

**ANEXO 1 - INPROTUR
INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCIÓN
TURISTICA**

**CONCURSO PÚBLICO NACIONAL
Nº 3/2011
EXPEDIENTE N º 1029/11**

**“CONCURSO PÚBLICO NACIONAL DE DISEÑO,
CONSTRUCCIÓN, INSTALACIÓN, ARMADO Y
DESARME DE STANDS EN LAS FERIAS:
DESTINATIONS HOLIDAY AND TRAVEL SHOW
(Londres), BIT (Milán), ITB (Berlín), MITT (Moscú) e
IMEX (Frankfurt), DURANTE LOS MESES DE ENERO A
MAYO DEL AÑO 2012.”**

INFORMACIÓN GENERAL

PRESENTACIÓN DE LAS OFERTAS

Dirección: Paraguay 866, 4º Piso – Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Dpto. Compras - INPROTUR
Email: compras@argentina.travel

Plazo: hasta el 11 de Enero de 2012 – 12:00 hs.

APERTURA DE SOBRES

Dirección: Paraguay 866, 4º Piso – Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Dpto. Compras - INPROTUR
Email: compras@argentina.travel

Fecha y horario: 11 de Enero 2012 – 13:00 hs.

CONDICIONES PARTICULARES DE CONTRATACIÓN

Organismo contratante: **INPROTUR – INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCIÓN TURÍSTICA**

PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN

Tipo: Concurso público N° 3

Ejercicio: 2011

Clase: Etapa Única (Un Sobre)

Expediente N°: 1029/11

Rubro comercial: Servicio profesional y comercial / 349 – 04002 – 0001 / Diseño, construcción, instalación, armado y desarme de stand.

CONSULTAS

Las consultas deberán ser efectuadas al correo electrónico a la dirección institucional del INPROTUR: compras@argentina.travel

Solo serán contestadas aquellas que ingresen al Instituto hasta SETENTA Y DOS (72) HORAS ANTES del plazo previsto para la recepción de las ofertas. El plazo límite para la contestación de consultas será hasta VEINTICUATRO HORAS ANTES del inicio del Acto de apertura.

INTRODUCCION

Pocas herramientas de marketing turístico tienen la tradición y convocatoria de las ferias de turismo que, según estimaciones de la Organización Mundial del Turismo, absorben entre un 15% y un 25% de los recursos mundiales destinados al marketing turístico. Por ello el Instituto Nacional de Promoción Turística buscará a través del presente Concurso Público Nacional generar una participación diagramada, técnica y profesional considerando que estos eventos son de suma importancia para la promoción de un destino, resultando crucial la profesionalización de esta acción y el uso adecuado de los recursos a tal efecto, logrando generar eficacia y eficiencia sobre los beneficios potenciales.

Se adjuntan a este pliego, el *Manual de marca y la Estrategia de comunicación*.

I. Objeto

El objeto del concurso comprende el diseño, construcción, instalación, armado y desarme de los stands que representan al INPROTUR en las ferias que se detallan a continuación:

- A. DESTINATIONS HOLIDAY AND TRAVEL SHOW**, Londres, Reino Unido, del 2 al 5 de febrero de 2012 (Lote en isla de 47,43 m²)
- B. BIT**, Milán, Italia, del 16 al 19 de febrero de 2012 (Lote en isla de 126 m²)
- C. ITB**, Berlín Alemania, del 7 al 11 de marzo de 2012 (Lote en isla de 400 m²)
- D. MITT**, Moscú, Rusia, del 21 al 24 de marzo de 2012 (Lote en isla de 88 m²)
- E. IMEX**, Frankfurt, Alemania, del 22 al 24 de mayo de 2012 (Lote en isla de 203,50 m²)

Deben incluirse en la propuesta el alquiler y transporte de los elementos que al fin del desarrollo de la propuesta resulten necesarios y los que se detallan en las especificaciones técnicas, incluyendo el depósito de materiales y el personal técnico que respondan a las necesidades establecidas por este Instituto.

Para contar con modelos claros de la propuesta de diseño general, se solicita la presentación de una propuesta de diseño por cada uno de los stands mencionados en este pliego.

Las propuestas presentadas serán de referencia y permitirán ajustes previos a la feria. Dichos ajustes serán realizados conjuntamente con el INPROTUR, y surgirán de la valoración y requerimientos específicos vinculados a las necesidades funcionales de cada uno de los stands.

Los stands propuestos deberán cumplir con los requisitos de definidos en las especificaciones técnicas detalladas más adelante, contemplando tanto los requisitos funcionales, así como los de equipamiento y personal, proponiendo un sistema arquitectónico y gráfico capaz de adaptarse a las necesidades.

Las superficies especificadas para cada uno de los stands son estimativas y susceptibles de modificarse posteriormente, sin que tales modificaciones puedan generar derecho a reclamación alguna por parte del adjudicatario, ni eximirlo de la

ejecución de la obra. Al final del presente pliego se adjuntan los planos de ubicación y disposición de los lotes en cada uno de los predios feriales, los cuales también pueden sufrir modificaciones, para lo cual, previamente a cada feria, debe ser consultada dicha información, al INPROTUR.

A efectos de su consideración en el diseño de las áreas funcionales descritas en este Pliego de Condiciones Particulares se especifican las características de cada Feria y los objetivos que las mismas tienen para contemplar especialmente la distribución de las superficies.

El adjudicatario deberá presupuestar el diseño, la construcción, la instalación, el armado y el desarme de los stands sobre la base de las especificaciones técnicas elaboradas por el INPROTUR. Las adecuaciones han de realizarse respetando el sistema constructivo y equipamiento propuesto en las especificaciones técnicas particulares, así como las superficies a distribuir para cada área funcional.

II. Derechos

Todos los derechos sobre los diseños presentados con la oferta que resulte adjudicataria pertenecerán en forma ilimitada, definitiva, exclusiva e irrevocable al INPROTUR, quien podrá libremente reproducirlos por cualquier tipo de medio por sí o a través de terceros; y/o ceder y/o autorizar su uso a un tercero.

Todos aquellos elementos gráficos cuyas imágenes hayan sido facilitadas por el INPROTUR y que se utilicen en cualquiera de las ferias contempladas en este pliego, así como todo aquello que tenga relación con la marca país, será propiedad del INPROTUR.

III. Personal de la empresa adjudicataria

El personal de la empresa adjudicataria deberá ser idóneo, estar provisto de indumentaria e identificación adecuada y de los elementos de seguridad establecidos por los organismos que reglamentan la actividad.

El personal utilizado por la adjudicataria para efectuar los trabajos objeto de la presente contratación, no tendrá ningún tipo o forma de relación de dependencia con el INPROTUR.

Queda bajo exclusiva responsabilidad del adjudicatario todo accidente de trabajo que ocurra a su personal o a terceros vinculados o no con la prestación del servicio, como asimismo del cumplimiento de todas las obligaciones determinadas por las leyes laborales, seguridad social impuestos, etc, sin excepción.

El adjudicatario asume la responsabilidad por los actos y omisiones de su personal, obligándose a reparar cualquier daño y/o perjuicio que se origine en el obrar, durante el transcurso de la ejecución de los trabajos.

El INPROTUR podrá solicitar al adjudicatario por causas justificadas el cambio de personal que el adjudicatario asigne para el cumplimiento de este servicio. En este caso el adjudicatario se obliga a sustituir a dicho personal.

IV. Seguros

El adjudicatario deberá contratar los seguros del personal afectado a las obras y los demás necesarios para mantener indemne al Instituto frente a todo reclamo que se relacione con las obras que realice y/o subcontrate en relación con el objeto del presente concurso, y/o los elementos que se utilicen para en su armado o instalación, y/o con los que se instalen o coloquen en todos y cada uno de los stands que el adjudicatario construya y/o arme.

