

DCLE	ORDENANZA	 Concejo Municipal Municipalidad de San Carlos de Bariloche No a la violencia de género. Ni una menos. (Ordenanza 2825-CM-2017)
------	-----------	---

14 MAR 2017

PROYECTO ORDENANZA -CM-17

277-17

DESCRIPCIÓN SINTÉTICA: SE PRESTA ACUERDO LLAMADO LICITACIÓN
CONTRATACIÓN AGENCIA PUBLICIDAD EMPROTUR

ANTECEDENTES

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

Ordenanza Municipal 1625-CM-06 “Prestar acuerdo a los pliegos de licitación pública”

Ordenanza Municipal 2049-CM-10 “Establece el Régimen de contrataciones de obras públicas municipales”

Pliego de bases y condiciones.

FUNDAMENTOS

El Ente Mixto de Promoción Turística (EMPROTUR), es un ámbito creado por medio de una ordenanza que posee como objeto la promoción turística institucional de nuestra ciudad. De esta manera, se realizan diversas acciones con el fin de promover los atractivos turísticos y los productos que contiene San Carlos de Bariloche.

Dentro de esta línea de trabajo, las necesidades promocionales del destino en línea con el mundo actual, se rige bajo la órbita de la comunicación, la publicidad y las redes sociales. Dicho trabajo estratégico es delineado por el Ente, quien necesita de una agencia de publicidad para el diseño, confección y logística de las diferentes campañas publicitarias y promocionales en los mercados a fin de hacer llegar la marca Bariloche y su propuesta a los potenciales visitantes.

Es importante destacar que el trabajo del EMPROTUR se debe realizar dentro de los parámetros, normas y metodologías establecidas. En este caso, y en virtud del marco legal correspondiente nos encontramos ante la necesidad de elevar el pliego de bases y condiciones de la Licitación Pública N° 01/2017, la cual posee por objeto, contratación de una Agencia de Publicidad, que logre ejecutar la política de comunicación del Ente con un criterio unificado del mensaje de acuerdo a los objetivos del Plan de Acción que optimice el manejo de los fondos presupuestados.

AUTOR: Concejales Daniel González (PRO) – Concejales Diego Benítez (JSB)

DANIEL GONZALEZ
Concejal Municipal – Bloque PRO
Municipalidad de San Carlos de Bariloche

DIEGO BENITEZ
Presidente Concejo Municipal
San Carlos de Bariloche

INICIATIVA: Directorio EMPROTUR

DCLE	ORDENANZA	 Concejo Municipal Municipalidad de San Carlos de Bariloche No a la violencia de género. Ni una menos. (Ordenanza 2825-CM-2017)
------	-----------	---

El proyecto original N° /, con las modificaciones introducidas, fue aprobado en la sesión del día de de 2017, según consta en el Acta N° /17. 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 Publicidad para el asesoramiento estratégico en comunicación y marketing, servicio de creatividad publicitaria y diseño de piezas de comunicación, administración de Redes Sociales, Creación de contenidos de la página web y relevamiento fotográfico y audiovisual con banco de imágenes.
- Art. 2º) Se afecta al presupuesto del Ente Mixto de Promoción Turística (EMPROTUR).
- Art. 3º) Se aprueba el Pliego de Bases y Condiciones – Licitación Pública N° 01-2017, que como Anexo I forma parte de la presente.
- Art. 4º) 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 adjunto.
- 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, la normativa particular aplicable.
- Art. 6º) Comuníquese. Publíquese en el Boletín Oficial. Tómese razón. Cumplido, archívese.

ANEXO I
PLIEGO DE BASES Y CONDICIONES

I-CARATULA

LICITACION PÚBLICA N° 01-2017

ORDENANZA

PROYECTO N°

OBJETO: Contratación de una Agencia de Publicidad.

PRESUPUESTO OFICIAL: Pesos Diez Millones Trescientos Siete Mil Doscientos Ochenta (\$ 10.307.280.-)

COSTO DEL PLIEGO: Pesos Tres mil (\$ 3.000.-).

