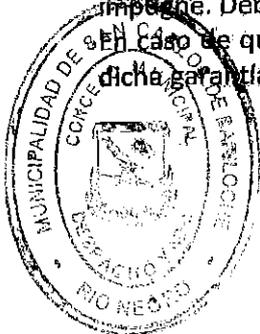
La omisión de lo requerido en los incisos 1) y 2) del Sobre N°1 será causal de rechazo automático de la oferta, no dando lugar a la apertura del Sobre N° 2. El resto de los requisitos solicitados en el Sobre N° 1 y que no hayan sido presentados al momento de la apertura, podrán hacerlo dentro del plazo de las setenta y dos (72) horas posteriores a la apertura de la licitación.

La omisión de los requisitos exigidos en el Sobre N° 2 será causal de rechazo automático de la oferta, a excepción del ítem 2, que podrá ser presentado dentro de las cuarenta y ocho (48) horas posteriores a la apertura de la licitación, según Ley de Sellos, Ley 847 y Código Fiscal.

Transcurrido el plazo, y ante la falta de presentación de la documentación mencionada en los párrafos anteriores, se desestimará la oferta.

Cláusula N° 13) DE LAS IMPUGNACIONES: Una vez realizada la apertura de la Licitación, los oferentes tendrán tres (3) días hábiles para dar vista al Expediente y formular las Impugnaciones que correspondieren. Luego de realizada, publicada y comunicada fehacientemente la Pre adjudicación por parte del Emprotur Bariloche al oferente en el domicilio legal declarado en la presentación de la propuesta, los demás oferentes tendrán 24 horas para impugnar la misma. Las impugnaciones se deberán hacer por escrito y estar acompañadas de una garantía de impugnación por un monto igual al 30 % de la garantía de oferta, por cada propuesta que se impugne. Deberá ser constituida en efectivo en las oficinas del Emprotur Bariloche.

En caso de que la impugnación o impugnaciones se resuelvan favorablemente, será devuelta dicha garantía al impugnante en forma proporcional al número de ofertas impugnadas para lo



CMSCB
 ORDENANZA
 3 4 5 2 CM 24
 FOLIO 13 123

cuál el impugnante deberá presentar en las oficinas del Emprotur Bariloche la solicitud de la devolución de la misma. En caso de rechazo de las impugnaciones, el impugnante perderá la garantía sin derecho a reclamar alguno.

En todos los casos, las impugnaciones serán resueltas previo dictamen del Directorio de Emprotur.

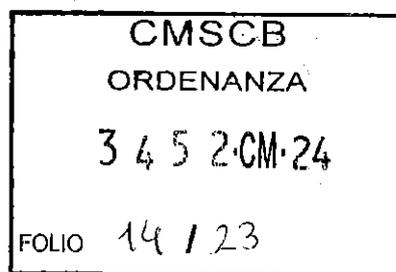
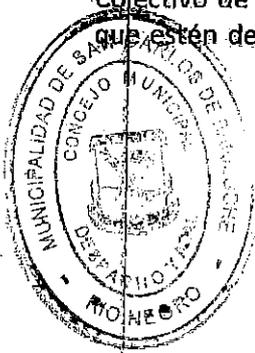
Clausula N° 14) MEJORA DE OFERTAS. En todos los casos será facultad del EMPROTUR solicitar la mejora de precios al oferente colocado en primer lugar en orden de méritos. En tal caso se solicitará al oferente que, por escrito y dentro del término del plazo que se le fije, formule una mejora de precios. El silencio por parte del oferente invitado a mejorar se considerará como que mantiene su oferta original.

Clausula N° 15) SELLADOS: Se deberá cumplimentar lo requerido por el Código Fiscal de la Provincia de Río Negro.

Clausula N° 16) FACULTADES DEL EMPROTUR BARILOCHE: 1) En caso de que EMPROTUR BARILOCHE estimara necesaria la ampliación o modificación de alguna de las ofertas en lo relativo al producto ofertado; podrá requerir a los oferentes ciertas ampliaciones o modificaciones a la oferta. Una vez formulada formalmente la solicitud de aclaraciones o modificaciones, los oferentes tendrán un plazo de 3 días para presentar dichas ampliaciones o modificaciones. Dicho plazo será perentorio por lo que una vez vencido se procederá sin más trámite a adjudicar la licitación.

