


JSRN BXC	ORDENANZA	 Concejo Municipal Municipalidad de San Carlos de Bariloche No a la violencia de género. Ni una menos. (Ordenanza 2825-CM-17)
-------------	-----------	---

20 OCT 2020

ORDENANZA N.º -CM-20

1.177 20

**DESCRIPCIÓN SINTÉTICA: SE PRESTA ACUERDO LLAMADO LICITACIÓN
CONTRATACIÓN AGENCIA PUBLICIDAD
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 2049-CM-10: Establece el Régimen de contrataciones de obras públicas municipales.


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

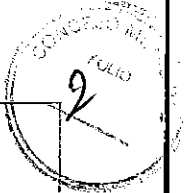
Ordenanza 2565-CM-14: Presta acuerdo llamado licitación contratación agencia de publicidad, administración página de Facebook para Bariloche destino turístico EMPROTUR.

Ordenanza 2835-CM-17 Se presta acuerdo llamado licitación contratación agencia publicidad EMPROTUR.

Pliego de bases y condiciones.

Nota n.º 123-TC-2020 del Tribunal de Contralor, Pliego de Licitación Pública Agencia de Publicidad.

<p style="text-align: center;">JSRN BXC</p>	<p style="text-align: center;">ORDENANZA</p>	<div style="text-align: right;">  Concejo Municipal Municipalidad de San Carlos de Bariloche </div> <p style="text-align: center;">No a la violencia de género. Ni una menos. (Ordenanza 2825-CM-17)</p>
---	--	--



FUNDAMENTOS

El Ente Mixto de Promoción Turística (EMPROTUR), es un ámbito creado con el objeto de realizar la permanente promoción turística institucional de nuestra ciudad. El EMPROTUR está integrado por representantes del sector público y privado, con un perfil altamente técnico que conforma un instrumento idóneo, con estrictos controles internos de funcionamiento, administración y financiamiento a efectos de alcanzar resultados óptimos en materia promocional, alineada con la planificación turística, el desarrollo estratégico de la actividad así como también de los productos locales directamente relacionados.

En tal sentido, las acciones del Ente tienen una repercusión directa en el crecimiento económico y social de nuestra ciudad que en los últimos años creció de manera exponencial, alcanzando resultados más que satisfactorios.


A nadie escapa que el 2020 ha sido un año atípico y que la aparición del COVID-19 modificó sustancialmente la ecuación, resultando la actividad turística seriamente afectada en virtud de las restricciones establecidas en materia de salud pública y cuidado de la población. Nuestra ciudad, imposibilitada de recibir turismo, viene sufriendo notablemente los efectos negativos de la pandemia mundial.

Sin embargo, es precisamente dicha realidad la que nos obliga a realizar todos los esfuerzos posibles para recuperar el protagonismo regional en tanto destino turístico privilegiado, rodeada de un entorno natural indeleble y de servicios y prestaciones turísticas a la altura de los principales destinos turísticos del mundo.

Resulta imperioso entonces prestar acompañamiento al desarrollo de las campañas publicitarias y promocionales que el Ente naturalmente deberá realizar en los próximos años con vista a recuperar el turismo en un contexto de restricciones y protocolos sanitarios indispensables para el desarrollo del mismo.

Es evidente que las necesidades promocionales del destino en línea con el mundo actual, se rige por el desarrollo de las comunicaciones, la publicidad y la presencia permanente en las redes sociales. Para plasmar los lineamientos de la comunicación estratégica de nuestra ciudad, resulta evidente que el Ente, necesita contratar los servicios 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.



JSRN BXC	ORDENANZA	 Concejo Municipal Municipalidad de San Carlos de Bariloche No a la violencia de género. Ni una menos. (Ordenanza 2825-CM-17)
-------------	-----------	---

Todo el trabajo del EMPROTUR se realiza dentro de los parámetros, normas y metodologías establecidas, en virtud de lo cual es necesario prestar acuerdo para elevar el pliego de bases y condiciones de la Licitación Pública N.º 02/2020. La misma tiene por objeto, la 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.

AUTORES: Concejales Natalia Almonacid y Ariel Cárdenas.