CONSULTAS : Los oferentes que tuvieran dudas, podrán formular consultas o aclaraciones ante el Emprotur Bariloche por escrito a las oficinas del Ente, Villegas 215 2° Piso, Bariloche, por mail a licitaciones@barilocheturismo.gob.ar, todos los días hábiles en horario de atención al público, de 08:00 a 16:00 horas, y hasta tres (3) 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, Villegas 215 2° Piso, hasta 2 (dos) días antes de la fecha de apertura.

APERTURA DE LAS PROPUESTAS: En las oficinas del Emprotur Bariloche el día 27 de Abril de 2017 - 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 .

II –CLÁUSULAS LEGALES

Cláusula N°1) OBJETO DE LA LICITACION: El Emprotur Bariloche llama a Licitación Pública para la contratación de una Agencia de Publicidad para el asesoramiento estratégico en comunicación y marketing, servicio de creatividad publicitaria y diseño de piezas de comunicación, administración de Redes Sociales, Creación contenidos de la página web y relevamiento fotográfico y audiovisual con banco de imágenes

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.- 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 inadmisibile y desestimada.

Cláusula N°3) PRESUPUESTO OFICIAL: Pesos Diez Millones Trescientos Siete Mil Doscientos Ochenta (10.307.280.-)

Cláusula N°4) COMPRA DEL PLIEGO: El Pliego podrá ser comprado en forma personal en las oficinas del Ente, Villegas 215 2° Piso, de lunes a viernes en horario de 09 a 16 Horas, o a través de depósito en la Cuenta Corriente en Pesos del Banco Patagonia Sudameris N° 0255-900001854-00, correspondiente al Ente Mixto de Promoción Turística de Bariloche Aquellos que realicen la compra a través de depósito bancario deberán enviar via mail el comprobante bancario. Una vez que el Ente verifique la acreditación del depósito precederá a realizar el envío del pliego a través de correo electrónico o correo postal, que informe el interesado.

Cláusula N°5) ACLARACIONES Y CONSULTAS: Las aclaraciones y consultas, que deseen formular los interesados deberán ser presentadas por escrito en la oficinas de Emprotur Bariloche, Villegas 215 2° Piso, o 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.

Cláusula N°6) APERTURA DE LA LICITACION: La apertura de la Licitación será llevada a cabo el día 27 de Abril de 2017, a las 10:00 hs.

Cláusula N°7) LUGAR DE PRESENTACIÓN DE LAS OFERTAS: Las ofertas serán recibidas en las oficinas de Emprotur Bariloche, hasta 2 (dos) días antes de la hora y día fijada 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°8) 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° 9) 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. 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 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°10) 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).

d) Deberán demostrar habitualidad en la profesión del ramo a que corresponde el contrato.

e) Deberán poseer un equipo de trabajo con probada experiencia para el desarrollo de comunicaciones en redes sociales y diseño de campañas publicitarias para el sector turístico y diversas marcas. Se solicita especificar y desarrollar casos exitosos.

f) Los oferentes deberán comprobar expertise de su equipo para la producción de tomas fotográficas 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 del community management.

g) 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°11) 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° 12) 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° 13 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° 13) PRESENTACIÓN DE LAS OFERTAS: Las ofertas deberán presentarse en dos (2) sobres cerrados con la siguiente leyenda: "Licitación Pública N° 01-2016 para la contratación de una Agencia de Publicidad"- 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 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 el 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) Impuesto a los Ingresos Brutos, últimas 6 (seis) declaraciones juradas mensuales, con sus respectivas constancias de presentación y pago. (tanto para contribuyentes directos como para inscriptos en el Convenio multilateral).
- d) Declaración Jurada anual de Ingresos Brutos o Convenio Multilateral correspondiente al último ejercicio económico.

En el caso de Personas Físicas:

I. Responsables Inscriptos:

- a) Certificado fiscal para contratar s/Res. 1814/05 AFIP o constancia de certificado en trámite. Al momento de la adjudicación deberá presentar la certificación definitiva.
- 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 (emitida con antigüedad no mayor a 90 días) certificado por Contador Público y legalizada por el Consejo Profesional de Ciencias Económicas que correspondiere.

II. Régimen Simplificado para pequeños Contribuyentes (Monotributo):

- a) Certificado fiscal para contratar s/Res. 1814/05 AFIP o constancia de certificado en trámite. Al momento de la adjudicación deberá presentar la certificación definitiva.
- 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 (emitida con antigüedad no mayor a 90 días) certificado por Contador Público y legalizada por el Consejo Profesional de Ciencias Económicas que correspondiere.