V. Aclaración

El Instituto podrá en forma unilateral y sin necesidad de expresión de causa disponer no participar del evento previsto, sin que ello otorgue a los concursantes ni al adjudicatario derecho a reclamo de ningún tipo ni especie. Cuando tal decisión sea comunicada al adjudicatario con una antelación no menor a quince días corridos de la fecha de inicio del evento, se considerará que el evento respecto del cual se efectuó la notificación ha sido excluido del objeto de la contratación; el adjudicatario no deberá ejecutar la obra respectiva y el Instituto no deberá pagar el precio correspondiente a los metros previstos para el stand del que se trate, descontándose ese monto del total de la contratación.

Cuando el desistimiento de participación en un evento sea comunicado con una antelación inferior a los quince días corridos, el Instituto abonará en todo concepto al adjudicatario en relación al stand del que se trate exclusivamente el cincuenta por ciento del precio previsto, descontándose el restante cincuenta por ciento del monto total de la contratación.

Cuando por causas ajenas a su voluntad el Instituto se vea impedido de participar del evento previsto, deberá comunicar tal situación al adjudicatario a la mayor brevedad posible, considerándose a partir de entonces al evento del que se trate como excluido del objeto de la contratación; el adjudicatario no deberá ejecutar la obra respectiva y el Instituto no deberá pagar el precio correspondiente a los metros previstos para el stand del que se tratar, descontándose ese monto del total de la contratación.

VI. Plazo de duración del contrato

Desde la recepción de la Orden de Compra, hasta que se produzca el desarme del último stand.

VII. Lugar y fecha de armado de los stands

Las fechas de armado y desarme del deben ser consultadas por los organizadores de cada feria.

Los stands deben estar totalmente finalizados y limpios para a las 16 h del día anterior a la fecha de inauguración oficial de cada feria especificada.

Asimismo la empresa ha de tener conocimiento de todas las exigencias y requisitos aduaneros para el transporte de los elementos que son necesarios para el armado de los stands y del ingreso de los mismos al país o ciudad donde se desarrolla la feria o exposición a fin de cumplir a tiempo con el armado.

VIII. Requisitos de la oferta

La oferta debe incluir:

- Propuesta de diseño de cada uno de los stands incluidos en el concurso.
- Constitución de domicilio en la Ciudad de Buenos Aires y denuncia de una dirección de correo electrónico a los fines de las comunicaciones que resulten necesarias. Se entenderán por válidas todas las notificaciones efectuadas al domicilio constituido y/o correo electrónico declarado.
- Oferta económica expresada en pesos moneda nacional (precio de cada stand incluido en el presente concurso, precio por metro cuadrado de cada stand y precios de los elementos particulares referenciados)
- Estatuto social vigente.
- Acreditación de personería y facultades de quien suscribe la oferta y quien habrá de representar a la firma a los fines de la suscripción del correspondiente contrato en caso de corresponder.
- Constancia de inscripción en AFIP.
- Declaración jurada de situación en relación con lo previsto en el artículo 12 del Reglamento de Contrataciones del INPROTUR.
- Acreditación de experiencia y antigüedad en el rubro: certificados o constancias que acrediten los antecedentes y experiencia en la materia.
- Garantía de mantenimiento de la oferta por el monto equivalente al cinco por ciento (5%) del valor total de la oferta presentada.
- El presente pliego.

Toda la documentación aquí requerida deberá ser presentada en original o copia certificada. Las fotocopias simples se tendrán por no presentadas.

En todas y cada una de las hojas que integren la oferta y/o copias anexas a ella deberá constar la firma del representante legal del oferente, salvo las que se

hallen intervenidas por escribano público. Se tendrán por no presentados los elementos que no cumplan con este requisito.

“Artículo 12: No podrán contratar con el INPROTUR:

- a) Las personas físicas o jurídicas que se encontraren inhabilitadas o suspendidas en virtud de las disposiciones previstas en el presente Régimen.
- b) Los agentes y funcionarios del Sector Público Nacional los empleados y el personal directivo del INPROTUR, sus parientes hasta el cuarto grado de consanguinidad y segundo de afinidad y las empresas en las cuales aquellos tuvieran una participación suficiente para formar la voluntad social, de acuerdo con lo establecido en la Ley de Ética Pública, Nº 25.188.
- c) Los condenados por delitos dolosos, por un lapso igual al doble de la condena.
- d) Las personas que se encontraren procesadas por delitos contra la propiedad, o contra la Administración Pública Nacional, o contra la fe pública o por delitos comprendidos en la Convención Interamericana contra la Corrupción.
- e) Los deudores morosos o evasores de obligaciones tributarias, aduaneras o de la seguridad social”.
- f) Los fallidos, concursados (salvo si adjuntaran la autorización judicial al efecto) e interdictos mientras no sean rehabilitados.

IX. Forma de presentación de la propuesta de diseño

La propuesta de diseño debe incluir la siguiente información:

- 1) Memoria descriptiva: debe consignarse el diseño y las características generales que originaron la propuesta. Debe hacerse una descripción de los materiales empleados y demás especificaciones, las que se deberán compatibilizar con los requisitos de diseño descriptos en las especificaciones técnicas.
- 2) Documentación gráfica: El oferente debe presentar toda la documentación escrita y gráfica necesaria, planos (plantas, vistas y perspectivas), planos de detalle en los casos que se considere para mejor interpretación del diseño y la construcción, especificaciones técnicas detalladas de cada ítem que hace al diseño y características de cada elemento componente del stand, así como de las instalaciones que se requieran para el funcionamiento de acuerdo a los requisitos solicitados en este pliego. Se presentarán las alternativas técnicas y toda aquella documentación que el oferente crea conveniente para la comprensión de su proyecto. La documentación gráfica debe incluir para cada una de las ferias referenciadas, la siguiente información:
 - Plano de ubicación del lote dentro de la feria.
 - Planta de distribución del stand en 1:100 / 1:50 totalmente acotada.
 - Vistas.
 - Detalle de mobiliario (fotos, especificaciones, acabados, a fin de respetarlo en todas las ferias).
 - Detalle de distribución y equipamiento de depósitos
 - Renders.

- Detalle de gráfica propuesta (detallando la ubicación y temática de la gráfica), teniendo en cuenta la existencia de los ejes comunicacionales definidos con colores y la marca país.
- 3) Cómputo de construcción, mobiliario y equipamiento: El oferente debe adjuntar un listado con el cómputo de cada uno de los ítems contemplados en la construcción, amoblamiento y equipamiento del stand.

X. Acreditación de experiencia y antigüedad en el rubro

Considerando que grandes ferias internacionales han logrado imponerse en el mercado turístico mundial y que la participación en ellas demanda altos estándares de competitividad, donde la experiencia internacional y profesionalización en la construcción del stand y el impacto que este cause es un factor más que contribuye al éxito de este tipo de participación, los oferentes deberán acreditar su experiencia y antigüedad en el rubro de construcción de stands. Para el caso, deberán detallar en una lista un mínimo de diez (10) stands realizados en el exterior, con características técnicas similares a las solicitadas en el presente llamado, indicando: nombre de la feria, país de origen de la feria, año de realización, superficie del lote y cualquier otro dato indicativo que se considere relevante aportar, adjuntando las constancias y/o certificados correspondientes en original o copia certificada. No será considerada como antecedente para la participación en eventos respecto de los cuales no se acompañe constancia fehaciente de las obras ejecutadas en él y de la calificación del los trabajos realizados.

XI. Oferta económica

Para el cálculo del precio de la oferta, la misma se asimilará al concepto “LLAVE EN MANO”, dado que este permite concentrar en un único proveedor la responsabilidad de la realización integral del stand.

Por lo tanto se considerará incluido en la Oferta Económica el ajuste al diseño presentado como modelo, la provisión y suministro de elementos y sistemas necesarios para la concreción del stand hasta su instalación definitiva y puesta en servicio.

