ANEXO II

6. Instituto Municipal de Tierra y Vivienda para el Hábitat Social (IMTVHS)- Ord. Nº 1815-CM-08

TIERRA Y VIVIENDA
INSTITUTO MUNICIPAL DE TIERRA Y VIVIENDA PARA EL HÁBITAT SOCIAL

MUNICIPIO BARILOCHE

N.º DE CUENTA	CONCEPTO	PRESUPUESTO TOTAL	PARTIDA TOTALIZADORA	PARTIDA TOTALIZADORA	PARTIDA DE IMPUTACIÓN
2	**Ingresos Totales IMTVHS**	**$ 4.763.214.646,07**			
21	**Ingresos Corrientes**		**$ 4.651.240.530,03**		
211	**Ingresos Generales del IMTVHS**			**$ 1.179.591.548,43**	
21101	Recupero de cartelera de créditos microcréditos para mejoramiento habitacional				$ 70.000.000,00
21102	recupero crédito lotes sociales Bº Unión				$ 378.053.358,34
21103	recupero crédito lotes sociales Bº Arrayanes				$ 11.049.165,57
21104	recupero crédito lotes sociales Bº 28 de abril				$ 9.422.037,99
21105	Recupero de crédito Bº 270 viviendas				$ 448.114,03
21106	recupero créditos 24 FAMILIAS Frutillar Norte				$ 3.007.865,96
21107	Ley Pierri				$ 8.000.000,00
21108	Intereses y Multas				$ 150.000.000,00
21109	Derechos Administrativos				$ 600.000,00
21110	Otros Ingresos Corrientes				$ 4.000.000,00
21111	recupero crédito lotes sociales 51 familias				$ 1.847.266,00
21112	recupero crédito lotes sociales Bº Malvinas				$ 1.745.291,61
21113	recupero crédito lotes sociales Bº Mutisias				$ 3.649.949,47
21114	recupero crédito lotes sociales Bº Argentino				$ 3.255.167,61
21115	recupero crédito lotes sociales Bº Eva Perón				$ 6.812.728,30
21116	recupero crédito lotes sociales Bº La paloma				$ 60.400,20
21117	recupero crédito lotes sociales Bº Ushuaia				$ 2.943.192,04
21118	recupero crédito lotes sociales Bº Valle Gas				$ 2.183.675,45
21119	recupero crédito lotes sociales Bº Villa Llanquihue				$ 1.896.892,64
21120	recupero crédito lotes sociales Bº Vivero				$ 9.158.079,37
21121	recupero crédito lotes sociales Bº Frutillar Norte Nuestra Tierra				$ 500.000,00

MARTIN ELISA
Vocal
I.M.T.V.H.S.
Municipalidad de S.C. de Bariloche

Guerra, Elisa Mariela
Vicepresidenta
I.M.T.V.H.S.
Municipalidad S.C. de Bariloche

MUNICIPALIDAD DE SAN CARLOS DE BARILOCHE
Instituto Mpal. de Tierra y Vv. para el Habitat Social
- RIO NEGRO -

Gallardo, Nestor Adrian
Presidente
I.M.T.V.H.S.
Municipalidad de S. C. de Bariloche

TIERRA Y VIVIENDA
INSTITUTO MUNICIPAL DE TIERRA Y VIVIENDA PARA EL HABITAT SOCIAL

MUNICIPIO BARILOCHE

N.° DE CUENTA	CONCEPTO	PRESUPUESTO TOTAL	PARTIDA TOTALIZADORA	PARTIDA TOTALIZADORA	PARTIDA DE IMPUTACIÓN
21122	recupero crédito lotes sociales Bº Frutillar Norte Coop. Ruca Hue				$ 529.020,34
21123	recupero crédito lotes sociales Bº Victoria sudeste				$ 596.582,04
21124	recupero crédito lotes sociales Bº Seis Manzanas				$ 2.150.464,69
21125	recupero crédito lotes sociales varios barrios				$ 32.324.348,65
21126	recupero crédito lotes sociales Bº Nahuel Hue				$ 1.244.016,12
21127	Consumo eléctrico 29 de septiembre				$ 0,00
21128	conexiones 29 de septiembre				$ 0,00
21129	mensura 29 de septiembre				$ 0,00
21130	Consumo eléctrico Mocciola Alun Ruca				$ 0,00
21131	conexiones Mocciola Alun Ruca				$ 0,00
21132	recupero crédito lotes sociales Bº Ex Matadero				$ 3.702.428,03
21133	regularización Bº Frutillar				$ 5.353.399,39
21134	Recupero Crédito Frutillar Norte Cooperativa Sueños de todos				$ 152.364,06
21135	Regularización 29 de septiembre				$ 50.000.000,00
21136	Regularización Delegación Cerro Otto				$ 18.400.000,00
21137	Regularización Delegación Lago Moreno				$ 24.000.000,00
21138	Regularización Delegación Centro				$ 10.000.000,00
21139	Regularización Delegación Sur				$ 80.000.000,00
21140	Regularización Delegación Cóndor				$ 36.000.000,00
21141	Regularización Vivero Mza 061 A y B y Mza 627 lote 01				$ 13.400.000,00
21142	Recupero crédito lotes sociales Bº Mari Mari				$ 40.280.000,00
21143	Regularización Bº 2 de abril Mza 187 lotes 02 y 04				$ 12.600.000,00
21144	Regularización Bº Frutillar Mza 261A-11				$ 12.000.000,00
21145	Recupero Créditos lotes sociales Luz y Fuerza				$ 7.733.425,80
21146	regularización Bº Valle Gas Mza 200				$ 16.800.000,00

MARTIN ELISA
Vocal
I.M.T.V.H.S.
Municipalidad de S.C. de Bariloche

Guerra, Elisa Mariela
Vicepresidenta
I.M.T.V.H.S.
Municipalidad S.C. de Bariloche

MUNICIPALIDAD DE SAN CARLOS DE BARILOCHE
Instituto Mpal. de Tierra y Vv. para el Habitat Social
RIO NEGRO

Gallardo, Nestor Adrian
Presidente
I.M.T.V.H.S.
Municipalidad de S. C. de Bariloche

TIERRA Y VIVIENDA
INSTITUTO MUNICIPAL DE TIERRA Y VIVIENDA PARA EL HABITAT SOCIAL

MUNICIPIO BARILOCHE

N.º DE CUENTA	CONCEPTO	PRESUPUESTO TOTAL	PARTIDA TOTALIZADORA	PARTIDA TOTALIZADORA	PARTIDA DE IMPUTACIÓN
21147	Regularización Bº Jockey Club Mza 607				$ 4.500.000,00
21148	Urbanización Omega Mza 003A lote 12				$ 9.000.000,00
21149	Regularización Bº Mutisias Mza 048 Lotes 07 y 09, Mza 455				$ 5.000.000,00
21150	Regularización general agrimensura				$ 3.500.000,00
21151	Recupero créditos ejercicio anteriores				$ 46.851.463,32
21152	Recupero Lotes Sociales Aleara				$ 1.640.851,41
21153	Regularización escrituras Instituto				$ 1.000.000,00
21154	Recupero créditos lotes sociales Bº Habana				$ 72.200.000,00
212	**Ingresos otras jurisdicciones**			**$ 3.471.648.981,60**	
21201	IMTYVHS otros tributos Ord 3446CM24				$ 1.459.476.451,20
21202	Ingresos para financiamiento otras jurisdicciones				$ 0,00
21203	Ordenanza 1987-CM-09				$ 2.012.172.530,40
22	**Ingresos de capital**		**$ 0,00**		
221	Reembolsos				**$ 0,00**
222	**Venta de Activo**		**$ 0,00**		
2220	**Venta de activo**			**$ 0,00**	
22201	Lotes y viviendas fiscales				$ 0,00
22202	Aportes para obra pública Nación/Provincia				$ 0,00
22203	Aportes para obra pública Nación/Provincia				**$ 0,00**
232	**Aportes del Tesoro Nacional**			**$ 0,00**	
23201	ATN				$ 0,00
24	**Financiamiento Programas Nación/Provincia**		**$ 111.174.116,04**		
241	**Financiamiento programas Nación/Provincia**			**$ 111.174.116,04**	
2401	Prometa				$ 111.174.116,04
2402	Sustentabilizar Energía				$ 0,00

MARTIN ELISA
Vocal
I.M.T.V.H.S.
Municipalidad de S.C. de Bariloche

Guerra, Elisa Mariela
Vicepresidenta
I.M.T.V.H.S.
Municipalidad S.C. de Bariloche

MUNICIPALIDAD DE SAN CARLOS DE BARILOCHE
Instituto Mpal. de Tierra y Vv. para el Habitat Social
- RIO NEGRO -

Gallardo, Nestor Adrian
Presidente
I.M.T.V.H.S.
Municipalidad de S. C. de Bariloche

TIERRA Y VIVIENDA
INSTITUTO MUNICIPAL DE TIERRA Y VIVIENDA PARA EL HABITAT SOCIAL

MUNICIPIO BARILOCHE

N.º DE CUENTA	CONCEPTO	PRESUPUESTO TOTAL	PARTIDA TOTALIZADORA	PARTIDA TOTALIZADORA	PARTIDA DE IMPUTACIÓN
2403	28 viviendas				$ 0,00
9	**Partidas de movimiento**		**$ 800.000,00**		
91	Fondos de terceros			**$ 0,00**	
9101	Fondos de terceros				$ 0,00
92	**Recuperos**			**$ 0,00**	
9201	Recuperos Consumos				$ 0,00
9202	Recuperos Servicios				$ 0,00
9203	Recuperos transferencias				$ 0,00
93	Ingresos a Discriminar			$ 800.000,00	
9301	Ingresos a discriminar				$ 800.000,00

MARTIN ELISA
Vocal
I.M.T.V.H.S.
Municipalidad de S.C. de Bariloche

Guerra, Elisa Mariela
Vicepresidenta
I.M.T.V.H.S.
Municipalidad S.C. de Bariloche

MUNICIPALIDAD DE SAN CARLOS DE BARILOCHE
Instituto Mpal. de Tierra y Vv. para el Hábitat Social
- RIO NEGRO -

Gallardo, Nestor Adrian
Presidente
I.M.T.V.H.S.
Municipalidad de S. C. de Bariloche

TIERRA Y VIVIENDA
INSTITUTO MUNICIPAL DE TIERRA Y VIVIENDA PARA EL HABITAT SOCIAL

MUNICIPIO BARILOCHE

Partida	Nombre Partida	Totalizadoras	Presupuesto total 2026
1	Egresos Totales IMTVHS	**$ 4.763.214.646,07**	
110000611	Sueldos		**$ 0,00**
1100006111	Sueldos Planta Permanente		**$ 0,00**
110000611101	Sueldos		**$ 0,00**
110000611102	Aportes y contribuciones		**$ 0,00**
1100006112	Sueldos Contratados		**$ 0,00**
110000611201	Sueldos		**$ 0,00**
110000611202	Aportes y contribuciones		**$ 0,00**
1100006113	Sueldos políticos		**$ 0,00**
110000611301	Sueldos		**$ 0,00**
110000611302	Aportes y contribuciones		**$ 0,00**
110000612	**Bienes de consumo**		**$ 0,00**
1100006120	**Bienes de consumo**	**$ 47.242.946,49**	**$ 0,00**
11000061201	Combustibles y lubricantes		**$ 8.240.521,76**
11000061202	Repuestos Menores		**$ 4.374.935,93**
11000061203	Papelería y útiles de oficina		**$ 5.939.667,79**
11000061204	Útiles y materiales de aseo		**$ 3.000.000,00**
11000061205	Materiales de construcción		**$ 20.000.000,00**
11000061206	Vestuario y elementos de seguridad		**$ 2.031.760,00**
11000061207	Productos de Farmacia		**$ 100.000,00**
11000061208	Elementos de ferretería en general		**$ 1.356.061,00**
11000061209	Otros insumos sin clasificar		**$ 200.000,00**
11000061210	Insumos y material de computación		**$ 1.500.000,00**
11000061211	Artículos de electricidad		**$ 500.000,00**
11000061212	Productos Químicos		**$ 0,00**
110000613	**Servicios**	**$ 292.499.296,48**	**$ 0,00**

MARTIN ELISA
Vocal
I.M.T.V.H.S.
Municipalidad de S.C. de Bariloche

Guerra, Elisa Mariela
Vicepresidenta
I.M.T.V.H.S.
Municipalidad S.C. de Bariloche

MUNICIPALIDAD DE SAN CARLOS DE BARILOCHE
Instituto Mpal. de Tierra y Vv. para el Hábitat Social
- RIO NEGRO -

Gallardo, Nestor Adrian
Presidente
I.M.T.V.H.S.
Municipalidad de S. C. de Bariloche