En el caso de Personas Jurídicas:

III. Responsables Inscriptos:

- a) Certificado fiscal para contratar s/Res. 1814/05 AFIP o constancia de certificado en trámite. Al momento de la adjudicación deberá presentar la certificación definitiva.
- b) 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.

IV. Régimen Simplificado para pequeños Contribuyentes (Monotributo):

- a) Certificado fiscal para contratar s/Res. 1814/05 AFIP o constancia de certificado en trámite. Al momento de la adjudicación deberá presentar la certificación definitiva.
- b) Declaración Jurada de Bienes Personales Acciones y Participaciones Societarias correspondiente al último ejercicio fiscal con su respectiva constancia de presentación y pago o Manifestación de Bienes y Deudas (emitida con antigüedad no mayor a 90 días) certificado por Contador Público y legalizada por el Consejo Profesional de Ciencias Económicas que correspondiere.

7) Si el proponente fuera una sociedad regular según Ley 19550, copia autenticada del Contrato Social o Estatuto, según correspondiere y Acta de Distribución de cargos de designación también autenticada por escribano público y ambas inscriptas en el Registro Público de Comercio o Personas Jurídicas (en caso que la empresa fuera de otra jurisdicción deberá la firma del escribano contar con la legalización del Colegio de Escribanos de la jurisdicción). En el caso de ser una cooperativa debe presentar la misma documentación.

8) Acta de Directorio o reunión de socios gerentes, autorizando a la presentación en la Licitación autenticada por escribano público (en caso que la empresa fuera de otra jurisdicción deberá la firma del escribano contar con la legalización del colegio de escribanos de la jurisdicción). En el caso de ser una cooperativa debe presentar la misma documentación.

9) En el caso de sociedades en formación, el ítem 6 y 7, en todos sus puntos, deberán reemplazarse por la documentación que se detalla a continuación:

a) copia de acta constitutiva, copia del estatuto o contrato social y, en su caso, acta del directorio o del instrumento emanado del órgano máximo de la sociedad donde se fije domicilio legal.

b) Fotocopia del documento de identidad de todos los responsables de la sociedad (Directores, Socios Gerentes, o consejeros y fundadores, según documentación de constitución).

c) Constancia de inicio del trámite de inscripción ante el Registro Público de Comercio o Personas Jurídicas.

d) Constancia de Inscripción ante la AFIP.

e) Declaración Jurada de Bienes Personales correspondiente al último ejercicio fiscal con su respectiva constancia de presentación y pago o Manifestación de Bienes y Deudas (emitida con antigüedad no mayor a 90 días) certificado por Contador Público y legalizada por el Consejo Profesional de Ciencias Económicas que correspondiere, de cada uno de los responsables de la sociedad (Directores, Socios Gerentes, o consejeros y fundadores, según documentación de constitución).

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 de Río Negro, ex DGR.

3) Dirección de correo electrónico y teléfono.

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° 14)

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

Cláusula N° 16) 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, la que a su sólo e inapelable juicio, resolverá cual de la propuesta será aceptada tomando en cuenta la capacidad

creativa, precios, entregas y descuentos.-.- El EMPROTUR BARILOCHE podrá rechazarlas todas, sin que 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 en todos o en parte sin consentimiento del EMPROTUR BARILOCHE.-

Cláusula N° 17) FORMA DE PAGO: En forma mensual de acuerdo a contrato por 36 meses firmado una vez realizada la adjudicación de la presente licitación. Para el primer año el importe total es de Pesos Tres Millones Doscientos Dieciseis Mil (\$ 3.216.000.-), para el segundo año el importe total es de Pesos Tres Millones Trescientos Setenta y Seis Mil Ochocientos (\$3.376.800.-) y para el tercer año el importe total es de Pesos Tres Millones Setecientos Catorce Mil Cuatrocientos Ochenta (\$ 3.714.480.-) El adjudicado deberá presentar facturas de acuerdo a las normas vigentes.

Cláusula N°18) 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°19) 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 de pleno derecho.