ARIEL CÁRDENAS
Concejal Municipal - Bloque BxC
Municipalidad de San Carlos de Bariloche

NATALIA ALMONACID
Presidenta Concejo Municipal
San Carlos de Bariloche

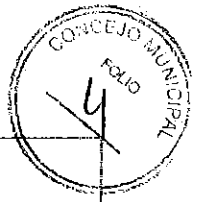
INICIATIVA: Directorio EMPROTUR.


El proyecto original N.º / fue aprobado en la sesión del día de de 2020, 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 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 revelamiento fotográfico y audiovisual con banco de imágenes; por un presupuesto oficial de pesos cuarenta y tres millones noventa y dos mil (\$43.092.000) IVA incluido y por un plazo de treinta y seis (36) meses conforme al pliego de bases y condiciones que se adjunto como anexo I de la presente.
- Art. 2º) Se afecta al presupuesto del Ente Mixto de Promoción Turística (EMPROTUR).



<p>JSRN BXC</p>	<p>ORDENANZA</p>	<p> Concejo Municipal Municipalidad de San Carlos de Bariloche</p> <p>No a la violencia de género. Ni una menos. (Ordenanza 2025-CM-17)</p>
---------------------	------------------	---

- Art. 3º) Se establece que el acuerdo se funda exclusivamente en el mérito y en la convivencia de la contratación en base al anexo I 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 promulgación.
- Art. 7º) 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

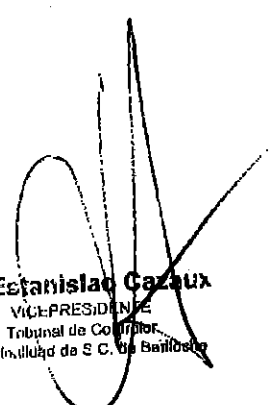
Ref. "Pliego de Licitación Pública Agencia de Publicidad"

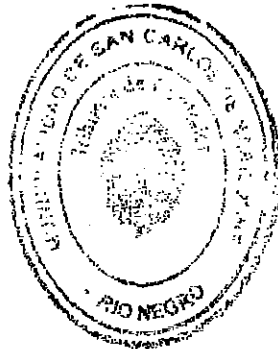
De nuestra mayor consideración:

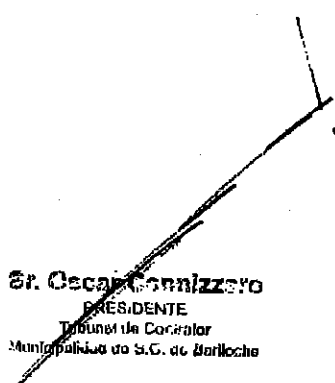
Visto el tema de la referencia, se hace saber que este Departamento no presenta objeción al mismo razón por la cual se remite a los efectos de la prosecución del trámite.

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

Sin otro particular, saludamos muy cordialmente;


Dr. Estanislao Cazaux
VICE-PRESIDENTE
Tribunal de Contralor
Municipalidad de S.C. de Bariloche




Sr. Oscar Conizzero
PRESIDENTE
Tribunal de Contralor
Municipalidad de S.C. de Bariloche

Nota Nro. 123-TC-2020

San Carlos de Bariloche 30 de Septiembre de 2020

PLIEGO DE BASES Y CONDICIONES

I-CARATULA

LICITACION PÚBLICA N° 02-2020

ORDENANZA

PROYECTO N°

OBJETO: Contratación de una Agencia de Publicidad.

PRESUPUESTO OFICIAL: Pesos total \$43.092.000.- (IVA incluido) (3 años de contrato)

CONSULTAS: Los oferentes que tuvieran dudas, podrán formular consultas o aclaraciones ante el Emprotur Bariloche por mail a licitaciones@barilocheturismo.gob.ar, 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, Quaglia 737 PB, hasta 2 (dos) días antes de la fecha de apertura.

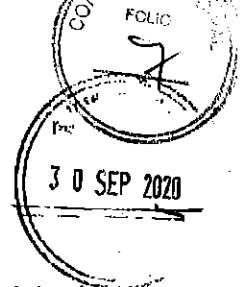
APERTURA DE LAS PROPUESTAS: En las oficinas del Emprotur Bariloche el día 02 de diciembre de 2020 - 10:00 horas

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 inadmisibles y desestimada.