2) La adjudicación compete exclusivamente a EMPROTUR BARILOCHE, el que a su sólo e inapelable criterio y decisión, resolverá cuál propuesta será aceptada tomando en cuenta la capacidad creativa, precios, entregas y descuentos de cada oferente. - El EMPROTUR BARILOCHE, a su solo criterio y decisión podrá rechazar todas las ofertas sin que por ello asuma responsabilidad alguna frente a los proponentes. En todos los casos el EMPROTUR BARILOCHE, comunicará su decisión a todos los participantes del acto de apertura de las propuestas. - El proponente o adjudicatario no podrá traspasar los derechos emergentes de la licitación en todo o en parte sin consentimiento previo y por escrito del EMPROTUR BARILOCHE. -

Clausula N° 17) FORMA DE PAGO: En forma mensual a mes vencido dentro de los quince días de recepcionada la correspondiente factura. Para los primeros tres meses se fija el importe mensual total (IVA incluido) en la suma de \$ 12.000.000.- (Pesos doce millones). Los importes sucesivos podrán ser actualizados en forma trimestral. La sola verificación de las variaciones es condición necesaria pero no suficiente, por lo que la actualización de precios no procede en forma automática. La procedencia y aceptación de la solicitud de actualización de precios del contrato queda a exclusivo criterio del EMPROTUR. En este sentido, a los efectos de realizar el cálculo de actualización correspondiente, el EMPROTUR podrá tomar como parámetro de actualización uno de los dos criterios de actualización que se indican seguidamente: a) Aumentos derivados de los acuerdos paritarios correspondientes a la actividad, si el Adjudicatario lo hubiere indicado expresamente en su oferta, la aplicación del Convenio Colectivo de Trabajo Homologado de la actividad a la relación con sus empleados, y siempre que estén debidamente documentadas y establecidas sus incidencias reales en función de la



oferta presentada o, en su defecto, b) Índice de precios al Consumidor Patagonia (IPC Patagonia), de los últimos tres meses publicados previos a cada actualización, acumulados y correspondientes a la Categoría NIVEL GENERAL. En ningún caso se le reconocerá intereses, compensaciones, gastos y/o perjuicios de cualquier naturaleza que se alegue como resultantes del proceso de actualización de precios.

Cláusula Nº18) CÓMPUTO DE PLAZOS: Todos los plazos establecidos serán considerados como días corridos, salvo expresa mención en contrario. Si el vencimiento de cualquiera de ellos ocurriera en día no laborable para la Administración Pública Municipal, se considerará que el plazo vence el primer día hábil siguiente.

Cláusula Nº19) ÚNICA OFERTA: En el caso de que hubiera una sola oferta válida, por falta de otras o rechazo de las restantes, ello no significa obstáculo alguno para que la adjudicación definitiva se lleve a cabo con relación a ella siempre y cuando dicha oferta reúna, a juicio exclusivo de EMPROTUR Bariloche las condiciones necesarias como para merecer tal adjudicación. La existencia de una única oferta, no obligará a EMPROTUR Bariloche a aceptar la misma de pleno derecho.

Cláusula Nº20) PROPIEDAD INTELECTUAL: La propiedad intelectual de todas las piezas gráficas, audiovisuales, y cualquier material o contenido que sea necesario generar para el trabajo, pasarán a titularidad del EMPROTUR Bariloche, sin derecho a reclamo o indemnización alguna por parte del adjudicatario, una vez ejecutada la acción.

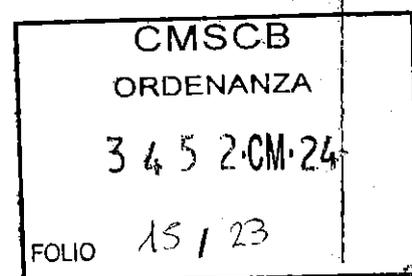
Cláusula Nº21) CONTROL DE CALIDAD: El no cumplimiento en la entrega de las características mencionadas en el Artículo 2º, hará pasible al adjudicatario de una multa equivalente a veinte por ciento (20%) del monto total adjudicado.