Cláusula N°20) PROPIEDAD INTELECTUAL: La propiedad intelectual de todas las piezas gráficas, audiovisuales, y cualquier material 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 N°21) 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 al veinte por ciento (20%) del monto total adjudicado.

PLIEGO DE BASES Y CONDICIONES

III DESCRIPCION DE LOS SERVICIOS REQUERIDOS

ANEXO I

El Emprotur Bariloche llama a Licitación Pública para la contratación de una Agencia de Publicidad. Contemplando la particular coyuntura económica y financiera del Ente Mixto de Promoción Turística, los servicios a prestar por el adjudicatario necesariamente deberán contemplar los siguientes puntos:

A) Asesoramiento estratégico en comunicación y marketing:

A-1) Acompañar todo el proceso de creación y ejecución del plan de marketing y comunicación de la marca Bariloche.

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

- Visión estratégica
- Elaboración de estrategias de acción y segmentación
- Análisis y Posicionamiento de la marca
- Plan de marketing digital, tradicional y prensa
- Servicio de Creatividad y diseño de campañas publicitarias
- Propuestas de activaciones de marca
- Asesoramiento en la selección y mix de medios y redes sociales a utilizar
- Planificación de Medios digitales y redes sociales de acuerdo al mercado que maximicen el posicionamiento necesario como destino turístico.
- Establecer un protocolo de medición y control de resultados de las acciones y de las inversiones en medios digitales.

A-3) Realizar devolución al EMPROTUR y propuestas de trabajo respecto al análisis del plan de acción final validado por el ente en lo que respecta a la comunicación de la marca Bariloche, campañas promocionales, activaciones de marca, manejo de redes sociales, planificación de medios, generación de contenido y todo lo relevante al plan de acción final del destino.

A-4) Trabajo de re diseño del isologotipo sujeta a posible necesidad y aprobación de Directorio.

A-5) Proponer la creatividad para la generación de Producciones fotográficas y audiovisuales relacionadas a las campañas publicitarias designadas por el Ente. La agencia deberá presentar con tres meses de antelación tres presupuestos (al menos uno deberá ser local) para evaluación del Ente y aprobación del mismo.

- a) 4 producciones fotográficas al año con modelos (derechos incluidos para internet) de 5 fotos cada una para la comunicación de las campañas de temporada.
- b) 2 producciones audiovisuales al año en formato HD de 30" para pauta en youtube, cine y otros medios audiovisuales con modelos y derechos.
- c) 1 propuesta de activación de la marca pensada para público final.

A-6) 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.

B): Relevamiento fotográfico y audiovisual

B-1) Realizar relevamiento fotográfico diario del destino para redes sociales con foco en Facebook, Instagram y Twitter además de otras redes sociales y contenido relevante para otros medios. Asesoramiento en la selección de material fotográfico y gestión de envío, para acciones de prensa y alianzas específicas que realice el Ente.

Facebook Argentina:

- Cobertura de (6) foto semanales por red para posteos diarios como contenido para la comunidad.
- Cobertura de un (1) video semanal 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 un (1) video semanal como posteo de contenido utilizando nuevas tecnologías. (Ej. Boomerang / fotos y videos 360°)

Twitter

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

Instagram

- Cobertura de (3) foto semanales para posteos diarios como contenido

B-2) Seleccionar 10 (diez) fotos al mes en alta resolución de las destinadas a redes sociales para alimentar el banco del Ente relativas al destino, sus productos, atracciones y sus temporadas. (10mb) para que puedan ser utilizadas en material 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 incluyen 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.)

B-3) Las fotos mencionadas en el punto anterior deben incluirse en el banco de imágenes del Ente <http://www.flickr.com/photos/emproturbariloche> mensualmente etiquetadas con fecha, ubicación, tema, fuente para el correcto mantenimiento del banco. Conformer, administrar y nutrir el banco de imágenes disponible del EMPROTUR.

B-4) Eventos especiales: Se cubrirán al menos 8 eventos al año considerados especiales (por el volumen de participantes o la importancia en la difusión) que surjan en el destino.

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" de aquellos eventos que el ente disponga.

Los videos deberán ser un registro audiovisual del evento con sobre impresiones y edición del material.

C) Servicio de Creatividad Publicitaria y diseño de Piezas de Comunicación

Servicio de Creatividad Publicitaria y diseño de Piezas de Comunicación.

