



1982 - "40 años de la gesta de Malvinas"- 2022  
Malvinas y Soberanía  
(Ordenanza 3302-CM-22)

DCLE



**Concejo Municipal**  
Municipalidad de San Carlos de Bariloche

"No a la violencia de género. Ni una menos"  
(Ordenanza 3029-CM-18)



21 JUN 2022

PROYECTO DE ORDENANZA N.º

524-22

DESCRIPCIÓN SINTÉTICA: SE PRESTA ACUERDO LLAMADO LICITACIÓN CONTRATACIÓN AGENCIA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN EMPROTUR

#### ANTECEDENTES

Carta Orgánica Municipal, artículo 38º, inciso 23.

Ordenanza 1618-CM-06: Reformula el ente autárquico denominado Ente Mixto de Promoción Turística de Bariloche. Dispone medidas de funcionamiento.

Ordenanza 1625-CM-06: Prestar acuerdo a los pliegos de licitación pública.




Ordenanza 2136-CM-11: Presta acuerdo llamado a Licitación Pública contratación cartelería vía pública gran formato.

Ordenanza 2565-CM-14: Presta acuerdo llamado licitación contratación agencia de publicidad, administración página de Facebook para Bariloche destino turístico EMPROTUR.

Ordenanza 2835-CM-17: Se presta acuerdo llamado Licitación contratación Agencia Publicidad Emprotur.

Pliego de bases y condiciones.

Nota N.º 113-22 del Tribunal de Contralor.

 <p>1982 - "40 años de la gesta de Malvinas"- 2022 Malvinas y Soberanía (Ordenanza 3302-CM-22)</p>	<p>DCLE</p>	 <p><b>Concejo Municipal</b> Municipalidad de San Carlos de Bariloche</p> <p>"No a la violencia de género. Ni una menos" (Ordenanza 3029-CM-18)</p> 
---	-------------	--

## FUNDAMENTOS

El Ente Mixto de Promoción Turística de Bariloche (EMPROTUR) tiene por objeto la promoción turística institucional y de los diferentes atractivos turísticos de nuestra ciudad como también la planificación turística, estratégica y el desarrollo de productos directamente relacionados con el turismo que tengan incidencia económica y social para el conjunto de la comunidad como bases para una promoción turística coordinada.

En tanto para el cumplimiento de su objetivo, el Ente debe, por sí mismo o a través de terceros idóneos, publicitar en los medios de comunicación o a través de otros mecanismos de publicidad y promoción existentes y en los lugares específicamente autorizados para tal fin; realizar investigaciones de mercados actuales y potenciales en lo referente a motivaciones, imagen, satisfacción de expectativas y calidad de servicios recibidos; generar eventos promocionales y todas aquellas actividades institucionales tendientes a facilitar la comercialización de la oferta turística y de los productos directamente relacionados con el turismo, con incidencia económica para el conjunto de la comunidad; planificar y formular metodologías, seguimiento, control y apoyo administrativo necesarios para la ejecución de las actividades promocionales.

En tal sentido a partir del trabajo estratégico delineado por el Ente entre las necesidades promocionales en general se destaca la necesidad de fortalecer la comunicación, la publicidad y el manejo de las redes sociales a través de una Agencia de Marketing especializada en el segmento joven y de turismo estudiantil en condiciones de diseñar y confeccionar diferentes campañas publicitarias y promocionales en los mercados a fin de fortalecer la marca Bariloche como destino privilegiado para ese target turístico.



1982 - "40 años de la gesta de Malvinas"- 2022  
Malvinas y Soberanía  
(Ordenanza 3302-CM-22)

DCLE



**Concejo Municipal**  
Municipalidad de San Carlos de Bariloche

"No a la violencia de género. Ni una menos"  
(Ordenanza 3029-CM-18)

Siendo el Turismo Estudiantil una de las principales industrias de nuestra ciudad, lo cierto es que producto de la Pandemia generada por el coronavirus la actividad sufrió un freno y sus consecuencias afectaron fuertemente a la economía local.

La industria genera 5.000 puestos de trabajo directo y representa entre un 8 y un 10% del turismo total de nuestra ciudad con casi 120.000 visitantes estudiantiles por año. La crisis no sólo repercutió en los prestadores directos de servicios al turismo estudiantil sino también a proveedores de insumos para cubrir las necesidades que se generan por el consumo de ese segmento.