Clausula N° 22) GARANTÍA DE CUMPLIMIENTO DE CONTRATO: El oferente que resulte adjudicatario de la contratación, deberá a la fecha de suscribir el respectivo contrato o al momento de la emisión de la orden de compra, constituir garantía de cumplimiento de contrato por una suma equivalente al 10% del monto total adjudicado, conforme algunas de las siguientes modalidades previstas:

a) En efectivo, mediante depósito bancario en la cuenta del EMPROTUR.

b) Con cheque certificado contra una entidad bancaria, con preferencia del lugar donde se realice la contratación o del domicilio del EMPROTUR, que depositará el cheque dentro de los plazos que rijan para estas operaciones.

c) Con títulos públicos. Los mismos deberán ser depositados en una entidad bancaria a la orden del EMPROTUR, identificando el procedimiento de selección de que se trate. El monto se calculará tomando en cuenta la cotización de los títulos al cierre del penúltimo día hábil anterior a la constitución de la garantía en la Bolsa o Mercado correspondiente, lo que deberá ser certificado por las autoridades bancarias al recibir dicho depósito. En caso de liquidación de los



valores a que se refiere este inciso, se formulará cargo por los gastos que ello ocasionare. El eventual excedente quedará sujeto a las disposiciones que rigen la devolución de garantías.

d) Con aval bancario u otra fianza a satisfacción del EMPROTUR, constituyéndose el fiador en deudor solidario, liso y llano y principal pagador con renuncia a los beneficios de división y 42 excusión en los términos del artículo 2013 del Código Civil, así como al beneficio de interpelación judicial previa.

e) Con seguro de caución, mediante pólizas aprobadas por la SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN, extendidas a favor del EMPROTUR, cuyas cláusulas se conformen con el modelo y reglamentación que a tal efecto establezca el Instituto.

f) En las contrataciones con empresas domiciliadas en el exterior, con carta de crédito o stand by letter of credit abierta ante banco de primera línea.

Clausula N° 23) DEVOLUCIÓN DE GARANTÍAS. Las garantías serán devueltas:

a) De oficio: (i) Las garantías de mantenimiento de la oferta, a los oferentes que no resulten seleccionados, dentro de los DIEZ (10) días de presentada la garantía de cumplimiento del contrato por parte del adjudicatario o, en su caso, de ejecutado el contrato por el mismo. A los adjudicatarios, una vez integrada la de cumplimiento del contrato o, en su caso, de ejecutado el mismo.

(ii) En el caso de licitación pública con doble sobre, se devolverá la garantía a los oferentes que no resulten preseleccionados en oportunidad de la apertura del sobre que contiene la oferta económica.

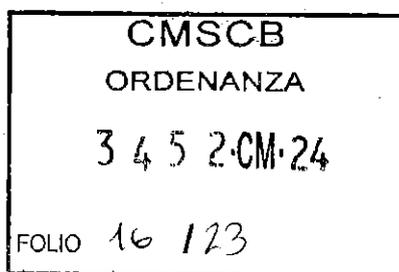
(iii) Las garantías de cumplimiento del contrato, una vez cumplido el mismo a satisfacción del EMPROTUR, cuando no quede pendiente la aplicación de multa o penalidad alguna.

b) A solicitud de los interesados, deberá procederse a la devolución parcial de las garantías de adjudicación en proporción a la parte ya cumplida del contrato, para lo cual se aceptará la sustitución de la garantía para cubrir los valores resultantes.

Clausula N° 24) CESIÓN O SUBCONTRATACION. Queda prohibida la subcontratación o cesión del contrato, en ambos casos, sin la previa autorización fundada del EMPROTUR.