TIERRA Y VIVIENDA
INSTITUTO MUNICIPAL DE TIERRA Y VIVIENDA PARA EL HABITAT SOCIAL

MUNICIPIO BARILOCHE

Partida	Nombre Partida	Totalizadoras	Presupuesto total 2026
1100006130	**Servicios**		**$ 0,00**
110000613001	Electricidad, gas y agua		**$ 2.000.000,00**
110000613002	Transportes y Almacenajes		**$ 0,00**
110000613003	Pasajes		**$ 3.000.000,00**
110000613004	Comunicación institucional		**$ 4.207.964,60**
110000613005	Publicidad y Propaganda		**$ 1.000.000,00**
110000613006	Seguros Generales		**$ 4.703.621,23**
110000613007	Alquileres de bienes muebles e inmuebles		**$ 0,00**
110000613008	Gastos judiciales, multas e indemnizaciones		**$ 2.000.000,00**
110000613009	Viáticos y movilidad		**$ 1.500.000,00**
110000613010	Estudios, investigación y asistencia técnica		**$ 233.368.180,76**
110000613011	Gastos de imprenta y reproducción		**$ 2.472.624,40**
110000613012	Mantenimiento, reparación y Limpieza		**$ 2.969.600,04**
110000613013	Servicios profesionales y/o técnicos externos		**$ 23.611.314,00**
110000613014	Gastos de cortesía y homenaje		**$ 1.000.000,00**
110000613015	Gastos varios sin clasificar		**$ 65.991,45**
110000613016	Capacitación		**$ 600.000,00**
110000613017	Servicio de Sonido		**$ 0,00**
110000613018	Franqueo		**$ 3.000.000,00**
110000613019	Servicios de seguridad		**$ 0,00**
110000613020	Intereses y Comisiones		**$ 2.000.000,00**
110000613021	Mantenimiento y mejoras software propios		**$ 5.000.000,00**
110000614	**Programas**	**$ 2.678.972.386,80**	**$ 0,00**
1100006140	**Programas c/recursos propios**		**$ 0,00**
110000614001	Mejoramiento Habitacional c/Microcrédito		**$ 70.000.000,00**
110000614002	Subsidios y ayudas		**$ 7.500.000,00**

MARTIN ELISA
Vocal
I.M.T.V.H.S.
Municipalidad de S.C. de Bariloche

Guerra, Elisa Mariela
Vicepresidenta
I.M.T.V.H.S.
Municipalidad S.C. de Bariloche

MUNICIPALIDAD DE SAN CARLOS DE BARILOCHE
Instituto Mpal. de Tierra y Vv. para el Habitat Social
- RIO NEGRO -

Gallardo, Nestor Adrian
Presidente
I.M.T.V.H.S.
Municipalidad de S. C. de Bariloche

TIERRA Y VIVIENDA
INSTITUTO MUNICIPAL DE TIERRA Y VIVIENDA PARA EL HABITAT SOCIAL

MUNICIPIO BARILOCHE

Partida	Nombre Partida	Totalizadoras	Presupuesto total 2026
110000614003	Regularización Escrituras Instituto		**$ 24.864.000,00**
110000614004	Observatorio de alquileres		**$ 24.000.000,00**
110000614005	Módulos Habitacionales		**$ 0,00**
110000614006	Regularización General Agrimensura		**$ 199.988.386,80**
110000614007	LEY PIERRI		**$ 8.000.000,00**
110000614008	29 de septiembre mantenimiento		**$ 2.000.000,00**
110000614009	Alun Ruca mantenimiento		**$ 2.000.000,00**
110000614010	Regularización Barrio 29 de septiembre		**$ 1.900.000.000,00**
110000614011	Regularización Zona Delegación Cerro Otto		**$ 13.020.000,00**
110000614012	Regularización Zona Delegación Lago Moreno		**$ 10.000.000,00**
110000614013	Regularización Zona Delegación Centro		**$ 10.000.000,00**
110000614014	Regularización Zona Delegación Sur		**$ 97.860.000,00**
110000614015	Regularización Zona Cóndor		**$ 42.000.000,00**
110000614016	Regularización Comodatos y otros		**$ 15.000.000,00**
110000614017	Regularización Vivero II, III y IV		**$ 28.280.000,00**
110000614018	Regularización Mari Mari		**$ 10.000.000,00**
110000614019	Regularización Bº 2 de abril		**$ 54.040.000,00**
110000614020	Regularización Bº Frutillar Mza 261A-11 / Mza 153		**$ 33.600.000,00**
110000614021	Urbanización Luz y Fuerza		**$ 0,00**
110000614022	regularización Bº Valle Gas Mza 200		**$ 9.520.000,00**
110000614023	Regularización Bº Jockey Club Mza 607		**$ 3.000.000,00**
110000614024	Urbanización Omega Mza 003A lote 12		**$ 4.000.000,00**
110000614025	Regularización Bº Mutisias Mza 048 Lotes 07 y 09, Mza 455		**$ 3.800.000,00**
110000614026	Regularización Alun Ruca		**$ 50.000.000,00**
110000614027	Regularización Ushuaia		**$ 20.000.000,00**
110000614028	Regularización Matadero		**$ 20.000.000,00**

MARTIN ELISA
Vocal
I.M.T.V.H.S.
Municipalidad de S.C. de Bariloche

Guerra, Elisa Mariela
Vicepresidenta
I.M.T.V.H.S.
Municipalidad S.C. de Bariloche

MUNICIPALIDAD DE SAN CARLOS DE BARILOCHE
Instituto Mpal. de Tierra y Vv. para el Habitat Social
- RIO NEGRO -

Gallardo, Nestor Adrian
Presidente
I.M.T.V.H.S.
Municipalidad de S. C. de Bariloche

TIERRA Y VIVIENDA
INSTITUTO MUNICIPAL DE TIERRA Y VIVIENDA PARA EL HABITAT SOCIAL

MUNICIPIO BARILOCHE

Partida	Nombre Partida	Totalizadoras	Presupuesto total 2026
110000614029	Regularización San Francisco IV		**$ 16.500.000,00**
110000624	**Programas c/Recursos afectados**	**$ 114.174.116,04**	**$ 0,00**
1100006240	**Programas c/Recursos afectados Provincia o nación**		**$ 0,00**
110000624001	Prometa		**$ 111.174.116,04**
110000624002	Fideicomiso Sustentabilidad energética		**$ 0,00**
110000624003	28 Viviendas		**$ 3.000.000,00**
110000616	**Transferencias al sector público p/financiar gastos**	**$ 0,00**	**$ 0,00**
1100006160	**Transferencias al sector público p/financiar gastos**	**$ 0,00**	**$ 0,00**
10000616001	M.S.C.B - Obras Públicas		**$ 0,00**
110000621	**Erogaciones de Capital**	**$ 77.000.000,00**	**$ 0,00**
1100006210	Equipamiento		**$ 0,00**
110000621001	Máquinas y herramientas		**$ 5.000.000,00**
110000621002	Medios de transporte y/o movilidad		**$ 72.000.000,00**
110000621003	Repuestos Mayores		**$ 0,00**
1100006211	**Inversiones Administrativas**	**$ 38.325.900,26**	**$ 0,00**
110000621101	Muebles de oficina		**$ 7.957.000,00**
110000621102	Bienes sin discriminar		**$ 4.938.900,26**
110000621103	Equipamiento de computación		**$ 19.430.000,00**
110000621104	Programa de gestión por resultado		**$ 0,00**
110000621105	Desarrollo y/o compra de Softwares		**$ 6.000.000,00**
110000621	**Obra pública con rentas generales**	**$ 0,00**	**$ 0,00**
1100006213	**Obras públicas con recursos afectados**	**$ 0,00**	**$ 0,00**
110000621301	Casa Propia		**$ 0,00**
110000621302	Barrio 10 de diciembre		**$ 0,00**
110000621303	Programa de autoconstrucción de viviendas		**$ 0,00**
110000621304	PID		**$ 0,00**

MARTIN ELISA
Vocal
I.M.T.V.H.S.
Municipalidad de S.C. de Bariloche

Guerra, Elisa Mariela
Vicepresidenta
I.M.T.V.H.S.
Municipalidad S.C. de Bariloche

MUNICIPALIDAD DE SAN CARLOS DE BARILOCHE
Instituto Mpal. de Tierra y Vv. para el Habitat Social
RIO NEGRO

Gallardo, Nestor Adrian
Presidente
I.M.T.V.H.S.
Municipalidad de S. C. de Bariloche

Partida	Nombre Partida	Totalizadoras	Presupuesto total 2026
110000622	**Obra pública con recursos propios**	**$ 1.500.000.000,00**	**$ 0,00**
11000062201	PID		**$ 0,00**
11000062202	Infraestructura varios barrios		**$ 1.500.000.000,00**
110000631	**Crédito adicional**	**$ 0,00**	**$ 0,00**
1100006310	**Crédito adicional**	**$ 0,00**	**$ 0,00**
110000631001	Crédito Adicional p/erogaciones de personal		**$ 0,00**
110000641	Deuda	**$ 0,00**	**$ 0,00**
1100006410	Deuda ejercicios anteriores		**$ 5.000.000,00**
110000641001	Deuda Registrada		**$ 5.000.000,00**
110000641002	Deuda sin registrar		**$ 5.000.000,00**
	TOTALES	**$ 4.748.214.646,07**	**$ 4.763.214.646,07**

MARTIN ELISA
Vocal
I.M.T.V.H.S.
Municipalidad de S.C. de Bariloche

Guerra, Elisa Mariela
Vicepresidenta
I.M.T.V.H.S.
Municipalidad S.C. de Bariloche

MUNICIPALIDAD DE SAN CARLOS DE BARILOCHE
Instituto Mpal. de Tierra y Vv. para el Hacilat Social
- RIO NEGRO -

Gallardo, Nestor Adrian
Presidente
I.M.T.V.H.S.
Municipalidad de S. C. de Bariloche

7. Mercado Comunitario Municipal –Ord. Nº 2747-CM-06

San Carlos de Bariloche, 13 de agosto de 2025

Señores
Secretaría de Hacienda
S...../.....D

Ref.: Presupuesto EMCO 2026

Nos dirigimos a Ustedes, a los efectos de solicitar consideren el Presupuesto de EMCO para el año 2026 en la suma de $ 48.204.000,00 (pesos cuarenta y ocho millones doscientos cuatro mil).

Este importe fue conformado teniendo como referencia el presupuesto 2025 y gastos correspondientes al año en cuerso, incrementado en virtud de la inflación estimada.

Aclaro que este monto es estimado y será evaluado por el Directorio del Mercado Comunitario, quien aportará mayor detalle y descripción; pudiendo además estar sujeto a modificaciones.

Atentamente,

Carolina Gingins

Cra. CAROLINA E. GINGINS
Subsec. de Administración Financiera
Secretaría de Hacienda
Municipalidad de S.C. de Bariloche

SILVIA INES FERRARI
Secretaria de Producción y Empleo
Municipalidad de S.C. de Bariloche

Silvia Ferrari

RECIBIDO
Secretaría de Hacienda
Fecha: 13/8/25
Hora: 10:48
Firma:

8. Ente Mixto de Promoción Turística (EMPROTUR) Ord. N°1618-CM-06

PLAN DE ACCIÓN EMPROTUR

2026

ÍNDICE

1. Introducción

2. Visión Estratégica 2026

3. Ejes de la Gestión 2026

4. Propósito de Marca

5. Contexto y Análisis de Datos
   - 5.1. Escenario Macroeconómico y Turístico
   - 5.2. Desempeño del Destino 2025
   - 5.3. Competitividad y Estructura de Costos
   - 5.4. Diagnóstico Estratégico
   - 5.5. Conclusión del Análisis

6. Estrategia de Marca y Posicionamiento
   - 6.1. Fundamento Estratégico
   - 6.2. Propósito de Marca
   - 6.3. Pilares de Posicionamiento
   - 6.4. Identidad de Marca 2026
   - 6.5. Estrategia Comunicacional Anual
   - 6.6. Síntesis del Posicionamiento

7. Objetivos 2026
   - 7.1. Objetivo General
   - 7.2. Objetivos Específicos

8. Segmentación y Mercados Prioritarios
   - 8.1. Fundamento de la Segmentación
   - 8.2. Mercado Nacional
   - 8.3. Mercados Internacionales
   - 8.4. Segmentos Estratégicos Transversales
   - 8.5. Enfoque Estratégico 2026

9. Acciones Estratégicas de Liderazgo
   9.1. Eje 1: Branding y Comunicación
   9.2. Eje 2: Marketing Digital e Inteligencia de Datos
   9.3. Eje 3: Trade, Conectividad y Mercados
   9.4. Eje 4: Eventos, Promoción y Experiencias
   9.5. Eje 5: Gobernanza y Comunicación Institucional

10. Proyectos Estratégicos 2026
   10.1. Observatorio Integrado de Turismo
   10.2. Creators Lab Patagonia
   10.3. Turismo de Bienestar y Salud
   10.4. Programa de Inteligencia Comercial LATAM + Europa
   10.5. Integración Comercial y Conectividad Aérea

11. Indicadores y Gobernanza
   11.1. Sistema de Seguimiento y Evaluación
   11.2. Indicadores Clave
   11.3. Transparencia y Profesionalización

12. Calendario Trimestral 2026

13. Presupuesto 2026

14. Distribución Presupuestaria y Proyectos por Eje
15. Cierre

PLAN DE ACCIÓN EMPROTUR

2026

"Bariloche: Liderazgo, Innovación y Datos para el Futuro del Turismo"

1. Introducción

El Plan de Acción 2026 del **Ente Mixto de Promoción Turística de Bariloche (EMPROTUR**) se concibe como una hoja de ruta que consolida a Bariloche como marca líder de la Patagonia argentina y destino turístico inteligente a nivel regional.

Bajo una gestión orientada al liderazgo, la innovación y la toma de decisiones basadas en evidencia, el plan propone un salto cualitativo en la estrategia promocional, integrando herramientas digitales de análisis de mercado a través del Observatorio de Turismo Emprotur-UNRN—como AMADEUS, Data Appeal, tableros de Valoración de Atractivos y de ANAC — que permiten orientar cada acción a partir de datos objetivos y medibles.

El desafío de 2026 es sostener y potenciar el liderazgo de Bariloche como epicentro turístico del sur del continente, ampliando su conectividad, diversificando su oferta y profundizando la sinergia público–privada que define la gestión del EMPROTUR.

Este plan no es un listado de acciones. Es una estrategia viva, que combina inteligencia, creatividad y liderazgo para que Bariloche trascienda como destino de experiencias memorables, sostenible y emocionalmente potente.

