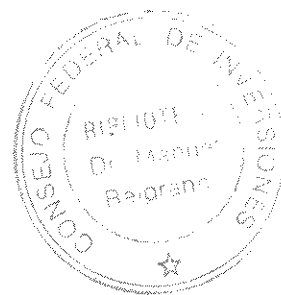


0/A.3
M 11

46 068

INFORME FINAL
FERIA BUENOS AIRES TURISMO 2005
INFORME FINAL
FERIA BUENOS AIRES TURISMO 2005



ARQ. ANTONIO MAZZA
amazza@arnet.com.ar
T.E./FAX 4738 2284

INDICE INDICE

- FICHA TÉCNICA
- INFORMACIÓN GENERAL
- RESEÑA DE LO ACTUADO
- PLAN DE TRABAJO
- PROYECTO
- MEMORIA TÉCNICA
- PROVEEDORES
- ANÁLISIS FINAL
- CURRÍCULUM VITAE
- ANEXO

ARQ. ANTONIO MAZZA
amazza@arnet.com.ar
T.E. FAX 4738 2284

NOMBRE DEL EVENTO : FERIA BUENOS AIRES TURISMO 2005

PERIODICIDAD: ANUAL

FECHA 14 AL 16 DE OCTUBRE DE 2005

LUGAR: PREDIO FERIA "LA RURAL" – PABELLÓN AMARILLO

SUPERFICIE : 10.800 M2

La FERIA BUENOS AIRES TURISMO 2005 es una herramienta para promocionar recursos y destinos turísticos a nivel Provincial y regional, siendo una plataforma de presentación de nuevos productos y servicios.

Este evento intenta consolidarse a nivel provincial y regional brindando a los expositores participantes la posibilidad de contactos y vínculos comerciales dentro del sector turístico.

FERIA BUENOS AIRES TURISMO ES LA HERRAMIENTA IDONEA PARA :

- Dar a conocer rutas y productos a los mayoristas locales y regionales
- Promover nuevos destinos turísticos
- Impulsar la cultura turística de la Provincia de Buenos Aires y de la región
- Integrar los últimos desarrollos e innovaciones tecnológicas del sector.
- Fortalecer los segmentos especializados del turismo.
- Negociar alianzas
- Mostrar en su conjunto la oferta turística de la Provincia de Buenos Aires

UN DIA SERA DEDICADO A PROFESIONALES DEL SECTOR Y DOS DIAS PARA EL PUBLICO EN GENERAL.

EN LA MUESTRA SE PODRA ENCONTRAR

- COMPRADORES Y OPERADORES , MAYORISTAS Y MINORISTAS
- PROGRAMA DE CONFERENCIAS, TALLERES Y MESAS REDONDAS PARA ANALIZAR LA PROBLEMÁTICA DEL SECTOR
- PRESENTACIONES CULTURALES Y ESPECTACULOS
- CENTRO DE NEGOCIOS
- CENTRO DE PRENSA
- SECTOR DE PROMOCION DE ARTICULOS REGIONALES.

ACTIVIDADES Y EVENTOS

SE DESARROLLARA UN PROGRAMA DE ACTIVIDADES - A DEFINIR

PROFESIONALES DEL SECTOR

Día 14 de octubre de 2005 de 13.00 a 21.00 hs.

ACCESO POR SISTEMA DE ACREDITACIONES .

(NO se permitirá el acceso de público en los horarios para profesionales del sector turístico.

PUBLICO EN GENERAL

ACCESO POR SISTEMA DE ENTRADA Y DE INVITACIONES

Día 15 de Octubre de 2005 de 13.00 hrs. A 21.00 hrs.

Día 16 de Octubre de 2004 de 13.00 hrs. A 21.00 hrs.