Alcances:

C-1) Creatividad, Diseño y Originales de:

- a) Material institucional: Diseño tarjetas personales, membrete, sobre, etiquetas, credenciales, armado, diseño y programación de PowerPoint (PPT), pje de mails, cartelería interna del Ente, etc.
- b) Adaptación de diseños de isologotipos para eventos específicos con aplicación y originales para: afiches, banners y flyers de promoción (máximo 6 eventos al año).

- c) Folletería: Diseño, redacción y traducción al inglés y portugués de folletería nueva para elaboración de manuales por productos.
- d) Diseño integral de tapas y páginas para manuales específicos por productos.
- e) Diseño y diagramación de Manuales de productos impresos y digitales de hasta 20 páginas cada uno: Turismo Nieve, Turismo Aventura, Turismo Alta Gama, Turismo de Reuniones, Turismo Joven. (Realización de uno por cuatrimestre / No incluye la impresión).
- f) Folletos: Arte de tapa, contratapa y retiraciones con retoque fotográfico y creatividad. Página interior convencional con texto y fotos. Página interior compleja con tablas, íconos y gráficos. Infografías.
- g) Asesoramiento general para la presentación de información, retoques digitales simples para homologar la disparidad de orígenes del material y mejorar la presentación final. Diseño de cada página, presentación de bocetos digitales para ajustes. 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.
- h) Creatividad y diseño de piezas específicas: avisos gráficos para diarios y revistas aislados, afiches aislados o carteles específicos aislados para un producto o servicio con mensaje creativo. Creatividad, diseño y armado de originales de banners aislados y avisos aislados en adwords y redes sociales. Se estipula como máximo 24 piezas al año en total. Invitaciones y credenciales para diferentes eventos. Para máximo 6 eventos por año.
- i) Diseño de Gigantografías: Para ploteo de micros, trailers, carteles en vía pública o stands en ferias, con composición gráfica de fotos, textos y logos. Se prevé un máximo de 12 gigantografías al año. Armado de originales según requerimiento de cada medio.
- j) Merchandising del destino para ferias u otras acciones (postales, señaladores, gorras, regalos, bolsas, stickers, y otros). Hasta 6 diseños por año.

C-2) Campañas publicitarias: Asesoramiento, Creatividad, desarrollo y diseño 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 o internet.

Se considerará campaña a las acciones que requieran el diseño y redacción de más de 1 (una) pieza y de máximo 6 (seis) en uno o varios medios, ya sea digital, gráfico, radial o audiovisual.

Se prevé la creación y diseño de 8 campañas anuales ya sean en internet, en radio, en medios gráficos, en televisión, mobile y que contemplen el uso de más de un medio en simultáneo. Debe tenerse en cuenta la posibilidad de recursos disponibles, como geolocalización en móviles, intereses en redes sociales y todo tipo de segmentación que logre mejores resultados sobre la focalización de la campaña.

Las piezas que pueden contener una campaña son:

- a) Avisos de gráfica: creatividad, redacción y diseño. Selección y retoque digital de fotos (contemplar los elementos necesarios en caso de necesitar fotos de productos), adaptación de textos y armado de originales según requerimientos de cada medio,
- b) Radio: Se debe incluir cuatro (4) spots de radio de 20" para las campañas designadas por el Ente que contemple Creatividad, Producción de spots, musicalización y edición.
- c) Vía pública: Creatividad, Gigantografías. Redacción y diseño. Armado de originales.
- d) Internet: Creatividad, Diseño de banners y avisos digitales incluyendo la programación y animación de hasta 20 piezas diferentes por campaña. Piezas para Facebook y redacción de Google Ads. Diseño y desarrollo de 2 gif por mes para trabajar en redes sociales.

C-3) Actualización de folletería existente, cambio de contenidos, rediseño de portadas, armado de nuevos originales. Guía Actividades, Caja DVD, Tapa magazine, Mapa Ciudad,

Mapa Refugios, Folleto 4 estaciones o cualquier otro material que se considere necesario. Uno por cuatrimestre.

C-4) Asesoramiento en la elección de proveedores, imprentas y medios locales.

C-5) Generación y entrega de imágenes para la generación de gacetillas, newsletter institucionales y acciones necesarias de prensa tanto local como nacional para conformar un banco de notas editoriales adicional al banco de imágenes.