2.- Visión Estratégica 2026

Potenciar la posición de Bariloche como destino turístico líder, reconocido. por su innovación y gestión inteligente basada en datos.

Bariloche: un destino que se piensa, se siente y se gestiona

3.- Ejes de la gestión 2026

- **Liderazgo estratégico:** fortalecer el rol del EMPROTUR como referente regional en planificación, innovación y marketing turístico.
- **Decisiones basadas en evidencia**: utilizar la inteligencia de mercado provista por el Observatorio Turístico UNRN, datos de la MSCB y la ATUR para orientar cada inversión y acción.
- **Transformación digital y creatividad:** incorporar herramientas de inteligencia artificial, automatización, digitalización y experiencias inmersivas.

- **Sostenibilidad y bienestar:** impulsar el turismo responsable, sostenible, inclusivo y ambientalmente regenerativo.-
- **Conectividad y mercados**: fortalecer la presencia del destino en mercados prioritarios y emergentes, mediante alianzas estratégicas y acciones de desarrollo de mercados.
- **Marca Bariloche**: construir un relato de marca contemporáneo, con identidad propia, emocionalmente resonante y globalmente reconocible.
- **Desarrollo nueva pag web:** crear una plataforma ágil, inspiradora y orientada al usuario, que potencie la experiencia digital de Bariloche

4. Propósito de Marca

La marca Bariloche expresa una identidad que combina naturaleza, cultura, versatilidad y emoción.

En 2026, el propósito de la marca será fortalecer esa identidad de manera coherente y sostenida, asegurando que la experiencia del destino sea reconocida y valorada tanto por quienes lo visitan como por quienes lo habitan.

Para ello, la estrategia de marca se orientará a:

- Integrar la comunicación del destino durante todo el año bajo un relato común, destacando la singularidad de cada estación.
- Asegurar una presencia consistente y diferenciada en mercados prioritarios.
- Producir contenidos audiovisuales y narrativas que reflejen la identidad local y su versatilidad junto con los nichos de mercado.
- Utilizar datos e indicadores de mercado para orientar y evaluar cada acción.
- Promover experiencias que vinculen naturaleza, cultura, gastronomía y comunidad.

El objetivo es que la marca Bariloche sea más que una campaña: una forma compartida de sentir, mostrar y vivir el destino.

5. CONTEXTO Y ANÁLISIS DE DATOS:

"Un destino guiado por la inteligencia"

El Plan de Acción 2026 se construye sobre una base empírica sólida, derivada del análisis y los informes producidos por el Observatorio Turístico EMPROTUR–UNRN en base a estudios de mercado y análisis de fuentes de big data como: tráfico aéreo AMADEUS, de valoración de Data Appeal, gasto turista de Mastercard y datos de ocupación de la MSCB, que constituyen los pilares técnicos de la planificación estratégica del destino.

Estos estudios permiten caracterizar el desempeño reciente de Bariloche, su posicionamiento competitivo y las oportunidades de desarrollo para el período 2026.

5.1. Escenario macroeconómico y turístico

El año 2025 mostró una recuperación sostenida de la demanda, tanto nacional como internacional hacia Bariloche con una temporada invernal récord en conectividad y tráfico aéreo.

Según el WTTC, el sector de viajes y turismo aportó cerca de US$ 38,9 mil millones al PIB nacional en 2025, lo que equivale aproximadamente al 6 % de la economía, consolidándolo como uno de los motores del país.

En este contexto, el Observatorio Turístico EMPROTUR–UNRN señala que Bariloche mantiene una competitividad de precios equilibrada dentro del mapa nacional, con una curva de costos estable y una oferta diversificada en todos los segmentos, desde servicios estándar hasta turismo de alta gama.

5.2. Desempeño del destino (2025)

El 2025 Bariloche se posiciona en el 3er puesto de aeropuertos con mayor tráfico aéreo a nivel nacional después de Aeroparque y Ezeiza. Según los datos consolidados del Observatorio Turístico, **el tráfico aéreo de pasajeros anual** 2025 (con proyección a diciembre 2025) supera el millón (1.200.000) de personas y cerrará con un **crecimiento del 12% en relación al 2024.** En un contexto regional marcado por la recesión turística, Bariloche sostuvo un crecimiento que la diferenció del mapa nacional.

La cantidad de **vuelos** en 2025 arribados a la ciudad es de **7846** cerrando con un crecimiento del **+8,4%** respecto del año anterior, desde todos los orígenes . De enero a agosto, todos los meses marcan un aumento respecto del mismo mes del año anterior y de septiembre a diciembre una leve baja.

La **temporada invernal** 2025 cerró con un crecimiento interanual general del 3,9 % en el total de pasajeros arribados a Bariloche —470.200 pasajeros entre junio y septiembre—, con un **crecimiento destacable del 13% en el mercado brasileño** y con récord histórico de vuelos internacionales desde Brasil (San Pablo, Belo Horizonte y Porto Alegre) y Santiago de Chile.

<u>Mercado naciona invierno:</u>

- +6,8 % de vuelos domésticos respecto de 2024, con 7.442 operaciones registradas
- 349.800 pasajeros nacionales, +4,3 % interanual.
- Principales orígenes: Buenos Aires, Córdoba, Rosario y Mendoza.
- Crecimiento sostenido del turismo de cercanía desde provincias patagónicas.
- Duración media de estadía: 4,8 noches; gasto promedio diario: $59.000.

<u>Mercado internacional invierno</u>

- Récord de vuelos internacionales: +72,2 % vs. 2024, totalizando 322 vuelos
- Brasil emitió el 77,9 % de los turistas internacionales, con +111 % de vuelos y +13,4 % de pasajeros.

- Chile creció un +9,5 % anual y +16,4 % en invierno, manteniendo su conectividad y regularidad.
- Uruguay y Paraguay aportaron crecimientos moderados, mientras que EE.UU., España y Francia mostraron variaciones positivas superiores al 50 %..
- Duración media de estadía: 6,1 noches; gasto promedio diario: $88.000.

TRÁFICO AÉREO

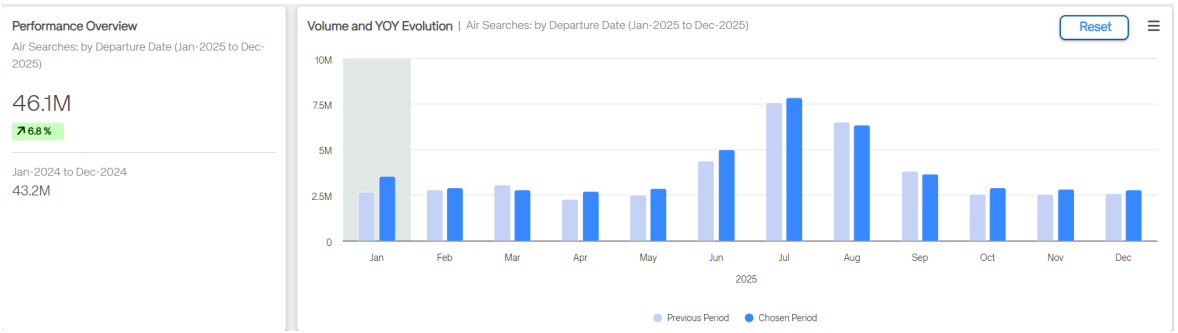
País de Origen de las reservas hacia Bariloche según AMADEUS.
Nota: no habla del origen/nacionalidad de los pasajeros, sino de donde se origina la reserva con destino a Bariloche (tenga o no conectividad directa). Dentro del volúmen de Buenos Aires está incluído un porcentaje de reservas de viajeros internacionales.

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
País de origen de la reserva a BRC	ARG 95%	ARG 95%	ARG 96%	ARG 97%	ARG 96%	ARG 87%	ARG 81%	ARG 84%	ARG 94%	ARG 96%	ARG 96%	ARG 93%
	CL 2%	CL 3%	CL 2%	BR 2%	BR 3%	BR 10%	BR 16%	BR 13%	BR 13%	BR 2%	BR 2%	CL 4%
	BR 2%	BR 1%	BR 1%	UR 1%	UR 1%	UR 1%	UR 1%	CL %1	CL %1	UR %1	UR 1%	BR %2
	US	US	US	CL	CL	CL	CL	UR	UR	PE	MEX	UR
	PE	PA	UR	CO	CO	PA	PA	PA	PA	IT	CO	MEX
	UR	PE	PE	PA	PA	PE	PE	USA	USA	PA	CL	US

INTENCIÓN DE VIAJE

Mercados de Origen de las búsquedas hacia Bariloche según AMADEUS

Búsquedas por fecha de viaje en 2025 (todos los mercados)

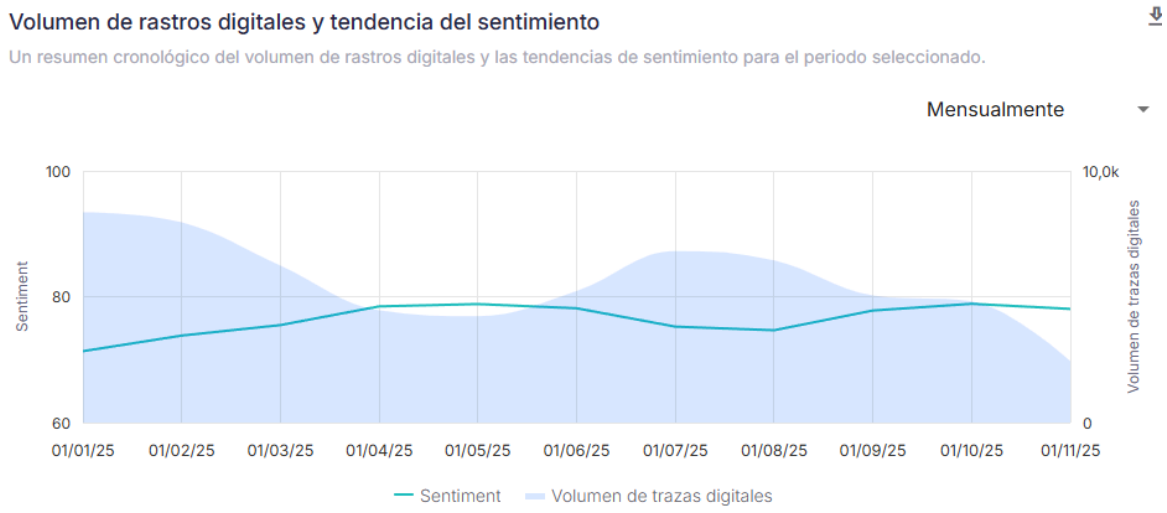


TOP 10 de países con intención de viaje a Bariloche en 2025

1. BRASIL
2. CHILE
3. USA
4. URUGUAY
5. PERÚ
6. PARAGUAY
7. COLOMBIA
8. MÉXICO
9. ESPAÑA
10. ALEMANIA

VALORACIONES

Año 2025 valoración y volumen de reseñas. A mayor cantidad de reseñas (en temporadas altas) bajan las calificaciones de los usuarios. Según el análisis semántico de las reseñas puede deberse a que los servicios están más presionados en sus capacidades bajando la calidad, por ejemplo mayor demanda refleja mayores precios, mayores tiempos de espera, más basura y capacidad de respuesta limitada. La línea celeste muestra cómo varía la valoración de los turistas y el área celeste muestra la variación en el año de cantidad de comentarios.





Conclusiones del desempeño 2025:

Bariloche reafirma su liderazgo como principal destino turístico invernal de Argentina, con mayor volumen absoluto de pasajeros entre los tres destinos de referencia (Bariloche, Mendoza y Ushuaia)

El turismo internacional creció más rápido que el doméstico, impulsado por la conectividad directa con Brasil y Chile.

La estacionalidad sigue siendo alta, pero con tendencia a la diversificación de productos no invernales (gastronomía, naturaleza, wellness y audiovisual).

5.3. Competitividad y estructura de costos.

Del análisis de las canastas comparadas de precios estival y de alta gama —herramientas que permiten anticipar el posicionamiento competitivo de Bariloche frente a otros destinos nacionales e internacionales para el período diciembre 2025 – febrero 2026— surgen los siguientes indicadores clave:

Canasta de Servicios Estivales

El estudio sitúa a Bariloche como un destino de costo intermedio, competitivo frente a las principales ciudades turísticas del país y la región. En las proyecciones para diciembre 2025, Bariloche figura como el segundo destino más caro en alojamiento (después de Ushuaia), aunque un 16 % más económico para quienes viajan en automóvil respecto de hacerlo en avión.

Las simulaciones para el trimestre estival muestran que la volatilidad del precio de los pasajes aéreos continúa siendo el principal factor que incide en el costo total de la canasta turística

El relevamiento ubica a Bariloche en una posición de equilibrio de competitividad-precio dentro del segmento de lujo, con valores similares a Mendoza y sensiblemente inferiores a Ushuaia.

El destino exhibe los precios más bajos en pasajes aéreos entre las ciudades comparadas, producto de mayores frecuencias.

La dispersión de precios hoteleros refleja una oferta amplia y segmentada, ideal para captar distintos perfiles de viajeros de alta gama y bienestar.

La curva de precios más estable evidencia madurez y profesionalización del mercado local.

Síntesis de competitividad

Los indicadores anticipan que Bariloche mantiene una estructura de costos razonable y flexible, con márgenes de ajuste que fortalecen su posición frente a los destinos competidores.

Este panorama valida la estrategia de profundizar políticas de segmentación de precios, sostenibilidad y comunicación diferenciada, orientadas a preservar la competitividad del mercado interno y atraer un turismo internacional de mayor gasto promedio.