Clausula N° 25. CONFORMACION DE LOS TRABAJOS: El adjudicatario deberá presentar ante este Organismo, los siguientes comprobantes para la certificación de los trabajos aprobados y autorizados por el EMPROTUR

• **CERTIFICACIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS DESARROLLADAS:** Constancias de ejecución de las campañas con el detalle de cada una de las piezas que la componen, soportes técnicos o



instrumentos materiales que evidencien su realización, como así también, los presupuestos de producción aprobados y autorizados por el Directorio.

- **ACCIONES DE MARKETING PROMOCIONAL:** La documentación que avale la prestación del servicio, adicionando los remitos y/o constancias de cumplimiento y/o muestras fotográficas y/o cualquier otro elemento que se considere conveniente, acorde la acción desarrollada, lo que habilitará al EMPROTUR a la certificación del servicio respectivo.
- **PARTICIPACIÓN EN FERIAS, CONGRESOS, EVENTOS, ETC:** Remitos, muestras fotográficas, y todo aquel material que sirva para certificar su participación.
- **Informe Mensual de las acciones ejecutadas con el detalle de los servicios requeridos.**

Cláusula N° 26) INCUMPLIMIENTOS: La falta de cumplimiento en término de alguna de las obligaciones emergentes del contrato coloca al adjudicatario en estado de mora automática, quedando sujeto a la aplicación de las penalidades establecidas en el presente Pliego de Bases y Condiciones Generales.

Sin perjuicio de ello, cuando el adjudicatario incurra en cualquier tipo de falta o incumplimiento de las obligaciones emergentes de las Cláusulas del Pliego, podrá ser penalizado con una multa de acuerdo con la siguiente escala, a partir de un porcentaje calculado sobre el monto de la facturación del HONORARIO MENSUAL anterior al mes donde se verificó el incumplimiento.

Primera comprobación: multa equivalente al 5 % de la facturación anterior al mes donde se verificó el incumplimiento.

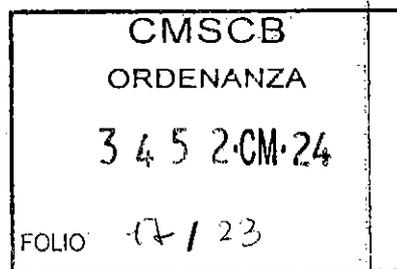
Segunda comprobación: multa equivalente al 10 % de la facturación anterior al mes donde se verificó el incumplimiento.

Tercera comprobación: multa equivalente al 15 % de la facturación anterior al mes donde se verificó el incumplimiento.

Cuarta comprobación: multa equivalente al 20 % de la facturación anterior al mes donde se verificó el incumplimiento.

Quinta comprobación: Rescisión del contrato por culpa del Adjudicatario.

Cláusula N° 26).- ACUERDO DE CONFIDENCIALIDAD. La firma que resulte adjudicataria deberá firmar un Acuerdo de Confidencialidad antes del comienzo efectivo del servicio a contratar, conforme Anexo adjunto.



PLIEGO DE BASES Y CONDICIONES

III DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS REQUERIDOS

ANEXO I

El Emprotur Bariloche llama a Licitación Pública para la contratación de una Agencia Integral de Marketing y Medios que brinde los servicios de asesoramiento estratégico en comunicación y marketing, servicio de creatividad publicitaria y diseño de piezas de comunicación, administración de redes sociales, proyección, contrastación y ejecución de medios online/offline, creación de contenidos de la página web, además de relevamiento fotográfico y audiovisual para proveer al banco de Imágenes.

Los servicios a prestar por el adjudicatario necesariamente deberán contemplar los siguientes puntos:

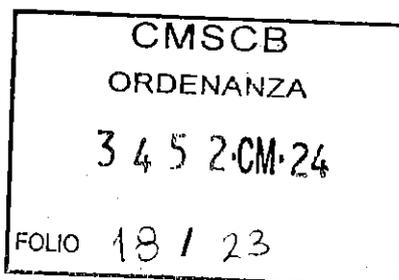
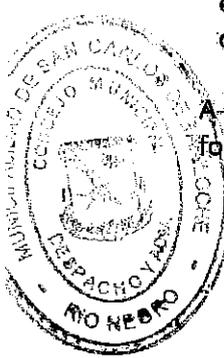
A) Asesoramiento estratégico en comunicación y marketing:

A-1) Asesoramiento al Ente y Directorio en las áreas de marketing, comunicación y medios para la marca Bariloche y las potenciales acciones alrededor de la misma.

