

**Capítulo**  
General

**Categoría 03**  
Asunto Públicos/Lobbying

**Nombre de la compañía**  
Uber

**Título del programa**  
“Uber en Bariloche: De la amenaza de prohibición a repensar la movilidad”



**Área que desarrolló el plan**  
Asuntos Públicos y Comunicación con soporte de la agencia de comunicación Bond PR y Francisco Poppe.

**Personas responsables del plan**  
Juan Labaqui, Julieta Casal, Florencia Nigro, Maria Bilotte y Pedro Martino.

## 1) INTRODUCCIÓN (PLANTEO Y DIAGNÓSTICO):

A nivel global, **Uber opera en más de 10.000 ciudades de 70 países**, con la misión de acercar una opción de movilidad accesible para todos, en cualquier momento y en cualquier lugar de la ciudad. **Desde su llegada a Buenos Aires en 2016, su crecimiento ha sido sostenido, y hoy está disponible en más de 40 ciudades del país.** Tras los lanzamientos en Mendoza (2018), Mar del Plata y Córdoba (2019), entre 2020 y 2022, la expansión continuó en más de 13 ciudades, incluyendo Tucumán, Salta, Jujuy, Santa Fe, Rosario, Paraná, Corrientes, Resistencia, Comodoro Rivadavia y Posadas.

Durante 2023 y 2024, la operación de Uber se consolidó con la llegada a destinos emblemáticos como Puerto Iguazú, Bariloche, Ushuaia, Río Grande, Santa Rosa, El Calafate, Puerto Madryn, Reconquista, San Rafael, entre otros.

**Desde el primer viaje hace 9 años, Uber comenzó un proceso de cambio en la movilidad urbana.** Las reacciones a ese cambio se dividieron entre el entusiasmo, la inquietud y la reticencia, dando forma a un debate público sobre el rol de la tecnología y el futuro de las ciudades.

**En mayo de 2023, Uber anunció la llegada a Bariloche con el compromiso de responder a la demanda de movilidad de quienes viven en la ciudad así como también de quienes la visitan. Había que generar, en tiempo récord, un músculo capaz de expandirse en las altas temporadas sin dejar a nadie en el camino.**

De cara a las opciones de movilidad existentes, como el taxi y el remis, era necesario demostrar que Uber es una herramienta complementaria capaz de capturar y canalizar toda la demanda. En Bariloche, esto requería romper con la falsa elección entre dar respuesta al turismo o a la población local. Había que lograr, en cambio, que quienes viven y visitan Bariloche siempre tengan a disposición una opción de movilidad.

Aunque el lanzamiento contó con el apoyo del sector turístico, la reacción del entonces intendente Gustavo Gennuso fue negativa, buscando la prohibición de la plataforma. En diciembre, el actual intendente Walter Cortés también se expresó en contra de Uber, argumentando que por ser una empresa internacional no debería operar en la ciudad, proponiendo en su lugar una app local.

**Uber se mantuvo firme en su compromiso de brindar una solución de movilidad y una herramienta para generar ganancias capaz de integrar a particulares, taxistas y remiseros. La percepción y la conversación sobre Uber en Bariloche cambiaron completamente con el funcionamiento de la app. Esto allanó el camino y dio paso a la visión de Uber: contribuir desde la movilidad a lo que hace única a cada ciudad.**

## 2) PROPUESTA/ ENUNCIADO DE CAMPAÑA (ESTRATEGIA)

Para la celebración de los 8 años en la Argentina, Uber volvió a poner a Bariloche en el centro de la escena y demostró que el futuro de colaboración es posible en cada ciudad. **Los paisajes de Bariloche y su apertura al turismo son parte de su identidad; y el impacto que Uber puede generar en una ciudad está estrechamente ligado a la actividad y las características que la hacen única.**

Con eso en mente, **Uber desarrolló una versión de Uber Boat específica para Bariloche, para potenciar el acceso al Parque Nacional Nahuel Huapi y permitir que el viaje fuera parte de la experiencia.** Todos los equipos trabajaron en conjunto para que Bariloche sea una de las pocas ciudades en el mundo donde Uber Boat está disponible.

### Objetivos:

- Compartir la visión de futuro de Uber en Argentina y demostrar cómo Uber seguirá generando impacto positivo.
- Dar a conocer la expansión nacional de Uber así como también la integración con el taxi.
- Consolidar el trabajo con las autoridades de Bariloche para asegurar el éxito de Uber Boat.

### Públicos clave:

- Usuarios de la app (residentes y turistas)
- Socios conductores
- Autoridades nacionales
- Autoridades locales
- Medios de comunicación y líderes de opinión

### Mensajes centrales:

- **Cambiamos la manera en que se mueven las ciudades.** La movilidad compartida está ya naturalizada en Argentina, pese a que pasaron sólo nueve años del primer viaje en Buenos Aires.
- **Desde Uber queremos potenciar las actividades que hacen única a cada ciudad.** Buscamos crear formas inimaginables de moverse y ponerlas a un click de distancia.
- **Desde la app de Uber, como en muchas ciudades del mundo, también se podrá pedir un viaje por el Lago Nahuel Huapi.**
- **La prueba piloto fue desarrollada en conjunto con la Agencia de Parques Nacionales,** para que todas las personas que viven y visitan Bariloche puedan disfrutarla en todas sus geografías.