ORGANIZA

Secretaria de Turismo y Deporte de la provincia de Buenos Aires

PERFIL DE LOS PROFESIONALES VISITANTES :

Profesionales del sector turístico en general

PERFIL DE LOS EXPOSITORES

*Cadenas de hoteles
Turismo rural
Publicaciones especializadas
Empresas de servicios del sector turístico
Oficinas de turismo
Representaciones estatales de turismo
Aerolíneas aéreas
Cadenas hoteleras
Transportes terrestres
Cruceiros
Tiempos compartidos
Operadores Mayoristas y minoristas
Publicaciones Especializadas
Instituciones educativas de turismo
Proveedores de servicios para el sector turístico
Recintos para congresos y convenciones
Turismo Rural
Turismo Aventura
Turismo Salud
Turismo Religioso
Entretenimiento
Parques temáticos y de diversiones
Restaurantes
Operadores Independientes*

SERVICIOS DE LA MUESTRA

- Sala de Prensa
- Centro de negocios. Día de profesionales 14 de Octubre.
- Conferencias con temas de interés de la industria turística provincial regional
- Area de promoción de productos regionales ,
- Area de espectáculos .
- Area cultural

COSTO DE LOS STANDS

Plan A .- EMPRESAS

Modulo llave en mano costos a cargo de las empresas

Lotes libre de infraestructura mínimo 9 m2 por módulo

Plan B - MUNICIPIOS

Módulo llave en mano montaje a cargo de los municipios modulo mínimo.- 9 m2

Lotes libre de infraestructura mínimo 9 m2

Los espacios de stands libre de infraestructura se entregan con:

Alfombramiento integral

Potencia eléctrica de 50 Wts por m2 contratado

Limpieza de áreas comunes

Vigilancia de áreas comunes

Credenciales de acceso a la muestra para expositores y personal

Invitaciones para clientes

Figuración en catalogo

Apoyo y asesoramiento en general

CON INFRAESTRUCTURA a cargo del contratante Incluyen :

Panelería perimetral,

Alfombrado general,

Potencia eléctrica de hasta un consumo hasta 50 Wts por m2,

Instalación de spots con lámparas de 150 Wts cada uno y tablero de corte con disyuntor de seguridad.

Equipamiento de superficie de apoyo mesa o escritorio con tres sillas,

Gráfica sobre cenefa standarizada,

Servicio de limpieza en espacios comunes,

Servicio de vigilancia en espacios comunes ,

Credenciales de acceso, para expositores y personal

Invitaciones para clientes ,

Figuración en catálogo general de la muestra,

Apoyo y asesoramiento general.

Los lotes que no incluyen armado estandarizado se les entrega:

Panelería perimetral solamente.

*Alfombrado general del lote con el color dispuesto por el organizador,
Potencia eléctrica para un consumo de hasta 50 Wts por metro cuadrado,
Servicio de limpieza en espacios comunes,
Servicio de vigilancia en espacios comunes,
Gráfica standarizada en panel identificadorio,
Credenciales de acceso para expositores y su personal ,
Invitaciones para clientes,
Figuración en catálogo de la muestra
Asesoramiento general.*

INFORMACION GENERAL

INFORMACION GENERAL

FEBAT 2005

FEBAT 2005

FERIA BUENOS AIRES TURISMO 2005

La Feria Buenos Aires Turismo , es un foro único y consolidado, imprescindible para conocer la realidad del presente y del imparable futuro de la industria turística de la Provincia de Buenos Aires y la Región .

El constante crecimiento del sector Turístico necesita de un espacio donde poder realizar una convocatoria entre profesionales del sector, empresas e instituciones, convierten a la Feria Buenos Aires Turismo en su 3ª edición, es una de las herramientas para la promoción y comercialización de todos aquellos productos turísticos, hoy uno de los ejes motores de regiones y localidades de la Provincia de Buenos Aires , y en el mejor lugar donde se reflejan la evolución y especialización del sector turístico, dando cabida a las últimas tendencias, productos y servicios, destinos turísticos, desarrollos en formación, consultoría y tecnología aplicada al turismo.

La diversidad de la oferta que se podrán presentar los organismos expositores, hará que se concentre dentro del evento calidad en los productos y servicios turísticos, adaptándolos y trabajando en la especialización del conjunto de la industria.

Es por ello que los ejes de sectorización de la muestra son:

- Espacio donde se dan cabida todos aquellos avances tecnológicos, y consultoría especializada.
- Sector Recursos Turístico para regiones y comunas
- Sector Destinos Turísticos
- Sector para el Turismo Residencial, religioso, deportivo aventura etc.

Todos estos sectores se dan encuentro en el predio " La Rural " Pabellón amarillo, exponiendo una oferta turística que en la Provincia de Buenos Aires hoy tiene un incremento y una evolución derivada de una coyuntura económica que ha provocado que los agentes turísticos estén planteando nuevas alternativas. La Febat 2005 además de ser punto de encuentro, quiere instalar una condición de foro de debate y de negocios todos aquellos temas de la actividad, aportando al profesional todas aquellas condiciones técnicas y afrontar los retos que plantea la industria turística actual.