C-6) Diseño y entrega de originales para gráficas aisladas cuyo destino sea promocionar aspectos puntuales sin estar incluidos en una campaña como pauta en medios gráficos, online, o cualquier otro medio.

D) Administración de Redes Sociales

Lineamientos generales: Análisis de la comunidad de Facebook Bariloche Quiero Estar Ahí existente y reevaluación de la necesaria segmentación y/o caminos a seguir. A modo enunciativo, los servicios consistirán en:

a) Redes: Analizar el mapa digital, las tendencias de consumo digital y evaluar de acuerdo a las características de San Carlos de Bariloche las mejores redes o canales a implementar como podrían ser: Facebook, Instagram, Flickr, Twitter, Youtube, Google +, Snapchat y Pinterest entre otros.

- Evaluar el actual protocolo de manejo, tono y voz de la marca y analizar 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 de BQEA.

b) Continuar y ampliar el servicio de “Community Managment” (Gestión de Comunidad) de “Bariloche. Quiero estar ahí” en redes sociales para brindar información a potenciales turistas, motivar las visitas a la ciudad y mejorar el posicionamiento de Bariloche.

Mostrar un destino renovado y dinámico que continuamente reinventa sus propuestas y las comunica. Un destino que invita constantemente a compartir sus increíbles paisajes con sus visitantes. Un destino que se muestra apasionado y orgulloso de todo lo que tiene para ofrecer. Un destino que transmite experiencias y sensaciones. Las consultas realizadas deben tener una respuesta menor a 24 hs.

c) Generación de contenidos y actualización constante para los medios y/o canales seleccionados. En base al material fotográfico descripto en punto B, elaborar material especialmente generado para compartir en las redes mencionadas diariamente.

d) Adaptar en el lenguaje sintético que utiliza el medio la información específica de los distintos acontecimientos brindada por el departamento de Prensa del Ente.

e) Moderar la red frente a situaciones eventuales que puedan producirse o desvirtuar la esencia del trabajo en redes (eventos extraordinarios, invasión de mensajes publicitarios dentro de la red, agresiones, etc.).

f) Administración de Concursos: Administración de eventuales concursos en redes sociales, 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

contempla la administración de un concurso al año. Se deben utilizar las herramientas digitales idóneas para dicha tarea.

g) Adaptación de campañas y acciones publicitarias: Adaptación de las campañas publicitarias efectuadas para el destino en medios tradicionales a formatos para canales digitales o viceversa según corresponda.

h) Informe: Realización de un informe mensual y cuatrimestral, con datos estadísticos, sobre el avance del trabajo en las distintas redes, con un criterio de parámetros unificados de medición para la evaluación de la inversión en medios digitales y efectividad de la pauta.

i) Segmentación: Se deberá hacer hincapié en conceptos estratégicos específicos por producto y mercado, por ejemplo nieve para Brasil, Alta Gama para determinados segmentos de larga distancia, turismo joven para segmentos de Latinoamérica, promoción del segmento hostels para determinados países, oferta gastronómica, cerveza, chocolate, etc, sin necesidad de contaminar el Facebook y otras redes actuales con información no relevante para el público ya consolidado. El criterio de segmentación será brindado por el Ente.

Si bien cada comunidad poseerá un criterio particular en función a los distintos productos que se requieren impulsar y las audiencias a las que se apunta, se deberá trabajar bajo un mismo paraguas de imagen corporativa planteada para la marca Bariloche, y en línea con el “Bariloche. Quiero estar ahí”.

Los desarrollos propuestos se deberán realizar en consonancia con criterios de comunicación y estratégicos planteados por el equipo técnico y el Directorio del Emprotur. Estos criterios y estrategias se repasarán y actualizarán en reuniones periódicas con el equipo técnico del Ente y la agencia de publicidad.

E) Contenidos de la Página Web.

Revisión y mantenimiento de los contenidos existentes de la página web www.barilocheturismo.gob.ar, reedición de descripción de excursiones y actividades existentes en la página, generación de contenido, diseño y desarrollo de una landing page por campaña. Restyling de la página web con ajustes sobre la base actual, renovación de imágenes trimestralmente, posibilidad 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.