Se incluirán en el precio ofertado todos los gastos provenientes de traslados - por cualquier tipo de vía - logística en general, gastos aduaneros, impositivos, seguros, almacenaje, montaje, desmontaje para el evento señalado, guardado de los elementos utilizables, gastos de y en el personal que resulte necesario para el desarrollo de las distintas tareas a cargo del adjudicatario y todo otro gasto que origine la concreción de los productos y servicios a contratar.

Las empresas que se presenten para esta contratación están habilitadas y en libertad de acción de presentar una tentativa de diseño alternativa que respete los aspectos esenciales funcionales del proyecto original. El INPROTUR podrá optar entre el proyecto base y las nuevas propuestas.

La Oferta económica debe incluir la siguiente información:

- 1) Precio total: contempla la suma de precios de cada uno de los stands referenciados.
- 2) Precio de cada stand: contempla el diseño, la construcción, instalación, armado y desarme de cada uno de los stands.
- 3) Precio del metro cuadrado (m²): contempla el precio proporcional del m² de cada uno de los stands referenciados. Se presentará un precio por cada uno de los stands.
- 4) Precios unitarios de referencia: contempla los precios unitarios de cada uno de los elementos detallados en las especificaciones técnicas.

En caso de que la superficie a construir que se da como referencia en este pliego sufra modificaciones, se tomará como referencia el precio del m² que surge del precio total, para ajustar la oferta económica.

Los precios unitarios de referencia serán utilizados en caso necesitar incluir alguno de los elementos mencionados y que no haya estado previsto en el diseño original propuesto. No es requisito que los elementos particulares que figuran en el listado estén incluidos en la propuesta de diseño.

Los precios ofertados no deberán contemplar la contratación del espacio en la feria, ya que ese coste es responsabilidad de INPROTUR.

En los precios presentados en la oferta, deben estar contemplados los gastos correspondientes a la tramitación de las acreditaciones para la feria, tanto las del constructor como las del personal afectado al cumplimiento del contrato que estará vigente durante el desarrollo de la feria.

Deberá contemplarse, a los efectos de la realización de la oferta que el objeto de la contratación versa sobre prestaciones, que se llevarán a cabo en el exterior del país, que no se encuentran gravadas por el impuesto al Valor Agregado.

XII. Criterios de evaluación y selección de ofertas

La adjudicación deberá realizarse en favor de la oferta más conveniente para el Instituto, teniendo en cuenta el siguiente criterio de evaluación:

Se calificarán las propuestas de 0 a 60 puntos de acuerdo al siguiente esquema de calificación:

El sistema de evaluación tendrá dos escalas de puntuaciones, de 1 a 6 ó de 1 a 12 según los ítems, siendo 6 ó 12 las valoraciones máximas, según corresponda a cada ítem:

Interpretación de los Requisitos de diseño

hasta 12 puntos

Contempla la materialización de los requisitos de diseño plasmados en este pliego y el resultado estético del diseño del stand

Funcionalidad

hasta 12 puntos

Contempla el correcto funcionamiento de las distintas áreas del stand y la interrelación de las mismas. Se contempla en este apartado la presencia de los visitantes en el stand y la implantación del stand en la feria en general.

Distribución de la gráfica, presencia de los ejes comunicaciones y de la marca y equipamiento audiovisual

hasta 12 puntos

Contempla la propuesta de diseño para la presentación de la gráfica promocional e institucional y de su distribución en relación con las distintas áreas, así como la presencia de los principales ejes de comunicación y de la marca país. Las soluciones constructivas, tecnológicas y de materiales para la presentación se valoran en este apartado. Se tendrá en cuenta, además, la propuesta del tipo y disposición de los elementos para la proyección o reproducción de audiovisuales promocionales provistos por este Instituto.

Mobiliario

hasta 12 puntos

Contempla la valoración del mobiliario propuesto, teniendo en cuenta en su diseño tanto sus aspectos estéticos como funcionales.

Iluminación

hasta 6 puntos

Se ponderará el uso de luminarias novedosas, trans-iluminaciones, retro-iluminaciones, etc., así como la utilización de colores que representen a la marca Argentina y los lineamientos de comunicación visual del INPROTUR.

Soluciones constructivas

hasta 6 puntos

Contempla la utilización de sistemas constructivos que acompañen el diseño, dando soluciones acordes a las necesidades. Se valora en este apartado el uso de sistemas constructivos sostenibles y la gestión y tratamiento de residuos.

XIII. Adjudicación

La adjudicación recaerá sobre la oferta que resulte más conveniente para el Instituto, teniendo en cuenta el puntaje obtenido conforme a los parámetros establecidos en el punto anterior, que surge de la suma de puntajes para cada oferente, en base al esquema de calificación dispuesto.

XIV. Garantía de adjudicación

El adjudicatario deberá integrar la garantía de cumplimiento del contrato dentro del término de cinco días de recibida la orden de compra y/o de suscripto el contrato, por un valor que represente el **diez por ciento (10%)** del total de adjudicación.

XV. Mantenimiento de la oferta

Las ofertas se mantendrán por el término de cuarenta y cinco (45) días hábiles a partir de la fecha de apertura bajo las modalidades establecidas en el reglamento del INPROTUR.

XVI. Del cumplimiento del contrato

Las obras y bienes serán entregados en el lote asignado al INPROTUR, en el cual se desarrolle la feria de que se trate.

El INPROTUR a través de un representante designado por la Dirección de Promoción a tal efecto recibirá el stand terminado, dejando constancia de las observaciones que corresponda efectuar respecto de la construcción efectuada y/o los materiales y elementos utilizados en ella, en la fecha indicada o en la que se comunique en caso de producirse modificaciones. De igual modo se procederá con el desarme del stand, pudiendo en este caso efectuar la certificación el organizador del evento.

XVII. Certificaciones

Se realizarán dos certificaciones por cada uno de los stands contemplados:

- 1) Recepción del stand. Una vez terminado de construir y equipar el stand (terminado), se certificará la entrega del stand según la propuesta de diseño contratada y los ajustes realizados en las reuniones previas a la feria.
- 2) Una vez desarmado el stand

XVIII. Presentación de Facturas

A los fines de la percepción del pago el adjudicatario deberá presentar al INPROTUR factura B y adjuntas la orden de compra y las certificaciones firmadas por el responsable del INPROTUR en la feria y por el adjudicatario.

La presentación de la correspondiente factura deberá efectuarse en Paraguay 866 - Piso 4, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en el Sector de Mesa de Entradas, o en el lugar que indique el INPROTUR al adjudicatario

En la factura deberá constar que los trabajos fueron realizados y entregados íntegramente en el país en donde se realizó el evento, detallándose -en su caso- que dichas sumas no se encuentran alcanzadas por el impuesto al valor agregado

La facturación se hará terminada la feria, una vez que se realice la recepción definitiva de la misma.

Finalizado cada evento la empresa adjudicataria deberá entregar al INPROTUR junto con la factura el siguiente material:

- 1) Dos (2) Juegos de doce (12) fotos del stand terminado como mínimo, que como se aclaró anteriormente, deben de mostrar todas las vistas interiores y exteriores, desde todos sus ángulos y perspectivas, en formatos gráficos y digital (jpg o gif o tiff) de alta calidad (300 dpi tamaño A4). Uno de estos juegos se incorporará a la tramitación, reservándose el otro como antecedente en la Dirección de Promoción.
- 2) Base digitalizada en alta resolución de los *slides* entregados previamente para impresiones fotográficas, recibida por la Dirección de Promoción.
- 3) Todas las imágenes fotográficas (banners, gigantografías, *duratrans*) realizadas especialmente para el evento y otros grafismos o logotipos que se hayan utilizado, entregado en formato en DVD, recibidas por la Dirección de Promoción.

La factura que no cumpla con todos los requisitos indicados se tendrá por no presentada y será devuelta al adjudicatario para su subsanación.