Cláusula N°3) PRESUPUESTO OFICIAL: Pesos Cuarenta y Tres Millones Noventa y dos mil (\$43.092.000.-). IVA Incluido - 3 años de contrato.

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 , 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°5) APERTURA DE LA LICITACION: La apertura de la Licitación será llevada a cabo el día 02 de diciembre de 2020, 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 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 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. 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 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) 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.

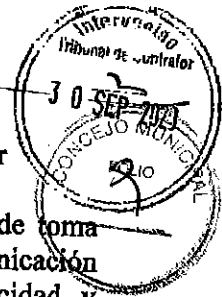
b) Domicilio de los oferentes: Para todos los efectos legales, los proponentes deberán constituir domicilio dentro del radio urbano de la ciudad de San Carlos de Bariloche.

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 garantizar un equipo de trabajo local de tres (3) personas (ejecutivo/a 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. Se solicita especificar y desarrollar casos exitosos.
- f) 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 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°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.

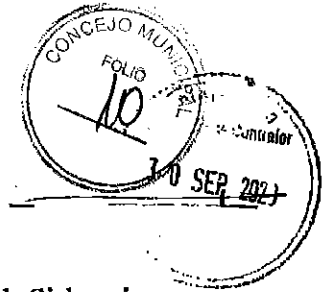
Cláusula N° 11) ACTO LICITATORIO: En el lugar y fecha fijados para la apertura de las propuestas y con la presencia de los funcionarios competentes del Emprotur Bariloche que se designen a tal efecto, se procederá en acto público a abrir las propuestas recibidas y dar lectura de las mismas.

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° 02-2020 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 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. Premios
5. Certificaciones
6. Conocimiento demostrable del mercado turístico (no excluyente)
7. Estructura de la empresa
 - a. Listado completo de personas afectadas al servicio y su relación contractual con la empresa
 - c. Descripción de recursos y servicios
 - d. Presencia de la empresa en otros mercados (no excluyente)

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.

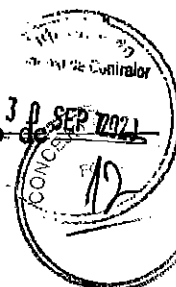
Cláusula N° 13) DE LAS IMPUGNACIONES: Una vez realizada la apertura de la Licitación, los oferentes tendrán tres (3) días hábiles para dar vista al Expediente y formular las impugnaciones que correspondieran. Luego de realizada, publicada y comunicada fehacientemente la Pre-adjudicación por parte del 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.

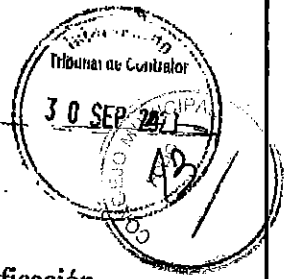
Las impugnaciones se deberán hacer por escrito y estar acompañadas de una garantía de impugnación por un monto igual al 30 % de la garantía de oferta, por cada propuesta que se impugne. Deberá ser constituida en efectivo en las oficinas del Emprotur Bariloche.

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° 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 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. -

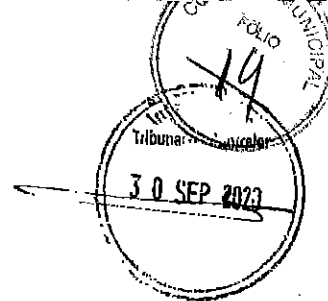
Cláusula N° 16) FORMA DE PAGO: En forma mensual de acuerdo a contrato por 36 meses firmado una vez realizada la adjudicación de la presente licitación. Para el primer año el importe mensual total (IVA incluido) es de Pesos \$900.000.-, para el segundo año el importe mensual total (IVA incluido) es de Pesos \$1.170.000.- y para el tercer año el importe mensual total (IVA incluido) es de Pesos \$1.521.000.- El adjudicado deberá presentar facturas de acuerdo a las normas vigentes.

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 de pleno derecho.

Cláusula N°19) 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°20) 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.