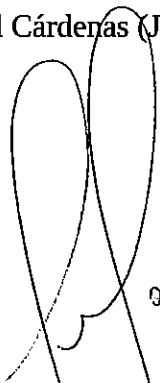
En este contexto, pos pandemia, se hace imperioso iniciar una campaña de reposicionamiento de la ciudad como destino preferencial para el turismo estudiantil de nuestro país y es por ello que el Ente pretende destinar recursos propios al financiamiento de la misma.

Es importante destacar que el trabajo del EMPROTUR se realiza dentro de los parámetros, normas y metodologías establecidas. En este caso, y en virtud del marco legal correspondiente eleva el pliego de bases y condiciones de la Licitación Pública N.º 03/2022, la cual posee por objeto, la contratación de una agencia de Marketing y Comunicación especializada en el segmento joven y de turismo estudiantil para llevar adelante una campaña creativa de comunicación con el objetivo de reposicionar a Bariloche en el mercado joven.



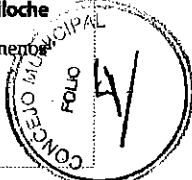
AUTORES: Concejales Natalia Almonacid (JSRN) y Ariel Cárdenas (JXC)



**ARIEL CARDENAS**  
Concejal Municipal - Bloque BxC  
Municipalidad de San Carlos de Bariloche



**NATALIA ALMONACID**  
Presidenta Concejo Municipal  
San Carlos de Bariloche

 <p>1982 - "40 años de la gesta de Malvinas"- 2022 Malvinas y Soberanía (Ordenanza 3302-CM-22)</p>	<p>DCLE</p>	 <p><b>Concejo Municipal</b> Municipalidad de San Carlos de Bariloche</p> <p>"No a la violencia de género. Ni una menos" (Ordenanza 3029-CM-18)</p> 
---	-------------	--

**INICIATIVA: Directorio Ente Mixto de Promoción Turística de Bariloche (Emprotur)**

El proyecto original N.º /fue aprobado en la sesión del día de de 2022, según consta en el Acta N.º /. Por ello, en ejercicio de las atribuciones que le otorga el Art. 38 de la Carta Orgánica Municipal,

**EL CONCEJO MUNICIPAL DE SAN CARLOS DE BARILOCHE  
SANCIONA CON CARÁCTER DE**

**ORDENANZA**

- Art. 1º) Se presta acuerdo al llamado a licitación pública para la contratación de una agencia de Marketing y Comunicación especializada en el segmento joven y de turismo estudiantil para llevar adelante una campaña estratégico creativa de comunicación con objetivos de reposicionar a Bariloche en el mercado joven; por un presupuesto oficial de pesos doce millones quinientos mil (\$12.500.000).
- Art. 2º) Se afecta al presupuesto del Ente Mixto de Promoción Turística (EMPROTUR).
- Art. 3º) Se establece que el acuerdo se funda exclusivamente en el mérito y en la convivencia de la contratación en base al proyecto que forma parte del pliego adjunto.
- Art. 4º) El presente no modificará el régimen vigente en la materia y la regularidad del proceso está sujeta a la tramitación dispuesta por el Departamento Ejecutivo.
- Art. 5º) Los pliegos de bases y condiciones generales y particulares se formalizarán mediante Resolución del EMPROTUR en total concordancia con el régimen de contrataciones vigente y la normativa particular aplicable y de conformidad al



1982 - "40 años de la gesta de Malvinas"- 2022  
Malvinas y Soberanía  
(Ordenanza 3302-CM-22)

DCLE



**Concejo Municipal**  
Municipalidad de San Carlos de Bariloche

"No a la violencia de género. Ni una menos"  
(Ordenanza 3029-CM-18)



artículo 51°, inciso 10, de la Carta Orgánica Municipal.

Art. 6°) La presente ordenanza entrará en vigencia a partir de su promulgación.

Art. 7°) Comuníquese. Publíquese en el Boletín Oficial. Cumplido, archívese.



**Municipalidad de San Carlos de Bariloche  
Tribunal de Contralor  
Río Negro**



**De: Tribunal de Contralor**

**A: Emprotur**

**Ref. "Lic. Publica Contratacion Agencia de Marketing y Comunicacion"**

De nuestra mayor consideración:

Visto el Pliego de la referencia, se hace saber que este Departamento no presenta objeción al mismo razón por la cual se remite a los efectos de la prosecución del tramite.