En las Jornadas Técnicas de Feria Buenos Aires Turismo el programa constituye uno de sus principales activos al contribuir a dibujar una radiografía fiel de esta industria. La evolución del turismo provincial en los últimos años nos convoca a ver un futuro con mucho optimismo .

La FeBAT 2005 es el lugar donde surgen las ideas, donde se comparten las visiones, donde se cierran los negocios, donde se inicia la acción, donde comienza el futuro.

VENTAJAS DE PARTICIPAR EN BUENOS AIRES TURISMO 2005

Las ferias se han consolidado en los últimos años como **una de las más poderosas y efectivas herramientas de marketing**, tal como viene a subrayar el constante crecimiento de esta actividad.

Las ferias comerciales...

- Son la forma más económica y eficiente de ganar cuota de mercado.
- Constituyen la más completa herramienta de comunicación donde se produce una interacción directa entre comprador y vendedor, "cara a cara", poniendo en funcionamiento los cinco sentidos.
- Permiten obtener un alto volumen de información en un corto plazo de tiempo.
- Son el lugar idóneo para establecer contactos comerciales: encontrarse con los clientes habituales y captar nuevos clientes, ofreciendo nuevos servicios y/o productos
- Hacen posible comprobar el grado de satisfacción de los clientes reales o potenciales respecto a nuestros productos y los de los competidores.
- Proporcionan "feedback" inmediato en la introducción de nuevos productos y/o mejoras en los ya existentes.
- Tienen un impacto considerable en el proceso de decisión de compra.
- Son fundamentales para encontrar oportunidades de exportación. Las ferias comerciales proporcionan el acceso al mercado internacional al mejor precio. Constituyen una auténtica plataforma en la estrategia de internacionalización de las empresas.
- Contribuyen a reforzar la imagen de la empresa.
- Construyen una oportunidad única para identificar posibles proveedores, subcontratistas, representantes, importadores y distribuidores.
- Permiten tener una clara idea acerca de la competencia: quiénes son y cuál es la posición de nuestra empresa con respecto a ellos. También nos permiten conocer a los clientes de la competencia.
- Facilitan la investigación sobre la política de precios de la empresa con respecto a la competencia.
- Constituyen la mejor manera de "tomar el pulso" al mercado, conocer las tendencias actuales y futuras.
- Significan una excelente oportunidad para comentar problemas y nuevas tendencias con otros profesionales del sector.
- Posibilitan la participación en jornadas y actos paralelos que ayudan en evaluar la evolución y tendencias del mercado.

Montaje de Stand modular con siguientes características:

Stand	abierto a pasillos
Estructura	de aluminio, paneles de melamina color blanco
Alfombrado	Piso alfombra Tipo ferial
Área de deposito	Compartida
Iluminación	Iluminación general mediante de spots con lámparas reflectoras de 150W cada uno , en relación de 50 W/m ² Cuadro eléctrico con diferencial magnetotérmico, preparado para una potencia de 50 W/ m ² , y una base de enchufe de 500 W
Gráfica / Rotulación	Rotulación con nombre del expositor, lugar de procedencia y nº de stand en cada fachada a pasillo con letra estándar.
Consumo energía	Mínimo
Seguros	Obligatorios
Limpieza del stand	diaria

OTROS SERVICIOS

Telecomunicaciones

- Teléfono Principal
- Teléfono complementario
- Fax
- Línea modular

Limpieza de stand

- Limpieza una vez al día / A
- Limpieza tres veces al día / B

Energía eléctrica

Agua y desagüe -

Aire Comprimido -

Estacionamiento -

Azafatas

-Dos idiomas

Seguro responsabilidad civil Capital 15.000 (mínimo)

Derechos de montaje

- Libre deuda entregado por el Comité Organizador

Para información más detallada sobre estos y otros servicios complementarios como mobiliario, instalaciones, salas, etc., Todo en la CARPETA TECNICA

Porque participar en Feria Buenos Aires Turismo 2005

1.- **FeBAT 2005** es el mejor espacio para obtener toda la información necesaria sobre las últimas novedades y tendencias, de la mayor y más cualificada oferta turística de la Provincia de Buenos Aires .