A-2) Asesorar y acompañar a EMPROTUR brindando apoyo y servicio para el proceso de creación de un plan de acción de Marketing y Comunicación de la marca Bariloche orientados a cumplir los con los siguientes objetivos:

- Visión estratégica de la marca
- Análisis y posicionamiento de la marca
- Análisis de mercados, preferencias y tendencias de consumo
- Elaboración de estrategias de acción y segmentación
- Plan de marketing digital y tradicional
- Articulación con agencias de prensa contratadas
- Servicio de creatividad y diseño de campañas publicitarias
- Propuestas de activaciones de marca y soporte en participación de ferias puntuales
- Asesoramiento en la selección, mix de medios y redes sociales a utilizar
- Planificación de medios digitales y gestión de redes sociales de acuerdo al mercado que maximicen el posicionamiento necesario como destino turístico.
- Establecer reportes de medición y resultados de las acciones e inversiones publicitarias.
- Garantizar un equipo de trabajo operativo de tres (3) personas (ejecutivo de cuenta + community manager + fotógrafo/a) con probada experiencia para el desarrollo de comunicaciones en redes sociales y diseño de campañas publicitarias para el sector turístico y diversas marcas.

A-3) Proponer la creatividad y asesoramiento para la generación anual de producciones fotográficas y audiovisuales relacionadas a las campañas publicitarias designadas por el Ente.



A-4) Proponer la creatividad para la generación de la comunicación de la marca en general a nivel promocional e institucional, en las campañas publicitarias de todo el año, de temporadas y de eventos estratégicos de la ciudad.

A-5) Asesorar en forma directa al Directorio, a la Dirección Ejecutiva y al sector de Prensa de EMPROTUR en los aspectos que hacen a la imagen, posicionamiento y desarrollo de la comunicación del destino.

A-6) Proyectar, contratar y ejecutar la pauta en medios online y offline que incluye la elaboración de la organización, planeamiento y desarrollo de campañas en los medios de comunicación para el conocimiento, transmisión y difusión de las piezas que integren cada campaña, de conformidad a las indicaciones que el EMPROTUR brinde en cada caso.

A-7) Gestión de acceso y compra de pauta publicitaria, para las campañas que El EMPROTUR requiera.

A-8) Creación de piezas de comunicación para su publicación o difusión a través de medios masivos de comunicación. Ejemplos: televisión, cine, gráfica, radio, vía pública; como así también el diseño y desarrollo de piezas digitales para internet.

B) Servicio de creatividad publicitaria y diseño de piezas de comunicación

Servicio de Creatividad Publicitaria y diseño de Piezas de Comunicación. Alcances:

B-1) Campañas publicitarias: Asesoramiento, creatividad, diseño y desarrollo de campañas de promoción bajo una línea estratégica definida previamente por el Ente. (Las campañas publicitarias se definen como el conjunto de piezas realizadas bajo una misma acción promocional que conviven en los medios de difusión.)

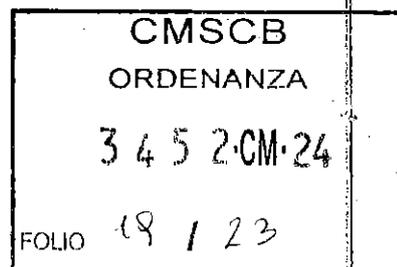
Debe tenerse en cuenta la posibilidad de recursos disponibles, como geolocalización en móviles, intereses en redes sociales y todo tipo de segmentación que logre mejorar los resultados de la campaña. Se considerará campaña a las acciones que requieran el diseño y redacción de más de 1 (una) pieza y de máximo 100 (cien) en uno o varios medios, ya sea digital, gráfico, radial o audiovisual.

