



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

*Memoria, Verdad y Justicia*  
(Ordenanza 3578-CM-26)



11 MAY 2026

PROYECTO DE ORDENANZA N° . . 6 2 1 2 6

DESCRIPCIÓN SINTÉTICA: SE PRESTA ACUERDO LLAMADO LICITACIÓN  
CONTRATACIÓN AGENCIA INTEGRAL DE  
MARKETING Y PUBLICIDAD

#### ANTECEDENTES

Carta Orgánica Municipal, artículo 38°, inciso 23.

Ordenanza 1618-CM-06: Reformulación conformación y funcionamiento del EMPROTUR Bariloche.

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

Ordenanza 2049-CM-10: Establecer Régimen de Contratación de Obras Públicas Municipales.

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.

Ordenanza 3182-CM-20: Se presta acuerdo llamado licitación contratación Agencia Publicidad EMPROTUR.

Ordenanza 3323-CM-22: Se presta acuerdo llamado licitación contratación Agencia de Marketing y Publicidad EMPROTUR.

Ordenanza 3372-CM-2023: Se presta acuerdo llamado licitación contratación de medios offline campaña invierno 2023.



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

*Memoria, Verdad y Justicia*  
(Ordenanza 3578-CM-26)

Ordenanza N° 3452-CM-2024: Se presta acuerdo llamado licitación contratación de agencia integral de marketing y medios.

Pliego de Bases y Condiciones.

## FUNDAMENTOS

El Ente Mixto de Promoción Turística de San Carlos de Bariloche (EMPROTUR), conforme lo dispuesto por la Ordenanza N° 1618-CM-06 y sus modificatorias, tiene por objeto la promoción turística institucional del destino, la planificación estratégica de su posicionamiento y el desarrollo de acciones y productos con impacto económico y social para la comunidad.

La propia Carta Orgánica Municipal reconoce expresamente al turismo como una actividad socioeconómica y estratégica esencial para el desarrollo de la ciudad, orientando las políticas públicas al fomento, promoción y regulación de la actividad turística.

En Bariloche, hablar de turismo no implica únicamente hablar de visitantes. Implica hablar de trabajo, de actividad económica, de desarrollo local, de oportunidades, de inversión, de conectividad, de gastronomía, de hotelería, de comercio, de transporte, de cultura, de deportes, de eventos y de miles de familias cuya vida cotidiana depende directa o indirectamente de esta actividad.

La historia de nuestra ciudad demuestra que el turismo ha sido y continúa siendo uno de los grandes motores de desarrollo económico y social. La actividad turística representa una de las principales fuentes de empleo e ingresos de San Carlos de Bariloche, situación reconocida institucionalmente y reflejada históricamente en las políticas públicas locales.

En ese contexto, el EMPROTUR constituye una herramienta institucional estratégica para la ciudad. Su creación respondió a una visión moderna e innovadora de articulación público-privada que convirtió a Bariloche en un destino pionero en materia de promoción turística organizada. El modelo desarrollado en nuestra ciudad fue posteriormente replicado por numerosos destinos turísticos del país e incluso tomado como referencia en esquemas de promoción provinciales y nacionales.



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



*Memoria, Verdad y Justicia*  
(Ordenanza 3578-CM-26)

La existencia de un ente especializado en promoción turística no constituye un gasto accesorio ni una estructura superflua. Constituye, por el contrario, una política pública estratégica destinada a sostener y fortalecer el principal motor económico de la ciudad.

Bariloche posee atributos naturales únicos e inigualables. Sin embargo, en un contexto de creciente competencia entre destinos turísticos nacionales e internacionales, la sola belleza natural ya no resulta suficiente para garantizar liderazgo, conectividad, flujo turístico sostenido y posicionamiento estratégico.

Los destinos turísticos compiten permanentemente por visibilidad, conectividad aérea, posicionamiento de marca, captación de eventos, apertura de mercados y elección de los viajeros.

Esa competencia exige profesionalización, planificación, análisis de datos, creatividad, presencia constante y capacidad de adaptación a nuevas tendencias y plataformas de comunicación.

La promoción turística moderna requiere estrategias integrales, segmentadas y dinámicas. Requiere presencia sostenida en medios digitales y tradicionales, campañas de posicionamiento, generación de contenidos, articulación con operadores turísticos, acciones de prensa, activaciones, participación en ferias, gestión de redes sociales y planificación estratégica de medios.

Cada acción de promoción turística impacta directamente en la economía local.

Detrás de cada visitante que elige Bariloche existe una cadena de valor completa que se moviliza: hoteles, agencias, comercios, excursiones, gastronomía, transporte, actividades recreativas y servicios vinculados.

En cumplimiento de tales fines, el EMPROTUR debe ejecutar políticas activas de comunicación y marketing que permitan consolidar la marca Bariloche en mercados nacionales e internacionales, fortalecer su posicionamiento competitivo y acompañar la evolución de las tendencias del turismo y del consumo digital.

En este marco, resulta necesario contar con un esquema integral de gestión de la comunicación que contemple, de manera coordinada y estratégica, el diseño creativo, la planificación de medios, la producción de contenidos y la ejecución de campañas en entornos digitales y tradicionales.