La factura que cumpla con todos los requisitos mencionados deberá ser conformada por el área correspondiente de la Dirección de Promoción, en concordancia con la certificación de recepción del stand y el cumplimiento de todas las especificaciones técnicas requeridas, dentro de las setenta y dos horas de su presentación.

XIX. Plazo de pago

El pago se efectuará dentro de los treinta días de conformada la factura correspondiente en las condiciones previstas en el punto anterior.

XX. Aceptación de las condiciones

La sola presentación de la oferta, implica de parte del oferente la aceptación de todas y cada una de las condiciones de la presente convocatoria, del Reglamento de Contrataciones del INPROTUR y demás normas que rigen el llamado a contratación.

XXI. Rescisión

La contratación adjudicada podrá ser rescindida por el Instituto cuando el adjudicatario incurra en alguna de las situaciones o conductas que seguidamente se describen:

- 1) Incumplimiento de las condiciones establecidas en el presente pliego, en el Reglamento de Compras y Contrataciones del Instituto y/o de la oferta formulada.
- 2) Falta de contratación de los seguros exigidos, en el evento previsto en este pliego.
- 3) Falta de adecuación de las obras realizadas a la oferta formulada.
- 4) Inicio de proceso de acuerdo preventivo extrajudicial, concurso preventivo o de quiebra.
- 5) Decreto de quiebra o inhabilitación.
- 6) Disolución de la sociedad.
- 7) Falta de presentación y/o mantenimiento de las garantías exigidas.

XXII. Computo de plazos

Todos los plazos establecidos en el presente pliego se computarán en días hábiles administrativos, salvo disposición expresa en contrario.

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

I. Datos de referencia

Las superficies provistas para el armado de cada uno de los stands son las detalladas más abajo:

- A. DESTINATIONS HOLIDAY AND TRAVEL SHOW**, Londres, Reino Unido, del 2 al 5 de febrero de 2012 (Lote en isla de 47,43 m²)
- B. BIT**, Milán, Italia, del 16 al 19 de febrero de 2012 (Lote en isla de 126 m²)
- C. ITB**, Berlín Alemania, del 7 al 11 de marzo de 2012 (Lote en isla de 400 m²)
- D. MITT**, Moscú, Rusia, del 21 al 24 de marzo de 2012 (Lote en isla de 88 m²)
- E. IMEX**, Frankfurt, Alemania, del 22 al 24 de mayo de 2012 (Lote en isla de 203,50 m²)

Estos datos deben ser confirmados y son susceptibles de ser modificados. Más adelante se adjuntan los planos de distribución de cada feria con la ubicación y disposición del lote correspondientes al INPROTUR en cada una de ellas.

Las áreas técnicas correspondientes de la Dirección de Promoción del INPROTUR tendrán a su cargo el seguimiento de la ejecución de los trabajos con el objeto que se cumplan con los requisitos de diseño que se encuentran detallados en estas especificaciones técnicas, así como las pautas de comunicación de imagen del INPROTUR y en coherencia con los lineamientos elementales de la marca país, como imagen de marca de Argentina para la promoción turística internacional.

El área designada por el INPROTUR será la encargada de entregar a la empresa los planos del predio donde se desarrolla la exposición, así como el del lote donde se ha de construir el stand, a requerimiento de ésta. También se entregará el reglamento de la exposición para su información y conocimiento de forma que realice todos los trámites que le sean requeridos por la organizadora de la feria y dentro de los plazos estipulados por la misma. Sin perjuicio de ello, el contratista deberá verificar los datos referidos a dimensiones de los lotes y ajustar debidamente los proyectos en el momento de la construcción.

Es responsabilidad exclusiva del adjudicatario el cumplimiento en tiempo y forma de los requisitos que imponga la organizadora de la feria para el armado y desarmado del stand.

En todos los casos el contratista antes del armado del stand deberá verificar los datos referidos a dimensiones del lote y ajustar debidamente el proyecto antes de la construcción.

Los stands deben cumplir con los requisitos y las especificaciones técnicas mínimas que se detallan, siendo condición fundamental de esta oferta, definir con precisión los materiales a utilizar, texturas, calidades, funcionalidad, soluciones constructivas, mobiliario, espacialidad, planteo cromático, propuesta de iluminación, distribución y utilización de la gráfica institucional, gráfica en general y equipamiento audiovisual, de

otro modo la falta de precisión en las definiciones puede ser causal de rechazo de la oferta.

II. Áreas funcionales del stand

A continuación se describirán cada uno de los requerimientos mínimos, de forma “orientativa”, para el stand que podrán variar o suprimirse de acuerdo a los ajustes que se realicen previamente a la feria.

Aclaración muy importante:

Previo a la feria, junto a la empresa ganadora del concurso, deberán acordarse los ajustes a la propuesta de diseño presentada, para lograr cumplir con los requerimientos específicos de la feria.

Habrà un plazo límite de modificaciones y/o ajustes que no alteren de manera sustancial el diseño original del proyecto que será de 15 días corridos respecto al inicio de cada feria. En caso de modificaciones y/o ajustes se deberá presentar un render actualizado del stand en cuestión con dichas adaptaciones.

Especificaciones funcionales:

Las necesidades funcionales de los stands pueden clasificarse en grupos, y cada uno de los grupos aquí especificados tendrán sus características particulares en cada una de las ferias, pudiendo ocurrir, también que una determinada función no sea requerida en alguna feria específica:

- a) Atención institucional
- b) Atención operadores turísticos
- c) Sala de reuniones
- d) Sala de presentaciones
- e) Bar
- f) Sector de consulta web y conexión a Internet
- g) Espacio de depósito
- h) Escenario para espectáculos

Definición de cada una de las necesidades funcionales y equipamiento necesario en la feria que son objeto de este concurso:

a) Atención institucional: el equipamiento definido en para está función es similar para todas las ferias contempladas.

- 1) mostradores de atención institucional y de las regiones
- 2) mostradores de atención de líneas aéreas

Las medidas aproximadas sugeridas de los mostradores son las siguientes:

- 1) Mostrador institucional y de las regiones (h: 1m) de 2.00 m de largo x 0.50m de ancho. Debe existir un espacio de guardado bajo llave para uso del personal que atiende en los mostradores.

Serán un mostrador institucional y tres para las regiones.

El largo del mostrador puede sufrir modificaciones, o pueden presentarse más cantidad de menor dimensión. Los mostradores institucionales deben tener en el frente, el logo corpóreo de Argentina y de cada una de las regiones. Debe tenerse en cuenta que los colores de los 5 ejes comunicacionales deben poder visualizarse los mostradores institucionales. Los mismos pueden estar representados o en el mismo mostrador o en algún otro elemento. Estos mostradores deben tener, en alguno de sus planos acabado en madera o similar.

Deben contemplarse banquetas altas para el personal que atiende en los mostradores.

Debe existir también un plano de distribución de los diferentes escritorios y listado de empresas presentes en el stand.

- 2) Mostradores líneas aéreas (h: 1m) de 1.50 m de largo x 0.50m de ancho. Debe existir un espacio de guardado bajo llave. Estos mostradores deben tener el logo de la línea aérea representada.

Se contemplarán dos mostradores de líneas aéreas. En el caso de la feria ITB, debe contemplarse también, la provisión de un mostrador de similares características destinado a entidades hoteleras.

Cada uno de los mostradores debe tener banquetas altas para las personas que están brindando atención en estos mostradores.

Se debe contar con un espacio para almacenar folletería y poder guardar las pertenencias de los informantes en el depósito (armario, percheros, estantería, etc).

b) Atención operadores turísticos: el equipamiento definido en para está función es similar para todas las ferias

- escritorios y mini-mostradores de atención de los operadores turísticos, entidades hoteleras, etc.

Los escritorios deben tener de una superficie de trabajo aproximada de 1,30 m./1,50 m. x 0,60 m.