Se informa que este pliego **no podrán ser modificado** en ninguna de sus partes sin previa autorización de este Departamento.-

Sin otro particular, saludamos cordialmente;




**Dr. Estanislao Cazaux**  
VOCA  
Tribunal de Contralor  
Municipalidad de S. C. de Bariloche

**Sr. Oscar Cannizzaro**  
VICEPRESIDENTE  
Tribunal de Contralor  
Municipalidad de S. C. de Bariloche

**Sra. Luisa Mora Cid**  
PRESIDENTE  
Tribunal de Contralor  
Municipalidad de S. C. de Bariloche

Nota Nro. 113-TC-22

San Carlos de Bariloche, 09 de Junio de 2022

  
14/06/22

# PLIEGO DE BASES Y CONDICIONES

## I-CARATULA

### LICITACION PÚBLICA N° 03-2022



### ORDENANZA.....

### PROYECTO N .....

**OBJETO:** EMPROTUR Bariloche llama a Licitación Pública para la la Contratación de una Agencia de Marketing y Comunicación especializada en el segmento joven y turismo estudiantil.

**PRESUPUESTO OFICIAL:** Pesos total \$12.500.000.- (IVA incluido)

**CONSULTAS:** Los oferentes que tuvieran dudas, podrán formular consultas o aclaraciones ante el Emprotur Bariloche por mail a [licitaciones@barilocheturismo.gob.ar](mailto: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 06 de julio de 2022 - 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. -

**GARANTIA DE LAS OFERTAS:** 1% Del presupuesto oficial.

### CLÁUSULAS LEGALES

**Cláusula N°1) OBJETO DE LA LICITACION:** El Emprotur Bariloche llama a Licitación Pública para la contratación de una Agencia de Marketing y Comunicación especializada en el segmento joven y de turismo estudiantil para llevar adelante una campaña estratégico creativa de comunicación con objetivos de reposicionar a Bariloche en el mercado joven.

**Cláusula N°2) 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 N° 257-C-89, Régimen de Contrataciones de la Municipalidad de San Carlos de Bariloche.
- 4.- Ordenanza 669-CM-91 de contabilidad del Municipio y 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 N°3) PRESUPUESTO OFICIAL:** Pesos Doce Millones Quinientos mil Pesos total \$12.500.000.- (IVA incluido)

**Cláusula N°4) ACLARACIONES Y CONSULTAS:** Las aclaraciones y consultas, que deseen formular los interesados deberán ser enviadas por mail a: [licitaciones@barilocheturismo.gob.ar](mailto:licitaciones@barilocheturismo.gob.ar) , hasta dos (02) 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 dos (02) días corridos antes de la fecha de apertura y pasarán a integrar el Pliego de Bases y Condiciones.

**Cláusula N°5) APERTURA DE LA LICITACION:** La apertura de la Licitación será llevada a cabo el día 06 de julio de 2022, a las 10:00 hs.

**Cláusula N°6) LUGAR DE PRESENTACIÓN DE LAS OFERTAS:** Las ofertas serán recibidas en las oficinas de Emprotur Bariloche, Quaglia 737, hasta 2 (dos) días antes de la hora y día fijados 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 N°7) 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 N° 8) GARANTÍAS:** Las ofertas deberán afianzarse 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.

El oferente que resulte adjudicatario de la licitación deberá constituir garantía de cumplimiento del contrato en los términos de los arts. 31 y 32 del régimen de contrataciones municipal (Ord. 257-C-1989)

Las garantías deberán constituirse a favor del Emprotur Bariloche, en cualquiera de las formas siguientes:

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

2.- Seguro de Caución: 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 admitiéndose 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 N° 0255-900001854-00, CBU 0340255100900001854009, CUIT 30-67294891-2, correspondiente al Ente Mixto de Promoción Turística de Bariloche.





**Cláusula N°09) OFERENTES:**

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) Experiencia: Los oferentes deberán acreditar un mínimo de 10 años de experiencia ininterrumpida en dos o más campañas vinculadas a operadores de la industria del turismo estudiantil argentino orientadas hacia el destino Bariloche. Deberán acreditar en su propuesta, experiencia experta en la creación y ejecución de campañas de marketing directo, online y offline de branding de productos y/o servicios dirigidos al segmento adolescente de argentina, incluyendo en su alcance a la provincia de Buenos Aires.