Sin duda, una de las principales novedades de la próxima convocatoria de **FeBAT2005** es la participación de los distintos destinos que tiene la Provincia de Buenos Aires que dispondrá del 40 % de la superficie de la muestra

La participación de estos destinos en la muestra brindará al los profesionales del sector y al público participante en general la realidad y la comprensión de lo existente.

2.- Permite contactar "cara a cara" con los actuales proveedores de nuestros productos/servicios turísticos, y crear una agenda de visitas con todos aquellos potenciales proveedores y clientes, que nos van a ayudar a disponer de la mejor oferta para seguir creciendo en nuestros negocios. Este contacto cara a cara nos proporciona la oportunidad para solucionar problemas y discutir sus necesidades con el personal técnico.

Visitantes profesionales en Fe Bat 2004 por sectores:

Agencias de viaje/mayoristas/operadores turísticos

Cadenas hoteleras/

Transportes relacionados al turismo/ Aéreo, Marítimo, terrestre

Empresas de servicios/ tecnología / soluciones especializadas / Proveedores del sector

Organismos oficiales/asociaciones – Cámaras empresarias del sector

Medios de comunicación/ publicaciones especializadas

Centros de convenciones y congresos

E-business

3.- **FeBAT 2005** Es el evento de turismo que recoge en su oferta la calificada diversificación y a la creciente especialización que se impone en el turismo de la Provincia de Buenos Aires , contribuyendo a ello los Recursos Turístico que posee como son:

- CAMPO
- DELTA
- PLAYA
- RIOS Y LAGUNAS
- SIERRAS

4.- Proporciona la oportunidad de asistir a jornadas, que son fuente indiscutible de información sobre las tendencias y evolución del sector en la Región .

En las Jornadas Técnicas de FeBAT 2005 , el programa constituye uno de sus principales activos al contribuir a dibujar una radiografía fiel de esta industria.

5.- Permite comparar precios y condiciones entre toda la oferta especializada de la Región.

6.- **FeBAT 2005** es un elemento potenciador de la imagen del poder de compra de una empresa del sector, y que permiten incluso cambiar positivamente la imagen que el vendedor tiene de su empresa.

7.- Permite evaluar las posibilidades de una participación futura como expositor.

COMO PREPARAR LA FeBAT 2005

La presencia en una feria comercial puede reportar importantes beneficios para una empresa. Sin embargo, el éxito de la participación depende de la preparación que se haya realizado.

A través de este sencillo esquema, le proponemos, en unos enunciados muy generales, los pasos que deben contemplarse. En este sentido, la Feria BUENOS AIRES TURISMO 2005 a través del apoyo que presta la SECRETARIA DE TURISMO Y DEPORTES DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES su equipo de trabajo, y su Carpeta de Servicios, le ofrece el marco idóneo para facilitar su participación.

- **1 - Análisis de la decisión de participar**

Hay que seleccionar detenidamente la feria en la que se quiere participar y comprobar si su diseño satisface nuestros objetivos. Recabar todos los datos de ediciones precedentes.

- **2 - Integración de la participación en una feria en el plan de marketing general de la empresa**

La presencia en una feria debe ser una extensión de la propia empresa. La imagen que se ofrece debe corresponder con la estrategia global.

- **3 - Realización de un plan específico de participación**

La participación en una feria debe contar con su propio plan de marketing, en el que se contemplen los objetivos, los medios y se dibujen todos los apartados derivados de la participación en una feria. Una feria implica un buen número de tareas antes, durante y después de la celebración de una feria. Planifique, evalúe y, sobre todo, distribuya responsabilidades con la suficiente antelación. En una feria intervienen muchas áreas de las empresas, particularmente de los departamentos comerciales, de marketing y comunicación. Todos tienen que funcionar y participar desde el inicio. En resumen: profesionalizar y planificar son las dos palabras clave en el éxito de la participación en una feria. Los elementos básicos que deben ser muy bien analizados y planificados son los siguientes:

- **Concreción del tipo de participación**

- Si se desea conseguir notoriedad e imagen : Stand de prestigio
- Presentar innovaciones y resto productos para la venta : Stand de exposición y venta, de mayor o menor tamaño según la cualidad y cantidad de los productos a exponer.
- Presencial, distribución información general : Stand de información

- **Selección de los productos a exponer : planteado dentro de la estrategia general de la empresa, deben tenerse en cuenta entre otros factores el tipo de visitante que acudirá a la feria, y a quien deseamos atraer a nuestro stand. Es necesario atraer a los profesionales destacando claramente las novedades e innovaciones**