5.4. Diagnóstico estratégico

A partir del procesamiento de los datos se identifican cinco conclusiones clave que fundamentan la estrategia 2026:

- Consolidación del liderazgo nacional, con recuperación plena del flujo doméstico y crecimiento sostenido de los mercados patagónicos.
- Expansión internacional sin precedentes, impulsada por Brasil (invierno +13,4 % pax) y Chile (+16,4 % pax en invierno).
- Competitividad-precio equilibrada frente a los destinos comparados (Ushuaia, Mendoza, Salta, Florianópolis), con margen para segmentar estrategias según temporada.
- Madurez del segmento premium, con una estructura tarifaria estable y oferta heterogénea ideal para atraer turismo de lujo sostenible.
- Mayor capacidad de gestión basada en evidencia, gracias al fortalecimiento del Observatorio EMPROTUR–UNRN y la incorporación de herramientas de inteligencia turística.
-

5.5. Conclusión del análisis

Bariloche cierra 2025 como el destino más competitivo, diversificado y resiliente del país, con resultados que reflejan una gestión público-privada consolidada.

El desafío para 2026 será convertir esos logros en liderazgo estratégico medible, transformando los datos en decisiones y las decisiones en resultados.

La inteligencia turística será el eje central del modelo de gobernanza 2026, garantizando que cada acción de promoción esté sustentada en evidencia y orientada a resultados concretos.

6. ESTRATEGIA DE MARCA Y POSICIONAMIENTO

6.1. Fundamento estratégico

La estrategia de marca 2026 parte de un principio rector: Bariloche no es solo un destino turístico, sino una experiencia emocional, natural y cultural viva durante los 365 días del año.

Apoyada en la evidencia empírica, la marca se proyecta hacia un modelo de posicionamiento integral, que articula comunicación, datos y sostenibilidad bajo un mismo relato.

Los ejes conceptuales que guían esta nueva etapa son:

- ✔ Capital Natural: Bariloche como emblema de la Patagonia, con paisajes únicos y biodiversidad preservada.
- ✔ Capital Cultural: desarrollo de la identidad gastronómica local y regional.
- ✔ Capital Emocional: el vínculo afectivo entre los visitantes y el destino.
- ✔ Capital Innovador: liderazgo institucional y uso de inteligencia turística aplicada a la promoción.

6.2. Propósito de marca

"Inspirar a las personas a reconectarse con la naturaleza, consigo mismas y con los demás, en el corazón de la Patagonia."

Este propósito transversal refuerza la identidad de Bariloche como marca emocionalmente potente, moderna y sustentada en datos, que comunica autenticidad y confianza.

6.3. Pilares de posicionamiento:

Pilar emocional: conexión y bienestar.

Bariloche se consolida como refugio emocional y destino de bienestar, con campañas que invitan a redescubrir el valor de las experiencias simples, la calma y el contacto con la naturaleza.

La campaña de otoño 2026 —"Bariloche, en otoño también es así"— muestra un rostro íntimo y silencioso del destino, con una narrativa que celebra el color, el silencio y la belleza del cambio estacional.-

Esta campaña refuerza el concepto de Bariloche todo el año, expandiendo el horizonte emocional de la marca más allá de la nieve o el verano, además de difundir uno de los eventos estratégicos más importantes de la ciudad, como la Fiesta Nacional del Chocolate, siendo Bariloche la capital nacional del Chocolate.

En tanto, la campaña de verano 2025–2026, "Bariloche, tu refugio en verano", lanzada durante la FIT 2025, posiciona al destino como un refugio natural para quienes buscan descanso, naturaleza y aventura. Destaca la multiplicidad de actividades —caminatas, cabalgatas, paseos lacustres, buceo, rafting, canopy, parapente y trekking—, vinculandose a su condición de Capital Nacional del Turismo Aventura.

Esta narrativa amplía el espectro emocional de la marca, mostrando su versatilidad estacional y autenticidad vivencial.

Ambas campañas construyen una identidad coherente: Bariloche como refugio, experiencia y conexión.

Pilar racional: conectividad, calidad y sostenibilidad.

La dimensión racional de la marca se apoya, principalmente, en conceptos como :

- ✔ Bariloche se consolida como hub de conectividad de la Patagonia y uno de los destinos con mayor conectividad aérea de la Argentina
- ✔ Bariloche es uno de los pocos destinos del mundo emplazados *dentro* de un Parque Nacional, integrando vida urbana con áreas naturales protegidas de alto valor de conservación es líder en el segmento nieve.
- ✔ **Capital nacional del turismo activo:** Infraestructura, cultura deportiva y entorno natural que permiten posicionarse como referente en trail running, esquí, mountain bike, kayak, escalada y actividades outdoor.
- ✔ **Calidad gastronómica distintiva:** Chocolate, cerveza artesanal, cocina de montaña y productores locales que fortalecen un sello propio asociado a calidad, tradición y creatividad.
- ✔ **Ecosistema científico y tecnológico propio:** Presencia del Centro Atómico, INVAP, PITBA, Intecnus, entre otros, generando un diferencial de innovación y conocimiento que ningún otro destino argentino posee.
- ✔ **Capital de la nieve:** Bariloche alberga el centro de esquí más grande de Sudamérica, con infraestructura, servicios y temporada extensa que sostienen liderazgo regional.
- ✔ Oferta diversa y profesionalizada, con crecimiento del turismo premium, de bienestar y del segmento MICE.
- ✔ Bariloche es un destino con oferta turística en las 4 estaciones, los 365 días del año.

Estos pilares otorgan sustento técnico al posicionamiento de Bariloche como destino eficiente, accesible y sostenible, con atributos únicos en la Patagonia.

Pilar innovador: inteligencia y creatividad.

La innovación es la esencia del liderazgo de EMPROTUR.

Durante 2026, se consolidará el Sistema de Inteligencia Turística EMPROTUR–UNRN, que integra información de AMADEUS, Data Appeal, ANAC, Mastercard y estudios propios para anticipar demanda, medir impactos y orientar campañas según comportamiento real de los viajeros y los mercados.

Esta articulación entre datos e identidad de marca permitirá pasar de una comunicación inspiracional a una comunicación estratégica basada en evidencia, optimizando inversión, segmentación y retorno.

6.4. Identidad de marca 2026

Personalidad: Cercana, inspiradora, activa, versátil, contemporánea.

Tono: Natural, cálido, auténtico, con narrativa visual potente.

Valores: innovación, cooperación, hospitalidad, excelencia, versatilidad.

Promesa: Cada viaje a Bariloche deja una huella emocional y positiva en quien lo vive, y en el entorno que lo recibe.

6.5. Estrategia comunicacional anual.

La planificación comunicacional 2026 del EMPROTUR sostendrá una presencia permanente bajo un modelo "always on", que garantice visibilidad continua del destino a lo largo del año.

Esta estrategia se organizará en cuatro grandes **ejes estacionales**, cada uno con un concepto creativo propio, pero dentro de un relato coherente e integral que refuerce la identidad de Bariloche como un destino versátil, emocional y activo durante las cuatro estaciones.

Durante el verano, la campaña **"Bariloche tu refugio en verano**" pone el foco en la idea de refugio natural, invitando a quienes buscan descanso, naturaleza y aventura a encontrar en Bariloche un espacio de bienestar y conexión. Esta comunicación resalta el carácter activo del destino, su oferta de turismo aventura y su condición de Capital Nacional del Turismo Aventura, reforzando el posicionamiento emocional y experiencial de la marca.

En otoño, la campaña **"Bariloche en Otoño, también es así"** mostrará una faceta distinta del destino, más íntima y contemplativa. A través de imágenes y relatos que exaltan los colores del bosque, la serenidad de los lagos y el encanto de la Fiesta del Chocolate y Semana Santa, el mensaje buscará desestacionalizar la demanda, invitando a descubrir una temporada que combina introspección, belleza natural y experiencias culturales únicas.

Durante el invierno, el mensaje se centrará principalmente en **Bariloche como destino de nieve**, campaña que sostendrá el liderazgo histórico del destino en este segmento, apelando a la emoción, la familia y el deporte. La comunicación reforzará la idea de excelencia en servicios, infraestructura y hospitalidad, consolidando la fidelización de los mercados tradicionales y fortaleciendo la proyección internacional a través de la evidencia de conectividad y afluencia récord registrada en 2025.

Finalmente, en época de primavera se llevará adelante una campaña con foco en gastronomía, naturaleza, bienestar y experiencias sustentables, resaltando el evento gastronómico más importante de la región "BARILOCHE A LA CARTA".

En conjunto, estas cuatro líneas de comunicación sostienen una narrativa anual que muestra a Bariloche como **destino vivo, cambiante y diverso**, capaz de emocionar y sorprender en cualquier momento del año, consolidando su identidad como marca territorial líder de la Patagonia Argentina.

Como complemento estratégico del esquema estacional, se desarrollarán campañas específicas para los f**ines de semana largos,** orientadas a estimular decisiones rápidas, generar picos de ocupación y aprovechar la ventaja competitiva que otorga la conectividad aérea del destino.

De igual manera, se llevarán adelante Campañas de descuento, con acciones promocionales diseñadas para ofrecer beneficios concretos —en alojamiento, actividades y servicios turísticos— que incentiven escapadas de corta estadía. Estas iniciativas buscan captar demanda adicional, fortalecer la ocupación en períodos alternativos al calendario estacional tradicional y consolidar a Bariloche como un destino accesible y atractivo durante todo el año.

A su vez, se desarrollarán **campañas de conectividad**, comunicando la amplitud de rutas, frecuencias y facilidades de viaje que posicionan a Bariloche como el principal hub aéreo de la Patagonia, reforzando la toma de decisiones espontáneas y el acceso eficiente desde los mercados emisores clave para el destino, por ejemplo: Argentina, Chile y Brasil.

De manera complementaria, se llevará adelante una **Campaña de turismo joven**, orientada al público estudiantil entre 12 a 18 años, con foco en experiencias activas, vida nocturna, y naturaleza.

Asimismo se promoverán **Campañas Cooperadas** conjuntas de alto impacto con aerolíneas, operadores turísticos, OTAs, destinos aliados y marcas afines, combinando esfuerzos de promoción, visibilidad digital, incentivos comerciales y estrategias de conversión que faciliten el proceso de decisión del viajero.

Finalmente se ejecutarán **Campañas de contenido de nicho** orientadas a segmentos y mercados objetivo, ofreciendo relatos más personalizados que ayuden a identificar los productos turísticos que cada audiencia valora.

6.6. Síntesis del posicionamiento

El nuevo posicionamiento de Bariloche integra tres dimensiones complementarias:

- Liderazgo institucional: modelo de gestión público-privada ejemplar.
- Liderazgo de marca: destino que emociona y se reinventa.
- Liderazgo de comunicación: coherencia narrativa basada en evidencia.

En 2026, Bariloche consolidará su evolución como marca territorial de la Patagonia Argentina, capaz de combinar emoción, inteligencia y sostenibilidad en un relato integral:

"Bariloche: el destino que se siente todo el año."

7. OBJETIVOS 2026

"Convertir el liderazgo en resultados medibles"

El Plan de Acción 2026 se apoya en una estructura de objetivos estratégicos que integran marca, mercado, innovación y una visión hacia el desarrollo sostenible, consolidando a Bariloche como el destino líder en turismo inteligente de la Patagonia y referente nacional en gestión basada en evidencia.

7.1. OBJETIVO GENERAL

Consolidar a Bariloche como destino líder del Cono Sur, reconocido por su innovación, modelo de gobernanza público-privada, y compromiso creciente con un turismo sostenible, mediante estrategias de promoción y posicionamiento basadas en evidencia, creatividad e inteligencia digital.

7.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

a. Fortalecer la identidad y el posicionamiento de marca:

- Reforzar la narrativa "Bariloche destino emocional y versátil, los 12 meses del año", integrando las cuatro campañas estacionales.
- Incrementar el reconocimiento de marca en los mercados nacional y regional.
- Garantizar que el 100% de las campañas 2026 incorporen métricas verificables (alcance, engagement, retorno comunicacional).

b. Incrementar la competitividad y la demanda turística:

- Alcanzar un crecimiento sostenido en el flujo total de pasajeros (AMADEUS) respecto de 2025.
- Sostener el liderazgo nacional del turismo doméstico.
- Potenciar el mercado internacional con metas diferenciales por país (Brasil, Chile, Uruguay, Paraguay y mercados de media y larga distancia)
- Diversificar segmentos turísticos: bienestar, gastronomía, naturaleza, audiovisual, eventos deportivos, turismo joven y turismo de reuniones.
- Impulsar la conectividad aérea mediante campañas cooperadas, gestionar el aumento de frecuencias y el desarrollo de nuevas rutas estratégicas.

c. Impulsar la innovación digital y la inteligencia de gestión:

- Implementar durante 2026 el Tablero de Inteligencia Turística EMPROTUR–UNRN, integrando AMADEUS, ANAC, MSCB, Observatorio y CRM del destino.
- Aplicar herramientas de inteligencia artificial para segmentación, creación de contenidos y análisis predictivo de mercados.
- Producir informes de performance turística periódicos, disponibles para las instituciones que integran el EMPROTUR.
- Optimizar los procesos de medición de ROI digital y retorno mediático, garantizando decisiones basadas en evidencia.

- Trabajar en un diagnóstico propio para garantizar un marco de referencia que nos oriente hacia el modelo de destinos turísticos inteligentes (DTI).

d. Fortalecer la articulación público-privada y la gobernanza:

- Consolidar el rol del EMPROTUR como ente mixto modelo de gestión turística.
- Alinear la planificación con la Agencia Provincial de Turismo (ATUR), el Municipio de Bariloche y el sector privado, garantizando coherencia institucional.
- Implementar un sistema de evaluación anual del Plan, con indicadores compartidos y reportes públicos.
- Incorporar lineamientos del PETS-Bariloche en proyectos estratégicos para reforzar sostenibilidad, calidad y ordenamiento.