Se contempla también, la existencia de mini-mostradores, los cuales cumplen la misma función que los escritorios pero se pueden disponerse en lugares de menor visibilidad, o en la zona interior del stand. Los mismos tienen las siguientes medidas orientativas: altura 1m, 0.85 m de largo y 0.50m de ancho.

Cada uno de los puestos de trabajo debe contar espacio de guardado (con llave), toma corriente, asiento para un operador y dos visitantes, cartel identificatorio del puesto de trabajo y conexión a Internet por el sistema que resulte más eficiente.

Se valorará positivamente la existencia de algún sistema diseñado especialmente para la seguridad de las Netbooks/Notebooks de los operadores turísticos.

Además del espacio de guardado en el propio escritorio, debe contar con un espacio para almacenar folletería y poder guardar sus pertenencias en algún lugar del stand (armario, locker, depósito, estantería, etc).

Los escritorios deben proveerse con 3 sillas cada uno (uno para el operador y dos para los visitantes) y los mini-mostradores con un asiento, que puede ser tipo banqueta.

Cantidades previstas para cada una de las ferias:

	<u>ESCRITORIOS</u>	<u>MINI-MOSTRADORES</u>
DHTS	6	0
BIT	11	3
ITB	20	4
MITT	8	0
IMEX	16	2

c) Sala de reuniones

La sala de reuniones debe tener una superficie aproximada de 7 m². Debe ser un espacio que permita hacer reuniones de 6 personas con privacidad. Debe tener mobiliario adecuado para tal fin (sillones con mesa ratona o mesa con sillas). Una de las paredes de este espacio debe tener impreso el *Photo-call*. Deben existir tomacorrientes.

La sala debe estar aislada acústicamente y con cielorraso de placas. La puerta de acceso debe tener cerradura y dos copias de llave. La panelería de cierre debe contar con sectores de transparencia que tendrán cortinas tipo americana o similar para lograr mayor privacidad. Se sugiere que esta sala se encuentra en el entrepiso del stand.

Según se indique por el personal técnico del INPROTUR deberá preverse el suministro de Netbook (con programas instalados), impresora color y hojas A4.

La feria DESTINATION HOLLIDAY AND TRAVEL SHOW no requiere la construcción de este espacio.

d) Espacio para presentaciones (sólo en el caso de la feria de IMEX)

Debe tener un aforo de 15 personas sentadas, aproximadamente. Cuando no se está utilizando para presentaciones puede preverse otra utilidad para la misma.

Deben haber sillas, una superficie blanca lisa que permita la proyección que se realizará a través de un cañón (debe estar prevista la provisión de un cañón de proyección con todos los cables de conexión a una PC). Debe estar prevista la salida de sonido y el uso de micrófono. Esta sala debe estar acondicionada acústicamente.

Como alternativa a la solución anterior, pueden preverse otro tipo de soluciones que permitan lograr el objetivo que consiste que personal institucional realice breves presentaciones, ante un aforo de 20 personas. Debe contemplarse la proyección de imágenes y la audición, pero el formato de las presentaciones no suele ser interactivo y en muchas oportunidades el público habla diferentes idiomas.

e) Bar

Existen varias modalidades para la resolución constructiva y estética de este espacio, en relación a la demanda de cada una de las ferias contempladas. En el caso de IMEX, debe contemplarse la existencia de una barra, pero no requiere imagen de *wine bar* y su utilización estará en función de las presentaciones que tienen lugar en la sala.

En el caso de DESTINATION HOLLIDAY AND TRAVEL SHOW, se deberá mostrar un sector de bar institucionalizado para los vinos argentinos (la imagen del bar debe ser la de un *wine bar*). Debe contemplarse un espacio de exhibición de vinos, que serán provistos por el INPROTUR.

Debe existir una barra que contemple la atención de 2 personas. Contiguo al bar debe haber un depósito con espacio de almacenaje de vajilla, una bacha con agua fría y una heladera pequeña. Se debe contemplar el suministro de una maquina de café Express y un dispenser de agua fría y caliente.

Contiguo al bar debe existir un espacio de depósito del bar, con estanterías, espacio de guardado y perchero.

Independientemente del bar para usos múltiples del stand y organizar degustaciones a público, se preverá un bar privado para uso directo de las salas de reuniones institucionales. Este bar se ubicará en el entrepiso del stand.

El mobiliario del bar y privado de bar, debe consistir en banquetas altas para el uso de la barra y mesas o minilivings que permitan la realización de reuniones o charlas sin necesidades de privacidad.

Debe contemplarse el suministro de vajilla y descartable y no descartable para la correcta atención del bar.

Debe contemplarse el suministro de insumos de limpieza, refrescos, agua para dispenser, café, té, leche en polvo, azúcar y edulcorante.

f) Sector de consulta web y conexión a Internet

Debe existir un sector donde existan 4 Netbooks (con Windows y Office instalado) con conexión a Internet. Estas máquinas serán de uso para el personal del stand. Debe estar indicado en un lugar visible, que las Netbooks son de uso exclusivo interno del stand.

Debe asegurarse la conexión a Internet que se brindará, permitiendo que la misma se realice de la manera más eficiente posible.

g) Espacio de depósito

Este espacio está previsto que sea para el guardado de elementos del personal del stand y almacenamiento de folletería. Para esto se recomienda la provisión de estanterías, armarios, percheros y perchas en función de la cantidad de organismos y representantes que participen. La puerta de acceso debe estar señalizada indicando PRIVADO - DEPÓSITO. Debe tener cerradura y 2 juegos de llaves.

En caso de considerarse necesario por la cantidad de personal que trabaja en el stand, pueden contemplarse la construcción de 2 depósitos.

Se requiere un detalle de la distribución y mobiliario de los depósitos, de manera de asegurar el acorde y suficiente espacio de guardado de objetos del personal y material de folletería. La superficie de los depósitos debe ser acorde a la superficie y cantidad de operadores en cada una de las ferias. De manera orientativa, se debe contemplar entre un 2% y un 5% de superficie total del stand con destino de depósito.

Debe contemplarse un espacio independiente para uso de vestuario para el personal que realiza espectáculos. Dicho vestuario debe estar equipado con 2 sillas, percheros con perchas, espejo de cuerpo entero y estantes. La puerta debe tener cerradura y 2 juegos de llave debe estar señalizada indicando PRIVADO – VESTUARIO.

h) Escenario para espectáculos de tango.

Este espacio sólo debe contemplarse para las ferias BIT e ITB. El mismo consiste en un espacio que puede estar demarcado por un cambio de solado. Consiste en una “pista de baile” de medidas aproximadas (2,5 m x 2,5 m) que permita la realización de espectáculos en horarios puntuales de la feria. Este escenario será utilizado puntualmente en ocasiones que la organización de la feria lo permita.

Es necesario que exista el suministro de parlantes, equipo de audio y micrófono.

Debe contemplarse, en las ferias en las que exista escenario, un camarín para los artistas. El mismo debe estar equipado con perchero, espejo y dos sillas.

III. Criterios de diseño

Debe tenerse en cuenta que esta feria, se encuadra dentro de las que combinan las actividades destinadas a profesionales del sector turístico y la atención de público general. Habitualmente se destinan días exclusivos para la comercialización, con distribución de material promocional y técnico para los operadores donde se muestran los productos turísticos de Argentina que sean de mayor atracción para cada sector de demanda, seleccionando aquellos más relevantes según el país donde se realice la feria. En los días orientados para la atención al público general, se brinda información de los destinos argentinos, se efectúan actividades especiales que constituyen atracciones y divulgación de la cultura como espectáculos musicales, bailes, degustaciones, sorteos, etc.

Debe tenerse en cuenta la imagen de Argentina y su marca. Las pautas reflejadas en el Manual de comunicación adjunto, donde el “Late con vos” pretende transmitir que Argentina es parte de vos y el visitante siente que es parte de las sensaciones que produce Argentina. Estas sensaciones están dadas por aquello que transmite el stand.