Se prevé la creación y diseño de 8 campañas anuales para medios online y offline.

Las piezas que pueden contener una campaña son:

a) **Contenido:** Se requerirán un mínimo de 3 (tres) conceptos por campaña y sus respectivas líneas creativas por audiencia. El concepto seleccionado deberá incluir creatividad, diseño y redacción de las piezas.

b) **Avisos de gráfica (5):** Selección y retoque digital de fotos, adaptación de textos y armado de originales según requerimientos de cada medio.



- c) Radio (2): Se debe incluir spots de radio de 20" para las campañas designadas por el Ente que contemple creatividad y alineación con los intereses del target de la marca y el resto de la campaña. (No incluye producción de spots, musicalización, derechos ni edición)
- d) Vía pública (7): Creatividad, Gigantografías. Redacción y diseño. Armado de originales.
- e) Digital (85): Creatividad, Diseño de piezas digitales incluyendo la programación y animación de piezas diferentes por campaña. Piezas para redes sociales, programmatic y redacción de Google Ads.
- f) Landing page (1): Generación de contenido, diseño y desarrollo por campaña.
- g) Informe Analítico: Realización de un informe mensual con datos estadísticos, sobre el avance del rendimiento de la campaña, con un criterio de parámetros unificados de medición para la evaluación de la inversión en medios digitales y efectividad de la pauta.

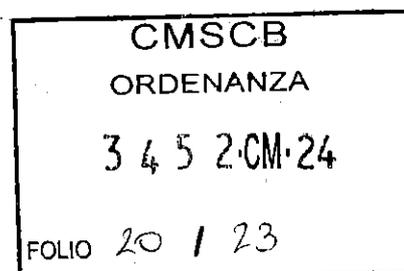
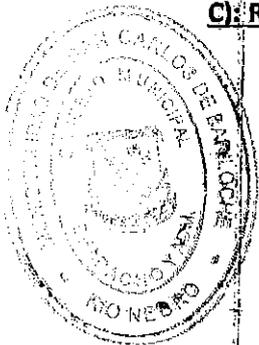
B-2) Creatividad, diseño y desarrollo de video institucional:

- a) Video institucional: Creatividad, diseño y desarrollo del guion de un video institucional de la marca que pueda ser utilizado como pieza madre atemporal de la marca en diferentes mercados y audiencias. (No incluido la producción del mismo)

B-3) Creatividad, diseño y originales anuales:

- a) Material institucional: Diseño de tarjetas personales (2) y hasta (6) ajustes, 1 diseño papelería comercial, (8) credenciales, (3) armado, diseño y programación de hasta 4 PowerPoint (PPT) por año. b) Adaptación de diseños de Isologotipo para eventos específicos con aplicación y originales para: (10) afiches VP, (4) banners y (1) flyer de promoción (máximo 6 eventos al año).
- c) Folletería Nueva (5): Diseño, redacción y traducción al inglés y portugués de folletería nueva para elaboración de manuales por productos impresos y digitales de hasta 20 páginas cada uno. (No incluye la impresión). Armado de originales para impresión y de documentos finales en formato digital tipo pdf. Los folletos deberán ser entregados en un plazo no mayor a 30 días desde la entrega del material entregado por el ente.
- d) Folletería existente (7): Actualización de folletería existente, cambio de contenidos, rediseño de portadas, armado de nuevos originales.
- e) Diseño integral de tapas y páginas para manuales específicos por productos (4)
- f) Creatividad y diseño de piezas específicas (24) por fuera de campañas
- g) Diseño de Gigantografías (36): Para ploteo de micros, trailers, carteles en vía pública o stands en ferias, con composición gráfica de fotos, textos y logos. Armado de originales según requerimiento de cada medio.
- h) Merchandising (16): Diseño de merchandising en elementos promocionales del destino para ferias u otras acciones (postales, señaladores, gorras, regalos, bolsas, stickers, y otros).
- i) Prensa: Diseño de piezas (6 máximo año) para acciones institucionales y de prensa como invitaciones para eventos, tarjetas de salutación, newsletter institucionales y otras necesidades que pudieran surgir.