Enfoque transversal:

Todos los objetivos del Plan 2026 se desarrollan bajo un enfoque de innovación, inteligencia, sostenibilidad y datos verificables, garantizando acciones medibles, evaluables y coherentes con los lineamientos del destino.

8. SEGMENTACIÓN Y MERCADOS PRIORITARIOS

"Datos, inteligencia y estrategia para guiar cada acción"

8.1. Fundamento de la segmentación

El modelo de segmentación 2026 del EMPROTUR parte de una premisa clave: no todos los viajeros son iguales, pero cada uno encuentra su lugar en Bariloche.

La segmentación se construye con información de mercado, comportamiento digital y performance histórica, priorizando perfiles y territorios con mayor probabilidad de retorno, fidelización y conectividad efectiva.

Apoyado en información y estudios de comportamiento digital, el destino definió un esquema que combina criterios geográficos, psicográficos y conductuales, priorizando aquellos mercados y perfiles con mayor potencial.

Esta segmentación es dinámica y adaptable, lo que permite ajustar la estrategia promocional en tiempo real conforme evolucione la demanda o se modifiquen las condiciones del mercado. (económico, cambiario o aerocomercial).

8.2. Mercado Nacional (Argentina)

"Nuestro mercado principal: consolidar, segmentar y crecer con precisión"

El **turismo nacional** continúa representando más del 70 % del total de arribos, constituyendo el pilar fundamental de la demanda del destino.

Durante 2025 se registró una recuperación del 8 % en pasajeros domésticos, acompañada de una estadía promedio de 4,8 noches, lo que confirma estabilidad y alto nivel de fidelización.

Los principales centros emisores siguen siendo:

- AMBA (CABA + GBA): concentra cerca del 45 % del total de visitantes nacionales.
- Córdoba, Rosario y Mendoza: mantienen protagonismo por su alta conectividad aérea.
- Patagonia cercana (Neuquén, Chubut, Río Negro, Santa Cruz): impulsan viajes de corta estadía y turismo regional.

Basado en el Plan 2025, las acciones que demostraron impacto y deben sostenerse son:

- Presencia Always On en digital y medios tradicionales.
- Participación en ferias nacionales e internacionales.
- FAM press e influencers dirigidos a segmentos específicos.
- Misiones comerciales mixtas en CABA, Córdoba, Rosario, Salta y Neuquén.
- Acciones MICE: capacitaciones y propuestas de captación de eventos.
- Eventos de lanzamiento de temporada (invierno / verano).
- Participación en eventos estratégicos como FIT, Rural y festivales sectoriales.
- Programas de descuentos, beneficios y acuerdos cooperados.
- Alianzas con Visit BUE y ciudades conectadas por vuelo directo.

Estrategia Nacional 2026

En base a lo anterior, estas son las acciones definidas para 2026:

1) Protección y expansión del mercado principal:

- ❖ Fortalecer las campañas estacionales dentro del concepto 'Bariloche todo el año', asegurando una narrativa integrada entre Verano, Otoño, Invierno y Primavera.
- ❖ Mantener presencia Always On con optimización por audiencias específicas (familias, parejas, seniors, jóvenes).

- Activación digital de presencia de marca previo a los fines de semana largos y los eventos estratégicos de la ciudad
- Planificar y desarrollar la campaña de turismo Joven
- Sostener estrategias de performance con foco en reservas anticipadas.

2) Microturismo, cercanía y escapadas:

- Incentivar escapadas de 3 a 5 días en otoño y primavera.
- Campañas orientadas a mercados de cercanía: Neuquén, Chubut, Río Negro, Santa Cruz.
- Desarrollo de contenidos experienciales (gastronomía, naturaleza, bienestar).

3) Programas cooperados y alianzas estratégicas:

- Programas con aerolíneas y agencias: campañas de financiación, beneficios exclusivos, cuotas inteligentes.
- Ampliar las acciones conjuntas con Visit BA, Córdoba y otros destinos aliados.
- Fomentar circuitos combinados con destinos patagónicos.

4) Acciones presenciales de alto retorno:

- Repetir y ampliar misiones comerciales en: CABA, Córdoba, Rosario, Salta, Neuquén y Mendoza.
- Participación activa en ferias nacionales (FIT, Expo Rural, entre otras.).
- Eventos de lanzamiento de temporada en plazas clave.

5) Comunicación emocional y segmentada:

- Contenidos que muestren a Bariloche como destino todo el año.
- Narrativas orientadas a: familias, viajeros de naturaleza, bienestar, gastronomía y cultura, turismo joven, luxury.

6) MICE:

- Capacitaciones y propuestas específicas para operadores nacionales.
- Agenda activa para captar eventos científicos, deportivos y corporativos**.**

5.3. Mercados internacionales prioritarios

De los informes surge que un aumento del +72 % en vuelos internacionales y un crecimiento del +11 % en pasajeros provenientes del exterior.

El 69 % del tráfico internacional se concentró en la temporada invernal, aunque con tendencia creciente a la visita fuera de temporada.

BRASIL:

Brasil continúa siendo el mercado internacional más relevante para Bariloche, concentrando el 77,9 % del total de turistas extranjeros.

En 2025 se registró un crecimiento interanual de +13,4 %, con un gasto promedio diario 12 % superior al del visitante nacional.

Durante 2025, el EMPROTUR ejecutó una estrategia integral centrada en las principales ciudades emisivas (São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Belo Horizonte y Curitiba), que combinó:

- Campañas cooperadas con aerolíneas y operadores turísticos.
- Alianza estratégica con Visit BUE para amplificar posicionamiento en mercados de larga distancia.
- Contenido de prensa y presencia "always on" en canales digitales.
- Participación en ferias clave (WTM, AVAB, Festuris).
- Fam Press y Fam Tours orientados a contenido experiencial.
- Misiones comerciales con trade y capacitación a operadores.
- Acciones específicas para turismo joven y segmento MICE.
- Lanzamiento de temporada invierno como hito de posicionamiento.

Resultado clave 2025:

Se validó el interés creciente del viajero brasileño por productos en otras épocas del año, lo que extiende la ventana de comercialización más allá del invierno y permite desestacionalizar el mercado internacional.

Estrategia 2026 (A partir de lo que funcionó)

Se profundiza y reorienta la estrategia hacia un modelo "Bariloche todo el año", con foco en diversificación de experiencias y segmentos:

Campañas cooperadas y acuerdos de comercialización con aerolíneas y operadores.
Búsqueda de nuevos destinos brasileros.
Refuerzo en prensa, influencers y content creators en São Paulo y Río.
Producción de contenido en portugués para todo el año.
Desarrollo y promoción de experiencias premium:

a. bienestar y spa,
b. experiencias gastronómicas locales,
c. navegación, trekking y vivencias culturales.

Segmento MICE y viajes corporativos como vía de desestacionalización.
Campañas en plataformas sociales y travel media basadas en datos de intención de viaje. (always on)
Misiones comerciales.
Lanzamiento campaña INVIERNO

CHILE:

Segundo mercado internacional. En 2025 registró un crecimiento de +9,5 % anual y +16,4% en invierno, con 52 vuelos directos confirmados.-.

Los viajeros chilenos valoran las escapadas cortas, la gastronomía, los paseos lacustres y la naturaleza accesible.

Estrategia 2026:

Profundizar las acciones de promoción digital y ferias binacionales.
Impulsar programas "escapadas 3D/2N" y gastronomía y relax.
Aprovechar la conectividad aérea con Santiago y terrestre con Puerto Montt, Valdivia y Concepción.
Reforzar la presencia durante Semana Santa y Fiestas Patrias.
Reforzar presencia en vacaciones de verano – Febrero 2026

URUGUAY Y PARAGUAY

Uruguay y Paraguay continúan mostrando un crecimiento moderado pero estable (+5 % en 2025), con una marcada fidelización del visitante, un gasto per cápita medio-alto y preferencia por productos vinculados a naturaleza, gastronomía, compras y bienestar.

Estos mercados tienen un comportamiento muy predecible y responden bien a acciones cooperadas, contenidos en digital y presencia institucional.

Estrategia 2026 (integrando lo que funcionó en 2025)

- Mantener presencia "Always On" en digital con segmentación por intereses (familias, bienestar, naturaleza y escapadas de verano).
- Acciones cooperadas con operadores regionales y aerolíneas, especialmente para el período enero–marzo, cuando estos mercados tienen mayor intención de viaje.
- Participación en misiones comerciales mixtas (invierno–verano) en Montevideo y Asunción, replicando el modelo 2025 que mostró alto retorno.
- FAM Press e influencers enfocados en gastronomía, naturaleza y experiencias urbanas/activas, integrando la narrativa "Bariloche todo el año".
- Capacitaciones a TTOO y agencias, priorizando socios con mayor volumen histórico.
- Acciones de gastronomía como eje facilitador, estrategia que ya formaba parte de 2025 y funcionó con buen alcance.
- Integración del segmento MICE, con propuestas para encuentros corporativos regionales de corta estadía.

MERCADOS DE LARGA DISTANCIA (EE.UU., México, Europa)

"Menor volumen, mayor valor estratégico"

Desempeño 2025: Estos mercados mostraron una recuperación paulatina en 2025 y un creciente interés por la Patagonia como destino premium de naturaleza, wellness y experiencias únicas. Aunque representan un volumen menor, aportan alto gasto diario, estadías más largas y fuerte impacto reputacional.

Esto coincide con las tendencias del Plan 2025, donde estos mercados estaban catalogados como objetivos secundarios pero estratégicos.

Estrategia 2026:

- Participación sistemática en ferias internacionales para fortalecer posicionamiento: FITUR (Madrid), ITB (Berlín), WTM (Londres), y acciones del calendario INPROTUR.
- Acciones cooperadas con Visit BUE para posicionar a Bariloche como "extensión natural" de Buenos Aires para mercados lejanos.
- Alianzas con operadores de lujo, agencias especializadas en viajes premium y medios internacionales del segmento high end.
- FAM de alto impacto en coordinación con aerolíneas y Visit BUE dirigidos a prensa y creadores de contenido de EE.UU., España, Francia, Alemania y México.
- Campañas digitales con segmentación por motivación: naturaleza premium / Patagonia, wellness & spa, gastronomía, experiencias exclusivas y hoteles boutique.
- Acciones orientadas a turismo científico, deportivo y audiovisual, alineadas con el posicionamiento de Bariloche como hub natural-tecnológico.

8.4. Segmentos estratégicos transversales y Nichos selectivos:

Además de la segmentación geográfica, EMPROTUR priorizará en 2026 cinco segmentos estratégicos transversales con alta capacidad de diferenciación, derrame económico y posicionamiento internacional:

- Turismo gastronómico y enológico;
- Turismo de naturaleza y aventura;
- Turismo de reuniones y eventos (MICE);
- Turismo audiovisual;
- Turismo de bienestar y salud.

De manera complementaria, el destino trabajará nichos selectivos de alto valor —pesca deportiva, turismo científico-académico, eventos deportivos outdoor y turismo joven-estudiantil— que permiten ampliar la demanda, fortalecer la desestacionalización y

consolidar la narrativa de Bariloche como destino versátil y emocional durante los doce meses del año.

8.5. Enfoque estratégico 2026

La estrategia comercial y promocional del EMPROTUR se basará en datos dinámicos y herramientas predictivas, permitiendo orientar recursos hacia los mercados y segmentos con mayor potencial de conversión.

El objetivo es pasar de un modelo de promoción generalista a un modelo de precisión, donde cada acción se justifique en evidencia empírica proveniente del sistema de inteligencia turística.

Bariloche 2026 será, así, un destino que se promociona con ciencia, se comunica con emoción y se gestiona con evidencia.

9. ACCIONES ESTRATÉGICAS DE LIDERAZGO

"Inspirar, conectar y liderar desde la evidencia"

El Plan de Acción 2026 del EMPROTUR asume el desafío de transformar la inteligencia de mercado y la creatividad institucional en acciones visibles, medibles y transformadoras.

Cada una de estas líneas estratégicas fue diseñada para fortalecer la marca Bariloche, consolidar la posición competitiva del destino, y garantizar una gestión basada en evidencia, innovación y sostenibilidad.

9.1. Eje 1 — Branding y Comunicación Institucional

Objetivo: reforzar la identidad integral de Bariloche como destino turístico de todo el año.

Principales acciones 2026:

- Desarrollo de la nueva narrativa institucional de marca: "Bariloche 365", integrando los cuatro ejes estacionales (verano, otoño, invierno, primavera) bajo un relato unificado.
- Ejecución de campañas estacionales:

❖ *"Bariloche tu refugio en verano" — bienestar, naturaleza y aventura.*
❖ *"Bariloche en Otoño también es así" — otoño introspectivo, Semana Santa y Fiesta del chocolate*
❖ *"Bariloche, capital de la nieve" -claim a definir — liderazgo invernal y emocional.*
❖ *"Bariloche renace" -claim a definir — primavera y gastronomía*
❖ *Campaña fines de semana largos*
❖ *Campañas de programas de descuento*
❖ *Campañas de conectividad,*
❖ *Campaña de turismo joven*
❖ *Campañas cooperadas*
❖ *Campañas de contenido de nicho*

- Producción de contenidos audiovisuales inmersivos (360°, VR y experiencias sensoriales) para ferias, eventos y medios digitales.
- Desarrollo de una nueva página web.
- Producción audiovisual para las campañas estacionales y de nicho.
- Reforzar el plan anual de prensa nacional e internacional, consolidando acciones de earned media con medios prioritarios y generando contenido editorial estratégico todo el año.

9.2. Eje 2 — Marketing Digital e Inteligencia de Datos

Objetivo: optimizar la inversión publicitaria y la planificación comunicacional mediante indicadores de rendimiento de la inversión.