La imagen visual del stand debe ser liviana, donde las imágenes fotográficas deben ser las protagonistas, dejando lugar mínimo de mobiliario necesario para cumplir con las funciones requeridas.

Debe existir una fuerte e intensa transmisión de los ejes que marcan nuestra comunicación, tanto con las imágenes como con los colores y la transmisión de sensaciones.

El diseño del stand debe estar marcado por dos premisas: el criterio estético y la resolución funcional.

El criterio estético debe ser acorde a los valores marcados en la estrategia de comunicación, manteniendo una imagen liviana de la estructura, dando prioridad a la vista de las imágenes fotográficas, e intentando que el mobiliario no entorpezca las visiones ni tenga una lectura pesada en la visión general.

Debe contemplarse la posibilidad de que el visitante se acerque al stand y entre en él con el objeto de consultar información sobre los diferentes destinos y actividades que ofrece el país.

Debe tenerse en cuenta que los escritorios de los operadores turísticos deben tener ubicación equitativa entre ellos, intentando no privilegiar en la ubicación a unos sobre otros. Los mini-mostradores cumplen la misma función que los escritorios pero en este caso, sí puede contemplarse una situación de menor privilegio respecto a los escritorios.

Los mostradores institucionales de atención e información del INPROTUR y las distintas regiones deben tener una ubicación protagónica, pero también puede plantearse una distribución dentro del stand, donde escritorios de operadores y mostradores institucionales van mezclándose intentando crear interés al visitante ante las distintas ofertas temáticas, y contando con el apoyo institucional para atender cuestiones de fondo y más generales sobre la oferta nacional.

Los volúmenes correspondientes a los espacios cerrados que deben ser resueltos dentro del stand, como depósitos, vestuario deben ser lo más discretos posibles, intentando aprovechar los paramentos verticales para la colocación de imágenes.

Deben tenerse en cuenta las siguientes pautas de diseño:

- 1) La presencia del logo de “Argentina” debe ser visible desde todas las perspectivas de acercamiento al stand
- 2) Los colores de los ejes se deben poder percibir desde las principales vistas del stand (mostradores institucionales)
- 3) La imagen del stand debe invitar al visitante que se acerque y se introduzca en él, para poder averiguar que ofrece la Argentina y cada una de sus regiones. El estilo de comunicación debe ser simple, integrador, dinámico, activo y debe buscar la multisensorialidad.
- 4) Se sugiere evitar los elementos tipo “sobre techos, pérgolas, tótems”, intentando que el diseño transcurra a escala del peatón, dando siempre protagonismo a los elementos gráficos.
- 5) Se debe contemplar el uso de la madera como material de acabado (wengue o similar), combinado con el laqueado blanco y los colores que están detallados en el Manual de la marca y Estrategia de comunicación.
- 6) Los valores generales de la comunicación incluyen la diversidad, la integración, la autenticidad, la calidez e incitan al descubrimiento a través del misterio. Esto, para el turista, debe resultar emocionante, vital, pasional y activo, y para la marca país, debe implicar seguridad, competitividad, y sustentabilidad.
- 7) La tipografía debe respetarse según el manual adjunto, pero se valora positivamente la utilización de destacados y la combinación de líneas curvas y rectas (respetando el logo), incluso mediante la materialización o sugestión de las mismas en el equipamiento del stand.
- 8) La utilización tanto de la marca país, como de los diferentes disparadores definidos en el manual, como el *slogan* o los colores, pueden utilizarse en toda la superficie del stand mediante un diseño global que valore la multisensorialidad y la sugestión, a través del juego de los sentidos.
- 9) La combinación de imágenes fotográficas, acompañadas de textos, *slogan* e isologo debe sugerir simpleza, integración, dinamismo, multisensorialidad y actividad, valores definidos en los ejes conceptuales de la marca. También se sugiere la utilización de juegos o propuesta de actividades que induzcan a valorizar los conceptos que pretende transmitir la marca.
- 10) Cuando el tipo de gráfica exhibida en el stand sea gigantografía o backligh, las mismas deben realizarse permitiendo apreciar la calidad de las imágenes, texturas y

colores, mediante impresiones de alta calidad. En el caso de las impresiones gigantográficas, éstas se deben realizar utilizando papel fotográfico, Premium, o similar, íntegramente montado sobre Sintra (libre de ácidos) o similar. En el caso de las cajas backlights, éstas deben estar confeccionadas en plástico inyectado o chapa. El film impreso debe ser plástico colocado con la imagen en el interior de la caja. La impresión debe ser de alta calidad. La caja debe incluir equipo de iluminación PET y PAI.

11) Se requiere que el diseño de los stands, así como la disposición de las gráficas y elección de los colores, contemplen los lineamientos generales para la comunicación visual, así como la definición de los ejes comunicacionales.

12) Se valorará de manera positiva, aquellas propuestas que permitan el juego sensorial mediante la utilización de texturas, colores, sfumados, iluminación, plenos, sonidos, música, aromas o cualquier otra técnica, para valorizar y transmitir los valores de los 5 ejes conceptuales que definen la estrategia de Argentina como marca país: Argentina Gourmet, Argentina Auténtica, Argentina Natural, Argentina Activa, Argentina Reuniones.

Los diferentes ejes conceptuales están asociados a los siguientes productos:

Argentina Gourmet: ruta del vino y gastronomía.

Argentina auténtica: gastronomía (gastronomía típica, turismo religioso, fiestas, festividades y festivales), turismo educativo, turismo rural, polo, turismo urbano (tango, fútbol y diseño).

Argentina Natural: turismo de naturaleza (parques naturales) y avistajes.

Argentina Activa: turismo de aventura, turismo de bienestar (turismo de salud, relax y spa, termas), pesca deportiva, golf, nieve, Ruta 40, trenes.

Argentina Reuniones: eventos y reuniones.

Debe tenerse en cuenta la estrategia comunicacional que se adjunta, para la implementación de la gráfica en los ejes de comunicación. Los ejes se definen cromáticamente como se detalla a continuación con la definición del Código Pantone en porcentajes:

Autentica
C: 6 M:61 Y:97 K:0

Activa
C:91 M:59 Y:40 K:20

Natural
C:70 M:36 Y:100 K:23

Gourmet

C:33 M:100 Y:66 K:35

Reuniones

C:58 M:50 Y:51 K:19



En la panelería y elementos estructurales del stand, debe tenerse en cuenta la presentación cromática para destacar de la mejor manera posible las gráficas utilizadas, despegando las imágenes de los fondos. En caso de utilizar alguno de los colores asociados a los institucionales (colores de Marca País), se deberá respetar la coherencia con los valores de referencia:

Color Marca País (código Pantone / porcentajes):

Gris (414u): negro 26%

Cyan (312c): cyan 75%

Azul (301c): cyan 100% - magenta 45% - negro 18%

El cartel con la palabra "ARGENTINA" tendrá la tipografía correspondiente al manual de marca país (Trade Gothic) y como se destacó anteriormente debe ser legible en el idioma del país anfitrión, según corresponda. La identidad visual debe responder al manual de aplicaciones de Marca País y a los lineamientos de la Estrategia de Comunicación del Inprotur.

13) Aplicación de criterios de sustentabilidad:

- i. Se debe contemplar el uso de materiales que contengan reciclados, así como el reciclaje de cada uno de los materiales empleados.
- ii. Se debe contemplar la posibilidad de gestionar la separación discriminada de residuos (durante el armado, la feria y el desmontaje del stand).
- iii. Se valorará positivamente el uso de tintas fabricadas con ecosolventes y pigmentos a base de agua.

IV. Elementos componentes del stand

A continuación se sugiere un listado de elementos que componen los stands, que deberán ser detallados en la documentación requerida en la oferta. Se describen cada uno de los elementos que se requieren para el diseño y armado del stand.