### Canales de comunicación

- Medios locales y nacionales (invitaciones, entrevistas, press trip)
- Redes sociales (Uber Argentina + Uber Latam)
- Influencers locales y nacionales
- Activaciones con periodistas (Urbana Play, "De acá en más")
- Comunicación directa a usuarios y socios conductores (emailing / app)

### 3) DESARROLLO / EJECUCIÓN DEL PLAN (TÁCTICAS Y ACCIONES)

#### Primera etapa: Diálogo y articulación del proyecto

Para hacer realidad este proyecto, era fundamental contar con el apoyo de stakeholders clave, como autoridades nacionales, provinciales y municipales; y hacer parte del lanzamiento a usuarios, socios conductores, creadores de contenido y periodistas locales y nacionales. Asimismo, trabajamos junto a la Administración de Parques Nacionales para alinear el producto a los requerimientos que exige el cuidado del Parque Nacional Nahuel Huapi.

Este proceso de articulación permitió que Bariloche se convirtiera en una de las pocas ciudades del mundo en ofrecer Uber Boat, fortaleciendo su posicionamiento como destino turístico de vanguardia.

#### Segunda etapa: Activación y amplificación

La estrategia de comunicación se centró en maximizar su visibilidad y posicionar a Uber Boat como una alternativa innovadora para turistas y residentes. Por esto, se generó un plan con diferentes iniciativas previas al lanzamiento del piloto.

##### **Día 1:**

##### **Viaje inaugural con Socios Conductores:**

Para reforzar el vínculo con los socios conductores de Uber se decidió realizar el viaje inaugural de Uber Boat con 5 de ellos para que conozcan de primera mano la nueva experiencia.

##### **Día 2:**

##### **Experiencia con Urbana Play**

Se trabajó con el equipo de Urbana Play y del programa “De acá en más” - conducido por María O'Donnell - para transmitir el programa y producir contenido exclusivo durante dos días desde Bariloche. Se trasladaron más de 20 personas de este medio, entre técnicos, productores y periodistas para llevar adelante la transmisión.

##### **Día 3:**

##### **Creadores de contenido**

Se convocó a influencers locales a vivir la experiencia este día. Además, se amplificó el lanzamiento con creadores a nivel nacional. Promover un producto pensado tanto para el turismo como para la gente de Bariloche demandaba una estrategia de amplificación que contemple ambos públicos.

#### Día 4:

##### Lanzamiento oficial

Uber realizó una conferencia de prensa junto al gobernador Alberto Weretilneck, primer gobernador del país en participar en un evento de Uber desde el lanzamiento de Mendoza, en 2018. Asistieron también el intendente de San Carlos de Bariloche, Walter Cortés; el intendente del Parque Nacional Nahuel Huapi, Dámaso Larraburu, y representantes de cámaras e industrias locales.

Asimismo, periodistas de Córdoba, Mendoza y Buenos Aires viajaron exclusivamente para el lanzamiento y se convocó a periodistas de Bariloche quienes se sumaron a los invitados de otras ciudades para experimentar el producto y contar la historia con una perspectiva regional en Bariloche y la Patagonia.

Por último, se produjo contenido sobre Uber Boat para las cuentas de @Uber\_arg (IG + X), mostrando este nuevo producto en el país. Se trabajó junto a todos los invitados para impulsar el hashtag #UberBoatArgentina y que etiquetaran a @Uber\_arg (IG + X), permitiendo repostear y compartir su contenido. Y, se coordinaron publicaciones en las cuentas globales de Uber y en la cuenta de TikTok de Uber Latam.

#### Día 5:

##### Todos a bordo

Desde el 9 al 19 de diciembre, **Uber Boat estuvo disponible bajo la modalidad de reserva y los usuarios pudieron elegir reservar un bote de hasta 7 personas para ir a Brazo Tristeza o Isla Victoria.** Esta experiencia tuvo una duración de 4 horas en donde un guía de Parques Nacionales los invitó a conocer estos dos lugares turísticos de Bariloche.

**Por día salieron 4 embarcaciones** -dos a las 10 am y dos a las 14.30 hs-.

#### 4) RESULTADOS Y EVALUACIÓN:

Luego del lanzamiento de Uber Boat en Bariloche hubieron más de **120 publicaciones** en medios locales, nacionales y redes sociales.

- **70%** de las notas mencionan el aniversario de Uber y su presencia nacional
- **100%** de notas positivas
- **100%** de los medios locales cubrieron la noticia
- **99%** de las notas mencionan a Uber en el título
- **68%** de las notas destacan la visión de futuro de Uber

## En redes sociales

- 621K interacciones en redes sociales
- 1.1M reproducciones
- 18.3K usuarios simultáneos en el canal de YouTube de Urbana Play

“Esta propuesta de Uber es novedosa, revolucionaria y estamos convencidos que va a tener un éxito muy importante porque acceder a recursos turísticos vía agua y mirar nuestros paisajes no es lo mismo que hacerlo por tierra. Ahora puedes disfrutar del lago y de nuestras montañas con Uber también.”

**Alberto Weretilneck** Gobernador de Río Negro

“Uber Boat no solo es una alternativa de movilidad, sino que también refuerza nuestro compromiso de mostrar las bellezas naturales de Bariloche de manera sostenible. Este servicio permitirá a los turistas vivir una experiencia distinta, apreciando el lago y las montañas desde una perspectiva única.”

**Walter Cortés** Intendente de Bariloche

“Bienvenidas las inversiones que diferencian a Bariloche como un destino turístico, que apuntan a mejorar la experiencia del turista. Felicitaciones Uber por seguir apostando a la ciudad con la incorporación de nuevos productos y servicios.”

**Agustín Domingo** Diputado Nacional por Juntos Somos Río Negro



Uber Boat

Uber