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

*Memoria, Verdad y Justicia*  
(Ordenanza 3578-CM-26)



A tales efectos, se propone la contratación de una Agencia Integral de Marketing y Publicidad, que brinde servicios de asesoramiento estratégico en comunicación del destino, desarrollo de campañas publicitarias, diseño y producción de piezas de comunicación, planificación y ejecución de pauta en medios online y offline, gestión de redes sociales oficiales, y administración de contenidos digitales, incluyendo la página web institucional.

La contratación bajo un modelo integral responde a la necesidad de garantizar coherencia estratégica, eficiencia operativa y unidad conceptual en todas las acciones de comunicación del destino.

La fragmentación de servicios en múltiples proveedores ha demostrado generar ineficiencias, superposición de tareas y pérdida de consistencia en el mensaje, mientras que la centralización en una agencia integral permite optimizar tiempos, recursos y resultados.

Asimismo, la integralidad del servicio posibilita una mejor planificación del mix de medios, el aprovechamiento de economías de escala en la contratación de pauta y servicios creativos, y una optimización de la inversión publicitaria, maximizando el retorno en términos de posicionamiento, alcance y conversión.

En particular, la gestión sostenida de campañas digitales por un mismo equipo técnico favorece el aprendizaje continuo, la optimización de algoritmos y la mejora progresiva del rendimiento de las acciones, impactando positivamente en la eficiencia del gasto público.

El esquema propuesto contempla, además, la incorporación de herramientas de medición, análisis de datos y reporting que permitan evaluar en forma permanente el desempeño de las campañas y ajustar las estrategias en función de resultados concretos.

Por otra parte, la dinámica del mercado turístico y de los medios de comunicación exige una alta capacidad de adaptación y respuesta ante cambios en la demanda, nuevas plataformas, tendencias emergentes y oportunidades de posicionamiento, lo cual requiere de un proveedor con capacidad técnica, operativa y estratégica suficiente para acompañar dichos procesos.

Cabe señalar que el EMPROTUR viene desarrollando sus acciones de comunicación y promoción turística bajo este esquema integral de contratación, actualmente instrumentado mediante la Licitación Pública aprobada por Ordenanza 3452-CM-2024,



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



*Memoria, Verdad y Justicia*  
(Ordenanza 3578-CM-26)

cuyo vínculo contractual se encuentra próximo a su vencimiento, operando el mismo el día 30 de junio de 2026. La experiencia desarrollada durante dicho período permitió consolidar una metodología de trabajo coordinada, sostenida y estratégica entre las distintas áreas de comunicación, creatividad, medios y contenidos, evidenciando resultados positivos en términos de posicionamiento, alcance, eficiencia operativa y capacidad de respuesta frente a las dinámicas del mercado turístico.

En tal sentido, la presente licitación no implica la creación de un nuevo esquema de contratación, sino la continuidad y actualización de una herramienta de gestión ya implementada por este Ente, cuya finalidad es garantizar la continuidad de las acciones de promoción turística institucional del destino Bariloche, evitando discontinuidades que pudieran afectar el posicionamiento alcanzado por la ciudad en los distintos mercados.

En virtud de lo expuesto, y en el marco del régimen de contrataciones vigente, se eleva el correspondiente pliego de bases y condiciones para la Licitación Pública N° 03-2026, cuyo objeto es la contratación de una Agencia Integral de Marketing Turístico, Creatividad Publicitaria y Planificación de Medios, por un plazo de doce (12) meses, con opción a prórroga a exclusivo criterio del EMPROTUR.

El presupuesto oficial estimado asciende a la suma de pesos doscientos ochenta millones (\$280.000.000.- IVA incluido) para los servicios de marketing y publicidad, y de hasta pesos ochocientos millones (\$800.000.000.- IVA incluido) para la planificación, contratación y ejecución de pauta en medios digitales y tradicionales (online y offline), conforme los términos establecidos en el pliego.

La presente contratación permitirá al EMPROTUR consolidar una estrategia de comunicación integral, eficiente y alineada con los objetivos institucionales, fortaleciendo el posicionamiento del destino Bariloche en los distintos mercados y contribuyendo al desarrollo sostenible de la actividad turística de la ciudad

AUTOR: Concejales Juan Pablo Ferrari (JSRN).

INICIATIVA: Directorio del EMPROTUR.

JUAN PABLO FERRARI  
Concejal - JSRN



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

*Memoria, Verdad y Justicia*  
(Ordenanza 3578-CM-26)



El proyecto original N.º /26, con las modificaciones incorporadas, fue aprobado en la sesión del día de de 2026, según consta en el Acta N.º /26. 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 N° 03-2026, cuyo objeto es la contratación, por el plazo de doce (12) meses, de una Agencia Integral de Marketing Turístico, Creatividad Publicitaria y Planificación de Medios, por un presupuesto oficial de hasta pesos doscientos ochenta millones (\$280.000.000.- IVA incluido) para servicios de marketing y publicidad, y de hasta pesos ochocientos millones (\$800.000.000.- IVA incluido) para la planificación, contratación y ejecución de pauta en medios online y offline, conforme los términos y condiciones establecidos en el Pliego de Bases y Condiciones que como Anexo I forma parte integrante de la presente.
- 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 conveniencia de la contratación en base al proyecto que forma parte del pliego que como anexo I forma parte de la presente.
- Art. 4º) La 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 artículo 51º, inciso 10, de la Carta Orgánica Municipal.
- Art. 6º) La presente ordenanza entrará en vigencia a partir de su sanción.
- Art. 7º) Comuníquese. Publíquese en el Boletín Oficial. Cumplido, archívese.