- a) Sistema estructural: debe especificarse en la documentación gráfica, el sistema estructural propuesto.
- b) Cerramientos: El diseño podrá o no contemplar la colocación de cerramientos parciales o totales del stand según la propuesta del proyecto, quedando sujeta a la libre creatividad del proyectista la posibilidad de utilizar distintos materiales constructivos. Sin embargo, las áreas destinadas a los depósitos, sala de reuniones, sala de proyecciones y vestuario deberán ser cerradas con panelería perimetral con puertas de acceso con cerradura.
- c) Cielorrasos: El oferente podrá o no incluir en su diseño la colocación de cielorrasos parciales o totales con excepción de la sala de reuniones institucional, que si debe tener este tipo de cerramiento. Esta elección debe estar subordinada al manual de constructor particular de cada feria.
- d) Comunicación gráfica e imágenes: El oferente coordinará con las áreas técnicas de la Dirección de Promoción del INPROTUR las necesidades y los contenidos de gráfica y material audiovisual específicos. Si bien su diagramado y distribución en cada stand formará parte de la propuesta de diseño a presentar, será el INPROTUR el que determine sus contenidos. La totalidad de las imágenes que se exhiban en el stand deben ser suministradas por el INPROTUR, y deben ser del banco de imágenes de este Instituto. Este material promocional no podrá ser utilizado por la empresa constructora en otros eventos que no sea el especificado para esta licitación.
- e) Equipos de audio, video y sonido: Las empresas oferentes cuentan con total libertad para hacer una propuesta en lo relacionado con el equipamiento y la forma de proyección de los audiovisuales que serán suministrados por el INPROTUR.
- f) Iluminación, electricidad: Se deberá prever una buena iluminación en todos los casos, con la salvedad de no utilizar para ésta artefactos que generen mucho calor. En el diseño y armado del stand, se valorará positivamente la utilización de la luz, tanto como elemento de iluminación, así como elemento decorativo. Los juegos de luces, en mostradores, suelo, tabiques, etc deben permitir el juego de las sensaciones, y debe ser un elemento disparador de los valores definidos en los ejes comunicacionales. Las diferentes tecnologías propuestas, asociadas a la iluminación se valorarán positivamente, cuando acompañen y estimulen el juego sensorial que pretende la definición de los valores.
- g) Conexión a Internet: Debe asegurarse conexión a Internet por sistema que resulte más eficiente (preferentemente WI FI). Dicho servicio deberá estar contemplado para uso de los operadores (escritorios), los mostradores (institucional, regiones, líneas aéreas y entidades hoteleras), el espacio de conexión a Internet y la sala de reuniones.

- h) Solados: Se deberá prever un solado acorde a la estética de la feria y teniendo en cuenta los parámetros de diseño del stand. Se valorará positivamente el aprovechamiento de la superficie de solado como una superficie más donde exhibir criterios de diseño. Se deben contemplar los criterios de accesibilidad universal.
- i) Mobiliario y equipamiento: Se debe contemplar la provisión de todos los elementos exigidos en las especificaciones técnicas y el oferente tiene total libertad de agregar todos aquellos elementos que considere necesarios para su correcto funcionamiento.

V. Personal

El personal requerido que debe preverse en cada una de las ferias es el siguiente:

- 1) Personal técnico para resolver temas constructivos. Durante los días de armado del stand el personal debe ubicar la carga de material de folletería y elementos de exhibición en los depósitos o lugar indicado por el personal del INPROTUR.
- 2) Personal técnico en audio y video que se encargará de operar los equipos durante el evento y del correcto funcionamiento de los mismos.
- 3) Personal de atención del bar. Se priorizará la calidad de atención y el conocimiento del rol que les incumbe cumplir en un bar. Es requisito fundamental que dichas personas manejen el idioma del lugar en donde se realice cada feria y el español.
- 4) Personal responsable de la empresa adjudicataria.

VI. Precios unitarios de referencia

Los elementos detallados a continuación deben ser cotizados y presentados en la oferta económica de la propuesta. Dichos precios serán utilizados en caso de necesitar incluir en alguna de las ferias alguno de los elementos mencionados y que no haya estado previsto en el diseño original propuesto. No es requisito que los elementos particulares que figuran en el listado estén incluidos en la propuesta de diseño.

Las cotizaciones deben realizarse contemplando el elemento totalmente instalado y funcionando, con todos los elementos necesarios para su correcto funcionamiento y utilización.

Descripción

Banqueta alta (altura 0,80 m). Patas de acero cromado y asiento madera multilaminada laqueada. Con respaldo.

Silla tipo Jacobsen & Jacobsen. Patas de acero cromado y asiento madera multilaminada laqueada.

Puf Cubo tapizado en cuero ecológico (0,40 x 0,40 m).

Mesa alta (altura 0,80 m) con 3 banquetas altas.

Mesa ratona.

Sillón de 2 plazas, tapizado en cuero ecológico.

Sillón de 1 plaza, tapizado en cuero ecológico.

Plasma Wall de 4 pantallas sin marco.

Plasma Wall de 6 pantallas sin marco.

TV Plasma 65".

TV Plasma 50".

Reproductor de DVD.

Impresora láser color A4.

Netbook con Windows y Paquete Office instalado.

Dispenser de agua fría.

Equipo de sonido.

Micrófono inalámbrico.

Instalación de circuito cerrado para transmitir espectáculos en vivo en todas las pantallas del stand.

Filmadora.

Espejo de cuerpo entero.

NOTA. Los elementos están descriptos de manera orientativa, debiendo contemplar precios referidos a modelos que pueden tener el lineamiento de diseño acorde a la propuesta presentada.

VII. Otras consideraciones

El Contratista, para realizar los trabajos encomendados en tiempo y forma, deberá conocer perfectamente el reglamento de las ferias, debiendo tener en cuenta la modalidad de trabajo en el acontecimiento, lo que puede implicar trabajos en horarios no habituales y / o nocturnos y en días sábados, domingos y / o feriados. Asimismo y acorde a los horarios permitidos, implementará los turnos de trabajo y la cantidad de personal que sean necesarios para cumplimentar el requerimiento efectuado.

El Contratista, durante la ejecución de los trabajos, tendrá especial cuidado de no dañar las instalaciones existentes, tanto en lo referente a elementos como a las instalaciones circundantes, respetando en todos los casos las exigencias de las empresas organizadoras del acontecimiento y del reglamento específico.

Deberá hacerse responsable por todo daño que se produzca, asumiendo su reparación y/o reposición como así también, si afectara a elementos en funcionamiento, deberá arbitrar los medios para que éstos cumplan adecuadamente la función a la que estaban afectados.

Serán de exclusiva responsabilidad del Contratista los deterioros producidos a elementos y/o instalaciones en general por su personal durante la ejecución de los trabajos encomendados, por impericia, negligencia o falta de las previsiones y/o protecciones adecuadas y deberán ser reparados de inmediato a su total cargo, independientemente de las acciones que correspondan al INPROTUR por los daños y/o perjuicios ocasionados.

El INPROTUR se reserva el derecho de ejercer las acciones que correspondan por los inconvenientes y/o daños y/o perjuicios y/o lucro cesante que se deriven de los hechos apuntados en los párrafos anteriores.

El Contratista deberá asegurar la vigilancia de la obra para prevenir robos, hurtos o deterioros de los materiales propios o ajenos mientras dure el acontecimiento de la feria.

El contratista se hará responsable de la limpieza y el suministro de energía eléctrica del stand.