Principales acciones 2026:

Consolidación del Tablero de Inteligencia Turística EMPROTUR–UNRN, integrando datos de AMADEUS, ANAC, CRM destino y redes sociales.
Implementación de dashboards de performance digital para monitorear alcance, conversión y ROI por mercado.
Profundizar acuerdos de visibilidad, performance y remarketing con OTAs líderes, integrando métricas de conversión a los dashboards del Observatorio EMPROTUR–UNRN.
Desarrollo de campañas data-based, con segmentación predictiva y microtargeting por intereses, temporadas y segmentación socioeconómica.

Fortalecimiento del Sistema de Información Turística Local

La Municipalidad de San Carlos de Bariloche mantiene su Sistema de Información Turística, integrando herramientas de análisis y visualización de datos —entre ellas, Tableau y sistemas de registro históricos— que permiten planificar con mayor precisión, evaluar impactos y anticipar necesidades del sector.

El trabajo de la Secretaría de Turismo Municipal, el EMPROTUR y el Observatorio Turístico EMPROTUR–UNRN consolida una verdadera memoria estadística del turismo local, en la que se preservan y sistematizan datos desde la década del 80.

Esta continuidad técnica —independiente de gestiones políticas— fortalece la transparencia institucional y la capacidad de diseñar políticas públicas basadas en evidencia real.

Disponer de información representativa permite definir mejor las estrategias de promoción, seleccionar mercados prioritarios y diseñar campañas con objetivos medibles.

El objetivo central de esta modernización es acercar la información al sector privado, mejorar la calidad de los registros y construir una base estadística sólida para respaldar proyectos ante organismos nacionales e internacionales.

Esta evolución del sistema municipal local se integra con el Tablero de Inteligencia Turística EMPROTUR–UNRN, reforzando la sinergia entre municipio, universidad y sector privado, y consolidando a Bariloche como destino modelo en gestión de datos y gobernanza turística digital.

9.3. Eje 3 — Trade, Conectividad y Mercados

Objetivo: Consolidar alianzas estratégicas con operadores, aerolíneas y destinos complementarios, fortaleciendo la conectividad y la presencia comercial.

Principales acciones 2026:

Continuar con las acciones cooperadas con operadoras y líneas aéreas, integrando campañas publicitarias conjuntas en Brasil y Chile.
Desarrollo de rondas de negocios (presenciales y virtuales) con operadores de los principales mercados emisores.
Participación institucional en ferias y acciones internacionales.
Mantener y ampliar las misiones y alianzas comerciales nacionales y las acciones con VisitBUE y otros profundizando la integración con el corredor binacional Patagonia.
Fam Tours y Fam Press.

9.4. Eje 4 — Eventos, Promoción y Experiencias

Objetivo: Reforzar la presencia de Bariloche en grandes eventos nacionales e internacionales, y generar experiencias de marca memorables.

Principales acciones 2026:

Participación estratégica en la FIT 2026, con un stand inmersivo que combine narrativa audiovisual, sustentabilidad y experiencias sensoriales.
Producción de acciones experienciales en mercados prioritarios (Brasil, Chile, Buenos Aires), integrando gastronomía, música y storytelling.
Consolidación de alianzas con festivales de cine, trail y gastronomía para ampliar la identidad cultural del destino.
Fortalecimiento del segmento MICE (Meetings, Incentives, Conferences & Exhibitions).
Consolidar la presencia del destino en Expo Rural y eventos nacionales estratégicos, articulando lanzamientos oficiales de temporada de invierno y verano con prensa y trade.

9.5. Eje 5 — Gobernanza y Comunicación Institucional

Objetivo: Garantizar una gestión transparente, participativa y orientada a resultados.

Principales acciones 2026:

Implementar un sistema de monitoreo trimestral del plan de acción, con presentación pública de resultados.
Promover instancias de formación y liderazgo institucional dentro del EMPROTUR y con socios estratégicos.
Desarrollar informes anuales de gestión con indicadores verificables del Observatorio EMPROTUR–UNRN y Municipalidad de Bariloche.
Reforzar la comunicación interna y la participación activa de los equipos en los proyectos estratégicos.
Institucionalizar la Mesa Técnica de Inteligencia Turística EMPROTUR–Municipio–UNRN para garantizar coherencia metodológica y alineamiento estratégico.

Estas acciones reflejan un modelo de gestión moderno, técnico y sensible a las transformaciones del turismo global, donde la creatividad convive con la evidencia, y la comunicación con la medición de impacto.

En 2026, el EMPROTUR proyecta un destino que no solo se promociona, sino que inspira; no solo comunica, sino que lidera.

10. PROYECTOS ESTRATÉGICOS 2026

"Innovar para crecer: del dato a la acción"

Los proyectos estratégicos 2026 consolidan la base técnica e institucional desarrollada en 2025 y la proyectan hacia un modelo de gestión más profesional y colaborativo.

Cada iniciativa busca fortalecer la competitividad del destino, mejorar la calidad de la información turística y generar herramientas concretas para la promoción, la innovación y el desarrollo de producto.

10.1. Observatorio Integrado de Turismo Bariloche

Objetivo: fortalecer y organizar el sistema de información turística mediante la integración de datos existentes y la articulación entre instituciones.

Descripción: En continuidad con el trabajo realizado por el Observatorio EMPROTUR–UNRN y los sistemas de información municipales, este proyecto consolida la información ya disponible (AMADEUS, Tableau, registros municipales, ANAC) en un esquema coordinado, sin crear nuevas plataformas.

El enfoque estará en ordenar, analizar y difundir datos confiables, alineando la toma de decisiones con evidencia verificable.

Acciones principales:

- Integrar y sistematizar datos provenientes del EMPROTUR, Municipio, Provincia y UNRN.
- Publicar informes semestrales de coyuntura: demanda, ocupación, conectividad y perfil del visitante.
- Capacitar equipos técnicos en análisis de datos y herramientas de visualización.
- Reforzar el intercambio de información con el sector privado para mejorar la calidad de registros.
- Utilizar la información consolidada como insumo obligatorio para campañas, selección de mercados y evaluación de resultados.

Impacto esperado:

- Sistema de información estable, profesional y continuo más allá de gestiones.
- Decisiones estratégicas basadas en evidencia.
- Bariloche como referente nacional en gestión de datos turísticos.

10.2. Creators Lab Patagonia

Objetivo: Posicionar a Bariloche como polo regional de producción audiovisual y contenidos creativos.

Descripción: Este proyecto amplía las acciones audiovisuales desarrolladas en 2025 (FAM Press, influencers, contenidos estacionales) creando un espacio estable para la producción de material profesional, competitivo y emocional orientado a campañas digitales y mercados prioritarios.

Acciones principales:

- Producción propia de microdocumentales y series cortas: "Bariloche desde adentro".
- Residencias y laboratorios creativos para fotógrafos, realizadores y guionistas.
- Articulación con el Clúster Audiovisual Bariloche y Film Commission.
- Difusión de contenidos a través de plataformas y festivales internacionales.

Impacto esperado:

- Imagen visual unificada, moderna y profesional.
- Mayor visibilidad internacional del destino.
- Impulso al sector audiovisual local y a la economía creativa.

10.3. Turismo de Bienestar y Salud

Objetivo: Diversificar la oferta turística desarrollando productos vinculados al bienestar, la salud preventiva y el descanso consciente.

Descripción: Se articularán experiencias con centros médicos, spas, prestadores turísticos y entes deportivos, integrando la naturaleza como elemento central del bienestar.

Acciones principales:

- Diseño del corredor "Wellness Patagonia – Bariloche".
- Acuerdos con centros médicos, spas y propuestas de medicina integrativa.
- Articulación con la Cámara Argentina de Turismo Médico (CATM) para desarrollar protocolos, estandarizar servicios y promover Bariloche dentro de circuitos nacionales de turismo médico.
- Capacitación de prestadores turísticos en atención vinculada al bienestar y recuperación.
- Campañas segmentadas a mercados de alto poder adquisitivo (Brasil, Chile, Uruguay y Europa), orientadas a descanso consciente, rehabilitación suave y experiencias de naturaleza terapéutica.

Impacto esperado:

- Nueva línea de producto turístico con alto potencial de gasto y baja estacionalidad.
- Mayor captación de públicos premium y de mediana edad.
- Posicionamiento de Bariloche como destino saludable, natural y seguro dentro del ecosistema nacional de turismo médico.
- Generación de sinergias con centros de salud y profesionales locales, fortaleciendo la integración público–privada.

10.4. Programa de Inteligencia Comercial Latinoamérica + Europa

Objetivo: mejorar la eficiencia de la estrategia internacional mediante datos, análisis comparado y alianzas comerciales.

Descripción: Este programa consolida el trabajo iniciado en 2025, incorporando una lógica de monitoreo permanente de mercados prioritarios y emergentes para orientar recursos hacia las acciones con mayor retorno.

Acciones principales:

- Monitoreo mensual por mercado: demanda, precios, conectividad, estacionalidad.
- Reportes predictivos para la planificación de campañas.
- Acuerdos estratégicos con OTAs, aerolíneas y operadores.
- Capacitación en inteligencia comercial y negociación internacional.

Impacto esperado:

- Mayor predictibilidad y eficiencia en la inversión promocional.
- Reducción de la incertidumbre en mercados internacionales.
- Mayor capacidad de respuesta ante cambios en la demanda.

10.5 Programa de Integración Comercial y Conectividad Aérea

Objetivo: fortalecer la conectividad aérea y la articulación con aerolíneas, destinos aliados y operadores turísticos.

Descripción: En línea con las acciones de 2025, el programa consolida las relaciones con líneas aéreas y destinos complementarios para garantizar previsibilidad en rutas, frecuencias y campañas cooperadas.

Acciones principales:

- Mesas trimestrales con Aerolíneas Argentinas, Latam, Gol y Jetsmart.
- Estrategias cooperadas para Brasil y Chile.
- Programas de paquetes multiestacionales con trade.
- Acciones conjuntas con Visit BA.

Impacto esperado:

- Mayor estabilidad en la conectividad aérea.
- Mejor planificación y coordinación de campañas.
- Reforzamiento de la integración público–privada.

11. INDICADORES Y GOBERNANZA

"Medir para mejorar, gestionar para trascender"

11.1. Sistema de seguimiento y evaluación

El Plan de Acción 2026 del EMPROTUR adopta un modelo de gestión orientado a resultados, basado en indicadores verificables, fuentes oficiales y evaluación periódica.

El propósito es garantizar la transparencia, eficiencia y coherencia entre las metas estratégicas, las acciones ejecutadas y los recursos invertidos.

El seguimiento se realizará de manera trimestral mediante informes internos y semestralmente a través de reportes públicos presentados al Directorio del EMPROTUR y al Consejo Asesor.

11.2. Indicadores clave (KPI)

Los indicadores se estructuran en torno a cinco ejes:

1. Marca y comunicación

Alcance total de campañas digitales y tradicionales.

Índice de recordación de marca y engagement emocional.
Porcentaje de acciones con métricas de impacto verificadas.

2. Mercado y demanda

Arribos nacionales e internacionales (AMADEUS / ANAC).
Ocupación hotelera y pernoctes promedio (Observatorio EMPROTUR-UNRN-MSCB).
Gasto turístico medio y tasa de retorno de visitantes.

3. 3. Innovación, análisis y profesionalización

Incorporación sistemática del análisis de datos turísticos como herramienta de planificación y evaluación.
Cantidad y calidad de informes técnicos producidos y difundidos públicamente por el EMPROTUR y el Observatorio EMPROTUR–UNRN.
Nivel de capacitación y actualización profesional del equipo en comunicación, planificación estratégica y gestión turística.
Grado de utilización de fuentes oficiales (AMADEUS, ANAC, Observatorio, Secretaría de Turismo Municipal) en la toma de decisiones.

11.3. Transparencia, Profesionalización y liderazgo institucional

El EMPROTUR reafirma su compromiso con la transparencia, la rendición de cuentas y la continuidad de políticas públicas como pilares de su legitimidad.

Los resultados del Plan 2026 se comunicarán a través de reportes semestrales públicos accesibles, fortaleciendo la confianza en la gestión y el valor institucional del ente mixto.

La gobernanza de este plan se apoya en la articulación virtuosa entre el sector público y privado, que constituye uno de los mayores activos de Bariloche como destino: un modelo de cooperación que trasciende nombres y gestiones, y que sigue consolidando la visión de una ciudad que se piensa, se planifica y se promociona en base a conocimiento.

Durante 2026, este enfoque se verá acompañado por un proceso sostenido de profesionalización interna, impulsado principalmente por:

- la contratación de un equipo especializado en trade y mercados
- el fortalecimiento del área de planificación estratégica
- la consolidación de un equipo de prensa y comunicación institucional capaz de sostener una presencia activa y coherente del destino.

La incorporación de estas capacidades técnicas permite mejorar la calidad de la ejecución, asegurar continuidad operativa y garantizar que cada acción del plan se apoye en evidencia, estrategia y comunicación efectiva.

12. CALENDARIO

El presente calendario trimestral organiza, de manera clara y anticipada, todas las acciones estratégicas previstas para 2026, integrando campañas estacionales, acciones de marketing, ferias internacionales, programas de trade, grandes eventos, rondas comerciales, prensa y los proyectos clave definidos por el EMPROTUR.