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

e) Deberán demostrar idoneidad, habitualidad, conocimiento probado del segmento joven y estudiantil, acreditar clientes en turismo estudiantil que garantice el conocimiento de dicho producto y target objetivo relevante para el contrato.

f) Deberán garantizar un equipo de trabajo con probada experiencia para el desarrollo de comunicaciones en redes sociales y diseño de campañas publicitarias para el sector turístico estudiantil y diversas marcas de operadores estudiantiles y marcas relevantes para el segmento adolescente y joven. Se solicita especificar y desarrollar casos exitosos.

g) Los oferentes deberán comprobar expertise de su equipo para la producción de toma fotográfica y videos, como así también contar con profesionales de la comunicación (Licenciados en comunicación, en Relaciones Públicas, o afines) con capacidad y experiencia en el manejo de redes sociales y en las tareas de marketing digital.

h) Los oferentes deberán especificar 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.

**Cláusula N°10) 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 judicialmente 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.

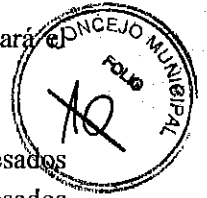
**Cláusula N° 11) ACTO LICITATORIO:** En el lugar y fecha fijados para la apertura de las propuestas y con la presencia de los funcionarios competentes del Emprotur Bariloche que se designen a tal efecto,

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 N° 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 N° 12) PRESENTACIÓN DE LAS OFERTAS:** Las ofertas deberán presentarse en dos (2) sobres cerrados con la siguiente leyenda: "Licitación Pública N° 03-2022 para la Contratación de una Agencia de Marketing y Comunicación especializada en el segmento joven y turismo estudiantil"-objeto de la licitación.

El Sobre N° 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.
- 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:

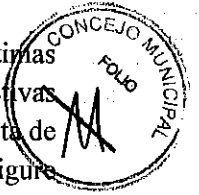
Todo tipo de condición de contribuyente:

- 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 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 períodos o consulta de cuenta corriente firmada por el responsable. Lo pagos mencionados en este inciso podrán ser reemplazado 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 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 periodos 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 correspondiere.

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.

### El Sobre N° 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 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
2. Cartera de clientes
3. Casos de éxito
4. Conocimiento demostrable del mercado turístico estudiantil (excluyente)
5. Estructura de la empresa
  - a. Listado completo de personas afectadas al servicio y su relación contractual con la empresa

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 desestimaré 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 correspondieran. 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 cual 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 reclamo alguno.

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

**Cláusula N° 14) SELLADOS:** Se deberá cumplimentar lo requerido por el Código Fiscal de la Provincia de Río Negro.

**Cláusula N° 15) FACULTADES DEL EMPROTUR BARILOCHE:**

1) En caso 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 cual 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 oferente o adjudicatario no podrá ceder o transferir los derechos emergentes de la licitación en todo o en parte sin consentimiento previo y por escrito del EMPROTUR BARILOCHE. -



**Cláusula N° 16) FORMA DE PAGO:** El 30% del valor de la propuesta destinado a costo de gerenciamiento y administración de la campaña será abonado a prorrata en forma mensual de acuerdo a contrato por seis (6) meses que será firmado una vez realizada la adjudicación de la presente licitación. El 70% restante de la propuesta será abonado en dos (2) pagos mensuales, por adelantado, entendiéndose son costos de inversión publicitaria y contratación de recursos promocionales y herramientas de divulgación. El adjudicatario deberá presentar facturas de acuerdo a las normas vigentes y constituir garantía de cumplimiento conforme los términos de los arts. 31 y 32 del régimen de contrataciones municipal (Ord. 257-C-1989).

**Cláusula N°17) COMPUTO 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 N°18) UNICA OFERTA:** En el caso de que hubiera una sola oferta válida, por falta de otras o rechazo de las restantes, ello no significará obstáculo alguno para que la adjudicación definitiva se lleve a cabo en 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.

**Cláusula N°19) PROPIEDAD INTELECTUAL:** La propiedad intelectual de todas las piezas gráficas, audiovisuales, y cualquier material que se genere en virtud de los servicios contratados en virtud de la presente licitación, serán de propiedad y titularidad del EMPROTUR Bariloche, sin derecho a reclamo o indemnización alguna por parte del adjudicatario, una vez ejecutada la acción.