III DESCRIPCIÓN 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
- Análisis de mercados, preferencias de consumo y tendencias
- 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 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 mediante la definición de perfiles o buyer personas, audiencias, mercados, kpi's, entre otros y de las inversiones en medios digitales.

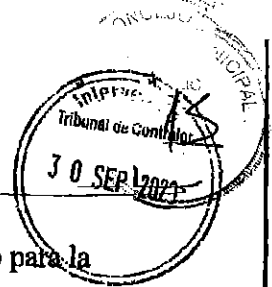
A-3) Realizar devolución al EMPROTUR y propuestas de trabajo respecto al análisis del plan de acción final validado por el ente en lo que respecta a la comunicación de la marca Bariloche, campañas promocionales, activaciones de marca, manejo de redes sociales, planificación de medios, generación de contenido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

A-5) Proponer la creatividad para la generación anual de 4 Producciones fotográficas y audiovisuales relacionadas a las campañas publicitarias designadas por el Ente.

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, Twitter y Tik Tok 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 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 (7) fotos semanales para posteos diarios como contenido.
- Posteos con una frecuencia mínima de 3 diarios.

Instagram

- Cobertura de cinco (5) fotos semanales para posteos diarios como contenido
- Cobertura de tres (3) videos semanales como posteo de contenido utilizando nuevas tecnologías.

Tik Tok

- Cobertura de uno (1) video semanal para posteos 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. Conformar, 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 anual

Servicio de Creatividad Publicitaria y diseño de Piezas de Comunicación.

Alcances:

C-1) Creatividad, Diseño y Originales Anuales de:

- a) Material institucional: Diseño tarjetas personales (1) y hasta (6) ajustes, 1 diseño papelería comercial, (8) credenciales, (3) armado, diseño y programación de PowerPoint (PPT), (4) cartelería interna del Ente.
- b) Adaptación de diseños de isologotipo para eventos específicos con aplicación y originales para: (10) afiches VP, (4) banners y (1) flyers 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 promocional del destino para ferias u otras acciones (postales, señalador es, gorras, regalos, bolsas, stickers, y otros).

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. 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. 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 3 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 (10): 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. (No incluye producción de spots, musicalización ni edición)
- d) Vía pública (6): Creatividad, Gigantografías. Redacción y diseño. Armado de originales.
- e) Digital (80): Creatividad, Diseño de banners y avisos digitales incluyendo la programación y animación de piezas diferentes por campaña. Piezas para redes sociales 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.

h) Informe Competitividad: Realización de un informe trimestral con datos y análisis de competitividad de mercado y relevamiento de marcas nacionales.

C-3) Prensa (6): Generación y entrega de imágenes para la generación de gacetillas, newsletter institucionales y acciones necesarias de prensa local y nacional para conformar un banco de notas editoriales adicional al banco de imágenes.

D) Administración Diaria de Redes Sociales

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

b) Continuar y ampliar el servicio de "Community Management" (Gestión de Comunidad) de las redes sociales de Bariloche para brindar información a potenciales turistas, motivar las visitas a la ciudad y mejorar el posicionamiento del destino.

Las consultas realizadas deben tener una respuesta menor a 12 hs.

c) Generación de contenidos y actualización constante para los medios y/o canales seleccionados que acompañen el material fotográfico y audiovisual detallado en el punto B del pliego.

d) 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.).

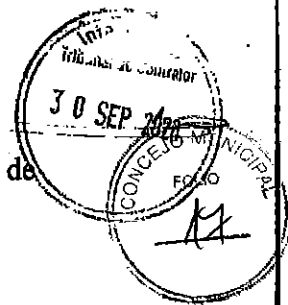
f) Administración de Concursos (1): Administración de eventuales concursos en redes sociales "máximo 1 por trimestre", selección del material enviado, la preselección para el jurado, y las respuestas a las consultas diarias recibidas tanto por mail como en las redes mismas, referidas a la temática. Se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

g) 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.

E) Segmentación: Las campañas publicitarias y las redes sociales deberán contemplar la segmentación requerida por la marca y sus diferentes audiencias.

F) Contenidos de la Página Web:

Revisión y mantenimiento trimestral 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, 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 operación de herramienta interna del sitio para actualizar e incorporar información relevante.



G) 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) Folletos (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 y portugués.