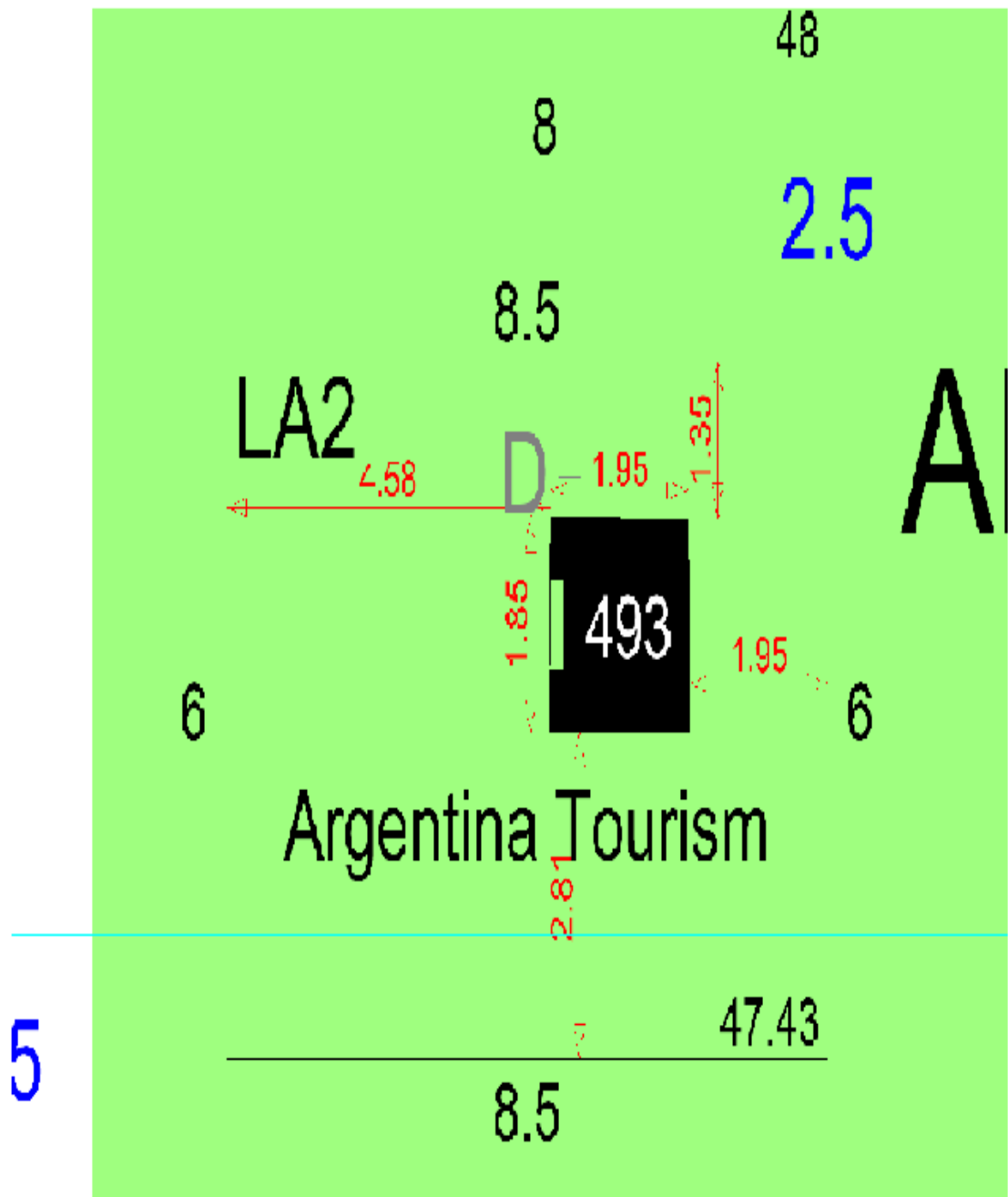
Todo detalle o variante que deba introducirse para el correcto desarrollo de las tareas objeto de esta licitación, como la introducción de elementos para mejorar la calidad y/o estética de los stands, deberán ponerse a consideración del INPROTUR para su aprobación

PLANOS DE UBICACIÓN DE LOS STANDS EN CADA UNA DE LA FERIA

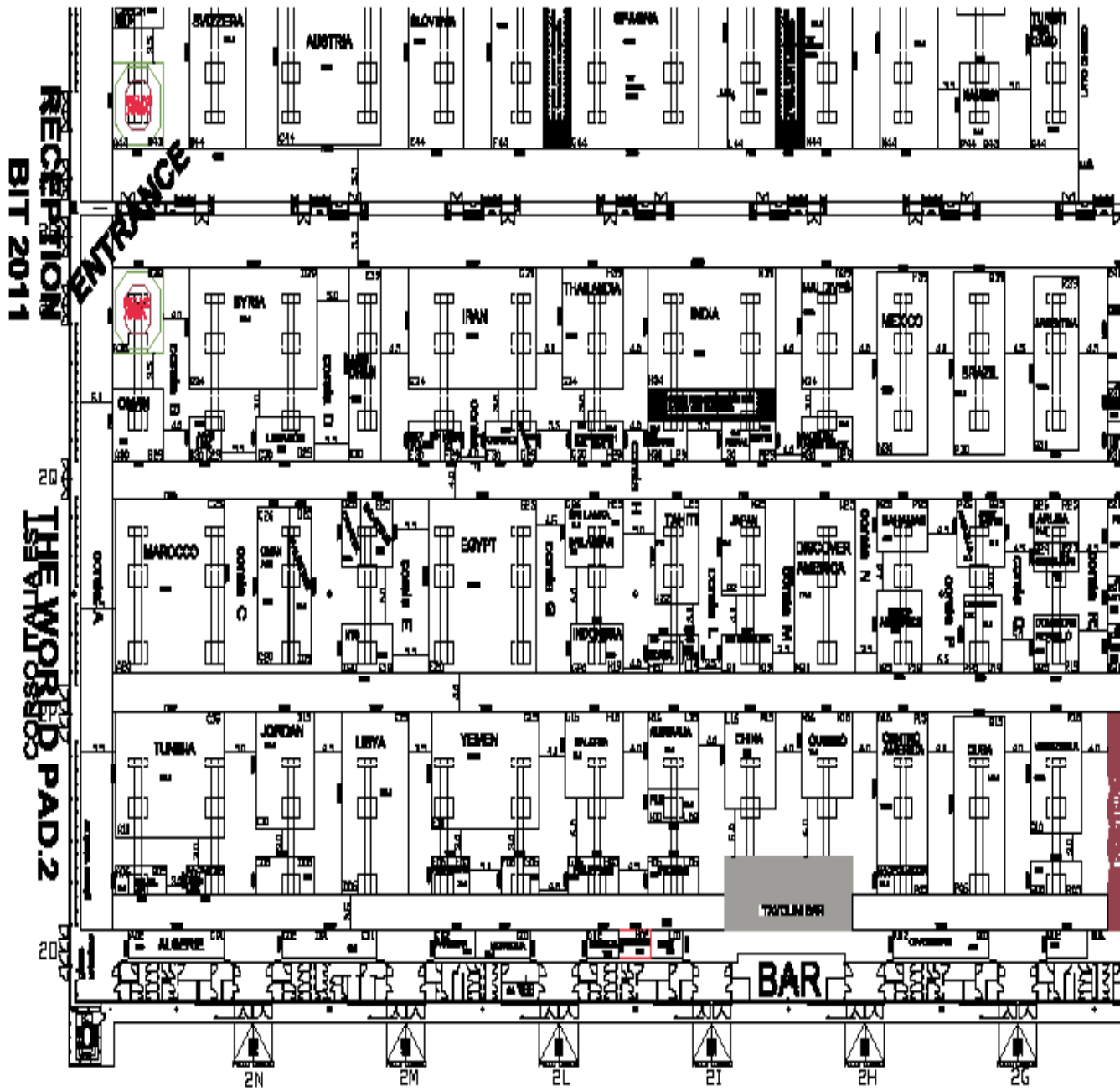
A continuación se adjuntan los planos de cada feria y la ubicación del lote correspondiente al INPROTUR.

Esta información podría sufrir modificaciones.

Destinations Holiday and Travel Show



BIT



Argentina

Instituto Nacional de Promoción Turística