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



### **III DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS REQUERIDOS**

#### **ANEXO I**

El Emprotur Bariloche llama a Licitación Pública para la Contratación de una Agencia de Marketing y Comunicación especializada en el segmento joven y de turismo estudiantil para la realización de una campaña de marketing dirigida a ese segmento del turismo.

El interesado deberá presentar una propuesta estratégica creativa que determine los objetivos a alcanzar, las ideas con las que se perseguirán esos objetivos, las estrategias y mecánicas que se proponen utilizar para su implementación, los medios por los cuales se difundirán y los indicadores de resultados a medir. La propuesta deberá estar sostenida con los racionales y argumentaciones necesarias para respaldar la estimación de resultados que prevé.

#### **A) Asesoramiento estratégico en comunicación y marketing del segmento estudiantil:**

Realizar todo el proceso de creación y ejecución de una campaña marketing y comunicación de la marca Bariloche para el segmento estudiantil.

Asesorar y acompañar a EMPROTUR brindando servicio y apoyo en el proceso de ejecución de una campaña de marketing y publicidad de la marca Bariloche segmentada a un público objetivo de turismo estudiantil con contemplando:

##### **1) Propuesta estratégico creativa:**

- a) determinando los objetivos a alcanzar;
- b) describiendo el escenario sobre el cual trabajar (análisis de mercado, entorno y buyers);
- c) presente, racionalice y argumente las ideas, estrategias y tácticas rectoras a través de las cuales propone alcanzar los objetivos;
- d) mencionando los canales, y medios por los cuales difundir y realizar las acciones;
- e) Listando los indicadores para medir los resultados.

##### **2) Objetivos de la Campaña Publicitaria:**

Corto Plazo:

1. Reconectar el vínculo emocional entre el adolescente y la ciudad de Bariloche.
2. Estimular la demanda de viajes de este público al destino.
3. Apoyar a los operadores.

Mediano Plazo:

1. Facilitar el consumo de productos y servicios orientados a este público.

Largo Plazo:

1. Posicionar a San Carlos de Bariloche como la ciudad joven de Argentina.

##### **3) Estrategia:**

Insight sobre el cual trabajar: El deseo permanente de conectar con otros.

Idea rectora: **Bariloche como el punto de encuentro joven de Argentina**, Bariloche como el lugar ideal para compartir buenos momentos con amigos, conocer nuevos pares y vivir nuevas experiencias.

4) **Racional:**

Capitalizar la identidad que aún tiene la ciudad de “lugar con gran concentración adolescente”; encausándola de manera emocional hacia este público para impactar sobre su necesidad natural de encuentro social, propia de esta edad.



B) **Táctica de implementación:**

Medios y acciones de difusión: Implementación de una campaña de comunicación, promoción y publicidad que contenga difusión masiva online, acciones promocionales on y offline y amplificación de marketing directo a través del apoyo hacia y desde los operadores, a través de sus propios canales.

a) web Desarrollar un website que centralice la campaña y brinde información de valor a los adolescentes sobre la ciudad y el nuevo enfoque estratégico.

b) Redes Sociales Activar nuevos perfiles sociales en Instagram y TikTok para generar comunidad y conexión emocional de la campaña.

c) Medios digitales: Campaña de publicidad en medios digitales, que comunique la campaña y direcciona el tráfico adolescente a nuestros canales de interacción. Los medios a utilizar deberán ser los trascendentes para el target objetivo.

d) Influencers: Generación de contenido de valor y amplificación de contenido a través de interacciones orgánicas con influencers y micro influencers.

Acciones promocionales con referentes para el target en el destino realizando actividades que reflejen el producto que se busca transmitir.

e) Generación de contenido: Producción de contenido en foto y video para comunicar en los diferentes vehículos publicitarios que la campaña defina.

f) Inversión: La inversión en medios digitales y acciones deberá contemplar un 70% del total de la propuesta económica del oferente.

C) **Realización:**

Realización integral de la campaña, bajo un modelo “llave en mano”, realizando los procesos estratégicos y creativos necesarios, dirigiendo la producción de los contenidos, administrando la implementación, su difusión y promoción y reportando mensualmente los resultados.

D) **Indicadores a medir:**

Visualizaciones, compartidos, reacciones, comentarios e incremento de followers.

Visitas al sitio web, entradas, permanencia y secciones visitadas.

Tasa de rebote (solo vio home), suscripciones e interacciones con los contenidos.