Este esquema permite visualizar la secuencia lógica de trabajo anual y asegura una gestión ordenada, basada en planificación, eficiencia y articulación público-privada. Cada actividad contemplada en el calendario se vincula directamente con los objetivos generales y específicos del Plan de Acción 2026, priorizando:

- ★ Sostenimiento y crecimiento de los mercados estratégicos
- ★ Desestacionalización del destino
- ★ Coherencia narrativa y fortalecimiento de la marca Bariloche 365.
- ★ Participación en ferias y eventos clave
- ★ Acciones de prensa e influencers orientadas a maximizar el impacto mediático en los momentos de mayor visibilidad.
- ★ Desarrollo de proyectos estratégicos

La planificación trimestral asegura que cada acción tenga un propósito, una fecha estimada y un objetivo claro, facilitando el seguimiento, la medición de resultados y la toma de decisiones basadas en evidencia.

A continuación, se detalla el Calendario Trimestral de Acciones 2026, organizado por líneas de trabajo, con fechas tentativas y metas asociadas.

PRIMER TRIMESTRE — ENERO / FEBRERO / MARZO 2026

Línea	Acciones	Fechas Estimadas	Objetivo

Campañas	Ejecución campaña “Bariloche tu refugio en verano”	Ene–Feb	Sostener demanda alta y captación verano
	Campaña turismo joven	Mar/ oct	
	Ejecución campaña “Bariloche en Otoño también es así”	Marzo	Desestacionalizar
Eventos	Carnaval 2026	Feb	Activaciones de temporada
	Fiesta del Chocolate	Abril	Fortalecer Semana Santa
Ferias / Trade	FITUR Madrid	Ene (3° sem)	Presencia internacional
	ANATO Colombia	Feb (últ. semana)	Mercado LATAM vista estratégica
	Rondas Chile (Santiago + Sur)	Feb–Mar	Reforzar conectividad
Prensa	FAM Press verano (Brasil / Chile / Nacional)	Ene–Feb	Visibilidad internacional
	Influencers Brasil–Chile	Ene–Feb	Viralización emocional
Proyectos	Inicio Observatorio Integrado (primer consolidado)	Mar	Toma de decisiones basada en datos

	Inicio Creators Lab Patagonia	Ene–Mar	Producción contenidos propios

SEGUNDO TRIMESTRE — ABRIL / MAYO / JUNIO 2026

Línea	Acciones	Fechas Estimadas	Objetivo
Campañas			
	Campaña Semana Santa	Abr	Aumentar pernoctes
	Campaña anticipada invierno	May–Jun	Levantar curva previa
Producciones	Producción audiovisual otoño 2027	Abril	
Eventos	Fiesta Nacional del Chocolate	Semana Santa	Atraer turismo familiar
	Lanzamiento Temporada Invierno 2026	Junio	Posicionamiento nacional e internacional
	Misiones comerciales CABA–Córdoba–Rosario	Mayo	Venta anticipada y posicionamiento
	Martin Fierro al Turismo	Mayo	Desestacionalizar - Promover
Ferias / Trade	WTM LATAM São Paulo	Abril	Mercado clave Brasil

	Roadshow Brasil	Abr	Venta directa
	Misiones Mendoza–Neuquén–Salta	May	Apertura regional
	Capacitaciones MICE	Abr–Jun	Incentivar segmento reuniones
Prensa	FAM Press otoño	Abr	Narrativa estacional
	Prensa nieve + conectividad	May–Jun	Preparación invierno
Proyectos	Informe de Coyuntura 1 (Observatorio)	Jun	Transparencia y datos

TERCER TRIMESTRE — JULIO / AGOSTO / SEPTIEMBRE 2026

Línea	Acciones	Fechas Estimadas	Objetivo
Campañas	Ejecución campaña “Bariloche, Capital de la Nieve”	Jul–Ago	Maximiz. temporada alta
Producciones	Producción audiovisual invierno 2027		

Eventos	Fiesta de la Nieve	Agosto	Visibilidad + medios
	Expo Rural (según edición)	Julio	Presencia institucional
	Activaciones invierno Brasil–Chile–AMBA	Jul–Ago	Fidelización mercados
	Agenda MICE (MeetUp Argentina, si aplica)	Ago	Desestacionalizar
Ferias / Trade	Rondas negocios invierno	Jul–Ago	Comercialización directa
	Preparación FIT 2026	Ago–Sep	Coordinación institucional
Prensa	FAM Press nieve	Jul–Ago	Prensa internacional
	Contenido conectividad y productos	Jul–Ago	Énfasis temporada
Proyectos	Creators Lab – etapa invierno	Jul–Ago	Contenidos premium
	Informe Observatorio "Mitad de temporada"	Sep	Evaluar curva real

CUARTO TRIMESTRE — OCTUBRE / NOVIEMBRE / DICIEMBRE 2026

Línea	Acciones	Fechas Estimadas	Objetivo
Campañas	Lanzamiento Campaña verano 2027	Oct–Nov	Continuidad estratégica
	Campaña "Navidad en Bariloche"	Nov–Dic	Aumentar identidad + reservas
Eventos	FIT 2026 – Buenos Aires	Octubre	Máximo evento nacional
	BALC	oct	Desestacionalizar - Gastronomía
Ferias Internacionales	WTM Londres	Nov	Europa
	ITB Berlín – preparación	Dic	Mercado europeo 2027
	Roadshows fin de año Brasil–Chile	Nov–Dic	Captación verano
Prensa	Mega FAM pre-verano	Nov	Impacto global
	Lanzamiento campaña verano 2027	nov/Dic	Alta conversión
Proyectos	Informe de Coyuntura 2 (Observatorio)	Dic	Cierre anual

	Informe anual del Tablero	**Dic**	**Evaluación de impacto**

13.- PRESUPUESTO:

El presupuesto del EMPROTUR correspondiente al ejercicio 2026 fue aprobado por el Directorio y el Consejo Asesor, y se conforma a partir de tres fuentes principales de financiamiento:

a) Componente B

b) Fondos adeudados por la Provincia de Río Negro – Ley 5.421

c) Aportes de la Agencia Provincial de Turismo (ATUR) – Artículo 35, Ley 5.771

PRESUPUESTO INGRESOS Y EGRESOS 2026

CONCEPTO	IMPORTE
Deudores al cierre	248.839.649
Componente B	**3.346.419.980**
Deuda MSCB	0
Saldo de libre disponibilidad 2025	835.304.106
TOTAL	**4.430.563.735**
Aporte Ley 5771 art. 35 - ATUR	799.886.668
Deuda aporte Ley 5421 PRN 2025	2.585.222.305
TOTAL INGRESOS	**7.815.672.708**
Gastos Funcionamiento	719.051.926
Plan Acción 2026	**7.096.620.782**

13.1 DISTRIBUCIÓN DEL PRESUPUESTO

Categoría	% del presupuesto	Monto asignado (ARS)
Comunicación Institucional	**2,80%**	$ 198.705.382
Eventos y Activaciones	**14,90%**	$ 1.057.406.498
Marketing y Promoción	**54,10%**	$ 3.835.328.273
Otros Gastos Operativos	**5,20%**	$ 369.023.881
Proyectos Estratégicos	**1,50%**	$ 106.449.312
Trade, Ferias y Conectividad	**21,40%**	$ 1.520.707.436
TOTAL	**100%**	**$ 7.096.620.782**

14. PLAN ESTRATÉGICO

Presupuesto anual 2026 y propuestas de acción

Desde el área de planificación estratégica el trabajo en 2026 estará centrado en la actualización del PETSB y en la consolidación del Observatorio de Turismo Emprotur - UNRN, profundizando una gestión basada en evidencia, liderazgo institucional y uso inteligente de los recursos. Con un presupuesto orientado de manera precisa a priorizar en primer lugar los proyectos de gobernanza y de inteligencia turística y en segundo lugar al desarrollo y la oferta que son el insumo principal para la promoción del destino. El objetivo es orientar la inversión a oportunidades concretas de crecimiento y desarrollo, con resultados medibles, articulando comunicación, innovación y desarrollo de mercados bajo una lógica basada en datos orientada a posicionamiento estratégico.

Este nuevo ciclo de planificación se apoya en proyectos estratégicos que ordenan, profesionalizan y modernizan la gestión turística. Desde la consolidación del Observatorio Integrado de Turismo hasta la puesta en marcha de Certificaciones Film Friendly que aportan a la profesionalización de las prestaciones turísticas para segmentos de alto impacto con exigencias específicas, pasando por la búsqueda de alianzas estratégicas para potenciar la promoción, el 2026 es el año de la Gobernanza basada en datos y orientada a posicionamiento estratégico. El fortalecimiento de la gestión, el posicionamiento y la sostenibilidad de la actividad turística a largo plazo son objetivos transversales para 2026, para lo cual gran parte del trabajo de desarrollo se centrará en hacer inteligencia comercial y sumar conectividad aérea. La distribución presupuestaria permite robustecer un sistema de inteligencia turística y consolidar la oferta para diseñar estrategias de

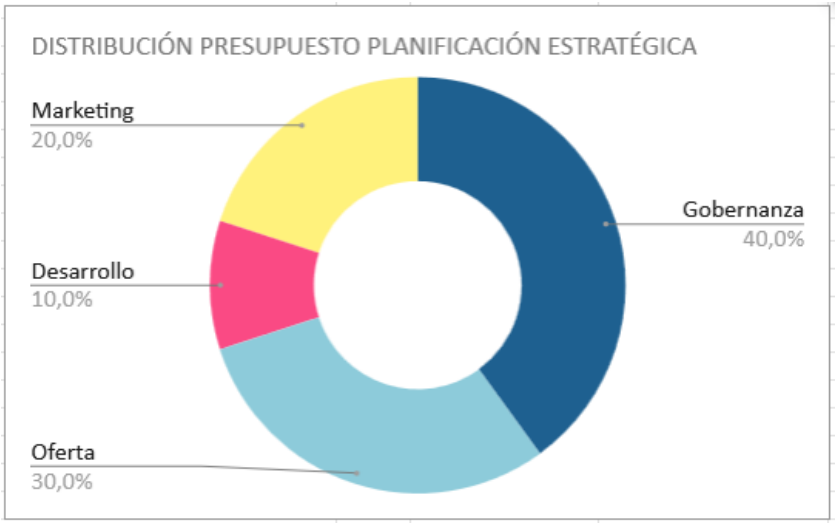
posicionamiento del destino basadas en datos y vender Bariloche bajo el concepto turismo todo el año.

En 2026, el desafío es combinar estrategias basadas en datos para consolidar a Bariloche como destino líder en mercados en desarrollo y en segmentos y nichos que ayuden a romper la estacionalidad. La gestión se basará en información confiable generada en el Observatorio de Turismo y estudios de mercado específicos que fortalezcan la competitividad de largo plazo.

La planificación estratégica se concibe así como una herramienta de liderazgo: un marco que orienta decisiones, ordena prioridades y habilita una ejecución clara, medible y articulada entre sector público y privado. Cada acción proyectada para el año se fundamenta en datos, responde a objetivos verificables y sostiene un propósito común: que Bariloche siga creciendo como marca que lidere la Patagonia Argentina, sostenible y emocionalmente significativa, capaz de inspirar todo el año y proyectarse con solidez en los mercados nacionales e internacionales.

14.1 DISTRIBUCIÓN PRESUPUESTO 2026

		INGRESOS	EGRESOS
Presupuesto PE 2026		$218.000.000	
Estructura			$50.000.000
Desarrollo de proyectos total			**$168.000.000**
Gobernanza	40%		$67.200.000
Oferta	30%		$50.400.000
Desarrollo	10%		$16.800.000
Marketing	20%		$33.600.000
Equipamiento	0%		$0
TOTAL FONDOS		**$218.000.000**	**$218.000.000**



BARILOCHE
Patagonia - Argentina

PROYECTOS POR EJE DEL PLAN

GOBERNANZA	OFERTA	DESARROLLO	MARKETING	EQUIPAMIENTO
Observatorio de Turismo Emprotur - UNRN	Alianzas con destinos (Visit Bue, Norpatagonia, USH, Calafate, P.Madryn) para fortalecer la oferta en mercados en desarrollo de larga distancia	Certificación Film Friendly con la Film Commission	Newsletter Trade	Red de Espacios abiertos con Potencial Deportivo y Recreativo
Fuentes de big data y tableros con información sistemática	Agendas: cultura, eventos, deportes, turismo	Mentorías de desarrollo de productos turísticos para mejorar el posicionamiento local	Merchandising local	Costanera - Puerto - Centro Cívico - Centro de Convenciones - Usina - Brazo Tristeza - Llao Llao - Parque Botánico Cubierto
Estudios de mercado en turismo científico, de bienestar, de reuniones, deportivo, alta gama, mercados en desarrollo	Catálogo de productos turísticos de Bariloche	Estrategia integral de Desarrollo de Mercados Internacionales basada en datos	Implementaciónde un sistema de CRM	Actualización basada en PETSB
Digitalización y herramientas digitales para sistematizar y automatizar y expandir capacidades	Catálogos de turismo por nicho y por segmento (aventura, familia, niños, bodas, deportivo, parejas, etc)			
Estrategia de comunicación de información de impacto	Potenciar segmentos y nichos consolidados: audiovisual cinematográfico, bodas, soft-adventure internacional, pesca			
Estudio e implementación de proyectos de interoperabilidad	Innovación en la oferta, visibilidad de nuevos productos			
Proyectos ejecutivos para presentar a fondos de financiamientos	Agenda de talleres de calidad y capacitación			
Actualización PETSB visión 2036	Distinciones en calidad turística			

GOBERNANZA	OFERTA	DESARROLLO	MARKETING	EQUIPAMIENTO
	Gestionar la carga de los ambientes y productos			

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1YnyuRrlH6Tn37VFPzJH8538Z2_W5whCC/edit?usp=drive_link&ouid=104831566780445179027&rtpof=true&sd=true

15.- Cierre:

El Plan de Acción 2026 del EMPROTUR consolida un modelo de gestión moderno, profesional y orientado a resultados, donde cada decisión se fundamenta en evidencia y cada acción se articula bajo una visión integral del destino. Bariloche ingresa a un nuevo ciclo de planificación con objetivos claros: fortalecer su liderazgo regional, profundizar la innovación, consolidar la inteligencia turística como base de la gobernanza y proyectarse con una identidad de marca coherente, emotiva y sostenible.