C) Relevamiento fotográfico y audiovisual



C-1) Asesoramiento en la selección de material fotográfico y audiovisual para diversas acciones que realice el Ente como ser material institucional, presencias en ferias, acciones de prensa, alianzas específicas que requieran imagen entre otras acciones que realice el Ente.

C-2) Realización y relevamiento fotográfico y audiovisual diario del destino para redes sociales con foco en Instagram, Facebook, Twitter, You Tube y Pinterest además de otras redes sociales y contenido para otros medios que pudieran ser relevantes.

La cobertura de imágenes fotográficas y audiovisuales en redes deberá contemplar:

Instagram Español

- Cobertura de cinco (5) fotos semanales para posteos diarios como contenido.
- Cobertura de cuatro (4) videos semanales como posteo de contenido para feed, reels y stories.

Instagram Portugués (contenido diferente)

- Cobertura de cinco (5) fotos semanales para posteos diarios como contenido.
- Cobertura de cuatro (4) videos semanales como posteo de contenido para feed, reels y stories.

Facebook Argentina

- Cobertura de cuatro (4) fotos semanales por red para posteos diarios como contenido para la comunidad.
- Cobertura de tres (3) videos semanales como posteo de contenido utilizando nuevas tecnologías. (Ej. Boomerang / fotos y videos 360°)

Facebook Brasil e Inglés:

- Cobertura de dos (2) fotos semanales para posteo como contenido.
- Cobertura de tres (3) videos semanales como posteo de contenido utilizando nuevas tecnologías. (Ej. Boomerang / fotos y videos 360°)

Twitter

- Cobertura de siete (5) fotos semanales para posteos diarios como contenido.
- Posteos con una frecuencia mínima de 3 diarios.

YouTube

- Cobertura de uno (1) video semanal como contenido.

Pinterest

- Administración de la cuenta y ordenamiento de banco de imágenes.

C-3) Banco de Imágenes: Seleccionar 12 (doce) fotos al mes en alta resolución de las destinadas a redes sociales para alimentar el banco del Ente en Flickr y Pinterest relativas al destino, sus productos, atracciones y sus temporadas. (10mb) para que puedan ser utilizadas en material



CMSCB
ORDENANZA
3 4 5 2-CM-24
FOLIO 21 / 23

promocional, de prensa, medios digitales, y todos aquellos canales posibles para hacer difusión, teniendo bajo su responsabilidad otorgar el material para libre disponibilidad del Ente sobre los derechos de uso y publicación.

El contenido de las fotos deberá ser definido por el Ente para el correcto registro deseado del destino y sus productos. No incluye las fotos publicitarias con modelos. (Deben ser propiedad del ente el material crudo de audiovisuales, formato fotográfico, digital etc.) (Entiéndase por alta resolución a un tamaño 4920 x 3264 (300dpi) / Calidad TIFF, PSD y JPEG dependiendo la utilización de las imágenes.)

Las fotos mencionadas en el punto anterior deben incluirse en el banco de imágenes del Ente en Flickr y Pinterest mensualmente etiquetadas con fecha, ubicación, tema, fuente para la correcta conformación, mantenimiento y administración del banco de imágenes de Emprotur.

C-4) Eventos especiales: Se cubrirán al menos 6 eventos al año considerados especiales (por el volumen de participantes o la importancia en la difusión) que surjan en el destino. Los mismos serán definidos por la Dirección del Ente.

El registro de dichos eventos deberá ser realizado mediante imágenes en alta resolución fotográfica.