El trabajo conjunto del sector público y privado, la articulación con organismos provinciales y nacionales, y la consolidación de herramientas técnicas como el Observatorio de Turismo EMPROTUR–UNRN, permiten avanzar hacia un destino más competitivo, diversificado y preparado para los desafíos del contexto global.

El 2026 será un año de ejecución firme: campañas integradas, mercados estratégicos con enfoque de precisión, proyectos que elevan la calidad institucional y una estructura presupuestaria orientada a maximizar impacto y eficiencia. Todo ello con un propósito transversal: que Bariloche siga creciendo como destino inteligente, sostenible y emocionalmente significativo, capaz de inspirar experiencias memorables durante los 365 días del año.

Este Plan es, en definitiva, un compromiso: con la ciudad, con su gente, con sus visitantes y con un modelo de gestión que busca trascender, construir futuro y consolidar a Bariloche como la marca territorial líder de Argentina.

MUCHAS GRACIAS

9. Sistema Municipal de Bomberos Voluntarios (SIMBOV) Ord. Nº 1522-CM-05

Municipalidad de San Carlos de Bariloche
2025

Nota

Número: NO-2025-00030618-MUNIBARILO-DTAPC#SSPC

SAN CARLOS DE BARILOCHE, RIO NEGRO
Martes 23 de Septiembre de 2025

Referencia: Presupuesto SIMBOV 2026

A: Cristian Eduardo Paredes (DC#SSAF), Mariana Elizabeth Gonzalez (DTP#DC),

Con Copia A:

De mi mayor consideración:

Estimados,

En respuesta a la nota N° 014-SH-25, remito el presupuesto del SIMBOV para el periodo 2026, el mismo que fue enviado a Contaduría el 25/08/2025.

Cualquier consulta a disposición.

Sin otro particular saluda atte.

Digitally signed by GDEBARILOCHE
Date: 2025.09.23 14:22:58 -03:00

Rocio Azkue
Jefe de Departamento
Departamento Administrativo de Protección Civil
Subsecretaría de Protección Civil

Digitally signed by GDEBARILOCHE
Date: 2025.09.23 14:22:59 -03:00

SISTEMA MUNICIPAL BOMBEROS VOLUNTARIOS
PRESUPUESTO ANUAL 2026

CEB	Base: Cobranza **mensual promedio** conforme tarifas **2025**:	$	94.971.741,66
MUNICIPIO (1)	Recaudación anual del año **2024** (a girar en 2025) s/ Ejecución Presupuestaria de Ingresos Municipales (de junio 2025):	$	48.323.278,37
	Proyección de recaudación anual del año **2025** (a transferir en el transcurso de 2026):	$	60.404.097,96

Ingresos y distribuciones estimadas:

Se aplica un incremento de tarifas del 35,00% para todas las categorías de los usuarios CEB (2)

MENSUAL

Ingreso CEB:				$	123.897.892,39
Ingreso MUNICIPIO (prorrateado en 12 meses):				$	5.033.674,83
Ingreso MENSUAL:				**$**	**128.931.567,22**
Fondo de Reserva:				**$**	**5.033.674,83**
Distribución (únicamente de ingresos CEB):					
Aplicación de los fondos: **FUNCIONAMIENTO**	60%	*(3)*		$	74.338.735,44
EQUIPAMIENTO	30%			$	37.169.367,72
ADM.CENTRAL	6%			$	7.433.873,54
FONDO SOLIDARIO:	2%			$	2.477.957,85
FONDO CONTINGENCIAS:	2%			$	2.477.957,85
			Total Mensual:	**$**	**123.897.892,39**
(3) Funcionamiento por Asociación:					
Centro	*33%*			*$*	*24.531.782,69*
Melipal	*25%*			*$*	*18.584.683,86*
Ruca Cura	*21%*			*$*	*15.611.134,44*
Campanario	*21%*			*$*	*15.611.134,44*
				$	***74.338.735,44***

ANUAL

Ingreso CEB:				$	1.486.774.708,73
Ingreso MUNICIPIO:				$	60.404.097,96
Ingreso ANUAL:				**$**	**1.547.178.806,69**
Fondo de Reserva:				**$**	**60.404.097,96**
Distribución (únicamente de ingresos CEB):					
Aplicación de los fondos: **FUNCIONAMIENTO**	60%	*(4)*		$	892.064.825,24
EQUIPAMIENTO	30%			$	446.032.412,62
ADM.CENTRAL	6%			$	89.206.482,52
FONDO SOLIDARIO:	2%			$	29.735.494,17
FONDO CONTINGENCIAS:	2%			$	29.735.494,17
			Total Anual:	**$**	**1.486.774.708,73**
(4) Funcionamiento por Asociación:					
Centro	*33%*			*$*	*294.381.392,33*
Melipal	*25%*			*$*	*223.016.206,31*
Ruca Cura	*21%*			*$*	*187.333.613,30*
Campanario	*21%*			*$*	*187.333.613,30*
				$	***892.064.825,24***

(1) Los fondos son recaudados por el Municipio y deben ser transferidos como fondo específico al SIMBOV.

(2) Porcentaje de aumento sujeto a modificaciones del directorio y a posterior aprobación del proyecto de ordenanza.

10. Ente Autárquico Municipal del Cerro Catedral – (E.A.M.Ce.C.)

EAMCEC
Ente Autarquico Municipal Cerro Catedral

ENTE AUTARQUICO MUNICIPAL CERRO CATEDRAL
Ente Autárquico creado por Ordenanza Municipal Nº 2203-CM-11

San Carlos de Bariloche, 25 de septiembre de 2025.-

Secretaria de Hacienda
Municipalidad de San Carlos de Bariloche
Sr. Lerra, Gonzalo Miguel
S / D

De nuestra mayor consideración:

Tenemos el agrado de dirigirnos a Usted, con motivo de comunicar que se ha presentado ante el Tribunal de Contralor Nota Nº 163-EAMCEC-25 que contiene el Presupuesto del Ente Autárquico Municipal Cerro Catedral (EAMCEC) para el año 2026, que en copia se adjunta.

Sin otro particular, aprovechamos la oportunidad para saludarlo muy atte..-

Martín Dominguez
Presidente - EAMCEC

RECIBIDO
Secretaría de Hacienda
Fecha 29/9/25
Hora 11:20 hs

RECIBIDO
DIREC. CONTADURIA GRAL.
FECHA 29 SEP 2025
Hora 13:30
Firma

Nota Nº 164-EAMCEC-24

Casilla de Correo Nº 1520 – Correo Argentino – San Carlos de Bariloche (8400) - Río Negro - Argentina
Tel/Fax: (02944) 460157 – E-mail: legales.eamcec@gmail.com

		EAMCEC		
		PRESUPUESTO DE EGRESOS 2026		
611		PERSONAL	$	$
6111		PERSONAL PLANTA PERMANENTE		545.865.265,11
	6111010101	Sueldos Básicos	345.000.000,00	
	6111010102	Sueldo Anual Complementario	30.000.000,00	
	6111010103	Aporte Patronal p/Obra Social	26.761.318,00	
	6111010104	Aporte Patronal Jubilatorio	98.897.313,00	
	6111010105	Asignaciones Familiares	0,00	
	6111010106	Servicios Extraordinarios	0,00	
	6111010107	Refrigerio	24.288.000,00	
	6111010108	Aporte Patronal ART	20.805.721,00	
	6111010109	Aporte Patronal Seg. Vida Oblig.	112.913,11	
6112		PERSONAL PLANTA POLITICA	0,00	
	6112010101	Sueldos Básicos	0,00	
	6112010102	Sueldo Anual Complementario	0,00	
	6112010103	Aporte Patronal p/Obra Social	0,00	
	6112010104	Aporte Patronal Jubilatorio	0,00	
	6112010105	Asignaciones Familiares	0,00	
	6112010107	Refrigerio	0,00	
	6112010108	Aporte Patronal ART	0,00	
	6112010109	Aporte Patronal Seg. Vida Oblig.	0,00	
6113		PERSONAL PLANTA TEMPORARIA	0,00	28.140.000,00
	6113010101	Sueldos Básicos	24.500.000,00	
	6113010102	Sueldo Anual Complementario	0,00	
	6113010103	Aporte Patronal p/Obra Social	0,00	
	6113010104	Aporte Patronal Jubilatorio	0,00	
	6113010105	Asignaciones Familiares	0,00	
	6113010106	Servicios Extraordinarios	0,00	
	6113010107	Refrigerio	3.640.000,00	
	6113010108	Aporte Patronal ART	0,00	
	6113010109	Aporte Patronal Seg. Vida Oblig.	0,00	
612001		BIENES DE CONSUMO	0,00	104.895.243,62
	6120010101	Combustibles y lubricantes	9.000.000,00	
	6120010102	Repuestos menores	8.000.000,00	
	6120010103	Papelería y útiles de oficina	3.400.000,00	
	6120010104	Útiles y materiales aseo	500.000,00	
	6120010105	Materiales de construcción	65.000.000,00	
	6120010106	Vestuario y elementos de seguridad	2.500.000,00	
	6120010107	Material didáctico	1.225.000,00	
	6120010108	Materiales y productos farmacia (botiquines etc)	155.000,00	
	6120010109	Racionamiento alimentos	1.200.000,00	
	6120010110	Insumos parques y jardines (FUMIGACIÓN)	300.000,00	
	6120010111	Otros consumos sin clasificar	4.500.000,00	
	6120010112	Insumos y materiales computación	615.243,62	
	6120010113	Artículos de iluminación y electricidad	6.000.000,00	
	6120010114	Productos químicos, barnices y pinturas	2.500.000,00	
613001		SERVICIOS	0,00	270.944.896,10
	6130010101	Electricidad, gas y agua	5.100.000,00	
	6130010102	Transportes y almacenaje	0,00	
	6130010103	Pasajes	20.300.000,00	
	6130010104	Comunicaciones	10.200.000,00	
	6130010105	Publicidad y propaganda	0,00	
	6130010106	Seguros generales	11.000.000,00	
	6130010107	Alquileres de bienes muebles e inmuebles	3.120.000,00	
	6130010108	Gtos. judiciales, multas, indemnizaciones	0,00	
	6130010109	Viáticos y movilidad	21.000.000,00	
	6130010110	Estudios, investigación y asistencia técnica.	86.000.000,00	
	6130010111	Gastos de imprenta y reproducción	0,00	
	6130010112	Mantenimiento, reparación y limpieza	50.000.000,00	
	6130010113	Servicios públicos ejec. por terceros	0,00	
	6130010114	Gastos cortesía y homenaje	2.500.000,00	
	6130010115	Gastos varios sin clasificar	3.500.000,00	
	6130010116	Capacitación	55.000.000,00	
	6130010117	Servicios de sonido	0,00	
	6130010118	Franqueo	24.896,10	
	6130010119	Servicios de vigilancia	0,00	
	6130010120	Intereses y comisiones	3.200.000,00	

62		EROGACIONES DE CAPITAL	0,00	
621		BIENES DE CAPITAL	0,00	
6210		EQUIPAMIENTO	0,00	172.692.861,18
	6210010101	Maquinarias y Herramientas	151.692.861,18	
	6210010102	Medios de Transporte	0,00	
	6210010103	Repuestos Mayores	21.000.000,00	
6212		INMUEBLES Y OBRAS	0,00	38.750.000,00
	6212010101	Terrenos	0,00	
	6212010102	Obras en curso	0,00	
	6212010103	Edificios	38.750.000,00	
6211		INVERSIONES ADMINISTRATIVAS		26.500.000,00
	6211010101	Máquinas y Equipos de Oficina	12.000.000,00	
	6211010102	Bibliotecas y Colecciones	0,00	
	6211010103	Bienes sin Discriminar	5.000.000,00	
	6211010104	Muebles de Oficina	5.000.000,00	
	6211010105	Equipamiento de Laboratorio	0,00	
	6211010106	Equipamiento de Computación	4.500.000,00	
615001		TRANSFERENCIAS AL SECTOR PÚBLICO -GASTOS CORRIEN	0,00	1.491.875.000,00
	6150010101	Transferencias al Municipio Canon	1.007.500.000,00	
	6150010102	Transferencias al Municipio Leasing	0,00	
	6150010103	Transferencias al Municipio Publicidad	484.375.000,00	
Total General			2.679.663.266,00	2.679.663.266,00

Base de cálculo

Base general aplicada, incremento promedio del 15 % respecto del periodo 2025,-
Algunas partidas fueron ajustadas de acuerdo a los datos historicos de ejecución, y compromisos asumidos para el ejercicio 2026.

YANINA SANCHEZ
Tesorera
Ente Autárquico Municipal
Cerro Catedral

Martín Dominguez
Presidente - EAMCEC

EAMCEC
PRESUPUESTO DE INGRESOS 2026

	$
CANON	2.015.000.000,00
LEASING	0,00
PUBLICIDAD	484.375.000,00
INTERESES PLAZO FIJO	180.288.266,00
TOTAL	2.679.663.266,00

Base de calculo

Canon pase diario estimado para 2026: pase DIARIO temporada 2025 de $155,000,- por 13000 pases diarios,-

Valor estimado para base pase diario mayor 2025 = $ 155.000

Publicidad presupuesto un cuarto del canon

Intereses plazo fijo se estimó en base a los saldos de canones percibidos a utilizarse en meses posteriores.

YANINA SANCHEZ
Tesorera
Ente Autárquico Municipal
Cerro Catedral

Martín Dominguez
Presidente - EAMCEC