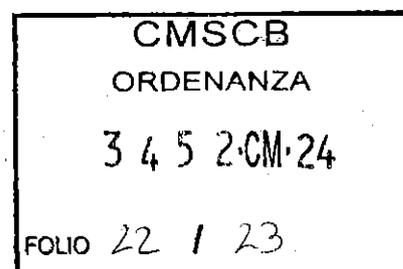
- 4 de estos eventos se deberán, además, cubrir con la generación de 1 video de 30 a 50" y de al menos 6 fotos en alta calidad de aquellos eventos que el Ente disponga.
- Los videos deberán ser un registro audiovisual del evento con sobreimpresiones y edición del material.
- Cada evento deberá contar con un pack de piezas (mínimo de 6 piezas para stories en IG y 1 video) destinadas a ser compartidas en una carpeta de drive para Directores e Instituciones a fin de entregar material de difusión de los eventos además de lo que el Ente realice desde la marca oficial.

D) Administración diaria de Redes Sociales

a) **Redes:** Analizar el mapa digital entendiendo las tendencias de consumo y evaluar las más relevantes para la marca Bariloche según sus objetivos y audiencias. Evaluar en forma permanente las redes existentes como también las posibles emergentes. (Ej.: Facebook, Instagram, Flickr, Twitter, Youtube, Google +, Snapchat, Tik Tok y Pinterest entre otras potenciales nuevas que pudieran surgir).

- Generar contenido en los Idiomas correspondientes de cada cuenta (Castellano, Ingles y Portugues)
- Evaluar el actual protocolo de manejo, tono y voz de la marca y analizar la necesidad de ajustes.
- Administrar el manejo de las redes y sus correspondientes analytics.
- Generación de reportes mensuales a partir de los analytics de las redes sociales y la web.

b) **Moderación:** Continuar y ampliar el servicio de "Community Managment" de las redes sociales de Bariloche para moderar las comunidades, brindar información a potenciales turistas, motivar las visitas a la ciudad y mejorar el posicionamiento del destino como así también moderar ante situaciones eventuales que puedan producirse o desvirtuar la esencia de la



comunicación en redes. Las consultas realizadas deben tener una respuesta menor a 12 hs y la persona en dicho rol deberá tener un probado conocimiento de la ciudad, sus atractivos y residir en forma permanente en la ciudad.

c) **Acciones de cross branding:** Generación de propuestas de la agencia para realizar acciones promocionales, programas de fidelización, eventos, sponsoreos, acciones btl, etc entre clientes de la agencia con marcas relevantes y/o afines a la marca Bariloche. Si bien esto no es excluyente se lo considerará un complemento de importante valor y relevancia.

d) **Administración de Concursos:** Administración de eventuales concursos en redes sociales (máximo 1 por semestre), selección del material enviado, la preselección para el jurado, y las respuestas a las consultas diarias recibidas tanto por mail como en las redes mismas, referidas a la temática. Se deben utilizar las herramientas digitales idóneas para dicha tarea.

e) **Informe:** Realización de un informe mensual con datos estadísticos, sobre el avance del trabajo en las distintas redes, con un criterio de parámetros unificados de medición para la evaluación de performance.

f) **Segmentación:** Las campañas publicitarias y las redes sociales deberán contemplar idiomas diferentes (español, neutro y portugués) y una segmentación requerida para sus diferentes audiencias.

g) Contenidos de sitio web:

Revisión y mantenimiento de los contenidos existentes de la página web www.barilocheturismo.gov.ar, reedición de contenidos, restyling de la página web con ajustes sobre la base actual, renovación de imágenes de home por temporada, actualización de descarga de documentos, implementación de encuestas online, mejoras de funcionamiento, incorporación de nueva información y secciones y cualquier nueva tecnología que pudiera potenciar el funcionamiento de la misma.

a) **Administrador web:** Manejo y supervisión de herramienta interna del sitio para actualizar e incorporar información relevante.

E) Traducciones: Se requiere la traducción a diferentes idiomas relevantes para el destino.

a) **Por campaña:**

a1) Piezas gráficas (4) en portugués.

b1) Landing (1) en portugués e inglés.

c1) Piezas Digitales (20) en portugués.

b) **Piezas aisladas (10):** Incluye invitaciones digitales y/o flyers.

c) **Folleto (6):** en portugués, inglés, alemán y chino. (Máximo de 100 palabras c/u)

d) **Sitio web (6):** Ajuste o incorporación de información de servicio/prestador en idioma inglés