- **Cumplimentar con los requisitos de la Solicitud de inscripción: La superficie a reservar estará en función de la cantidad y del tipo de productos o servicios a exponer. Siempre se debe analizar a fondo la carpeta o catalogo de servicios que se remite al expositor con objeto de evitar graves perjuicios como, por ejemplo :**

- No disponer en absoluto o en los puntos adecuados de instalaciones de agua, electricidad, teléfono, fax,...
- Quedarse Sin el personal auxiliar necesario (azafatas, traductores...)
- No contar con el servicio de limpieza para el stand

- No aparecer en el catalogo de expositores de forma que los visitantes no sabrán que la empresa participa en la feria.
- No tener suficientes invitaciones para obsequiar a los actuales o futuros clientes.
- No disponer de sitio para sentarse, guardar documentos o exponer productos.
- Carecer de decoración, letreros, flores y otros elementos necesarios.
 - Elaboración del presupuesto
 - Gastos de Promoción y Publicidad : Inversión en la que se incurre para dar a conocer la participación de la empresa en la feria y atraer a los visitantes que interese (Diseño y decoración de stand, elaboración de documentación técnico - comercial, publicidad en catalogo oficial de feria, mailing a futuros visitantes, incentivos publicitarios para atraer visitantes...)
 - Gastos de Estructura : Son los derivados de la utilización total o parcial del personal y los equipos de la empresa (Desplazamientos, alojamientos, manutencion..)
 - Gastos de Feria : Son los gastos que se vayan a producir como consecuencia de la contratación de servicios, personal auxiliar, materials, etc..., a la organización ferial o a los proveedores oficiales del recinto :
 - Espacio, seguros obligatorios y servicios minimos
 - Alquiler de stand modular si no se opta por uno de diseño propio
 - Mobiliario
 - Servicios de electricidad
 - Abastecimiento de agua, desagües, aire comprimido
 - Telefonos y fax - INTERNET
 - Aparatos para la proyección de audiovisuales, paneles luminosos...
 - Jardineria y otros elementos decorativos
 - Personal auxiliar (azafatas, interpretes, vigilantes...)
 - Servicios varios (catering, limpieza, transportes,...)
 - Plan específico de orden comercial y de comunicación

El éxito de la participación en una feria depende, en muy buena medida, del grado de satisfacción de los visitantes, y que las técnicas de promoción pueden contribuir notablemente a ello, se deben considerar todas las posibilidades al respecto, es decir, las de la propia empresa y las que ofrezca la organización ferial:

 - 1.- Definición de la presencia en la feria en el Plan de Marketing, tratando de dar respuesta a las siguientes preguntas:
 - . ¿Por qué se participa en la feria?
 - . ¿Qué se quiere comunicar o mostrar?
 - . ¿A quien?
 - . ¿Qué objetivos comerciales y de notoriedad se persiguen?
 - 2.- Promoción de la empresa con motivo de su participación en la feria:

El éxito de la participación en una feria no depende solo de los organizadores, sino también de las acciones que desarrollen directamente los expositores, su originalidad y eficacia en acciones como :

 - Marketing directo a profesionales en los que estemos interesados indicándoles el numero de stand, con el logotipo de la feria.
 - Publicidad en medios
 - Preparación de la documentación técnico - comercial

- Alquiler de salas de conferencia, con objeto de informar a los profesionales, medios de comunicación y a clientes , sobre los nuevos productos y/o servicios, nuevas tecnologías, planes de expansión...
 - Participación en el catalogo de expositores y otras publicaciones feriales
 - Información a proporcionar a la prensa profesional con novedades, información inédita,...
- **4 - Seguimiento post-feria**
Y por supuesto, cuando finaliza una feria, es cuando realmente comienza el trabajo que debe materializar el esfuerzo realizado. Hay que hacer seguimiento comercial de los contactos obtenidos durante el desarrollo del certamen. La feria es habitualmente sólo el punto de comienzo. Toda la labor posterior es la que hará posible rentabilizar al máximo la participación en una feria. Se debera realizar:
 - Memoria de la FERIA
 - Informes estadísticos, valorando los aspectos positivos y negativos de la participación, así como las posibles mejoras de cara a próximas ediciones,
 - Dossieres de Prensa
 - Elaboración de ficheros de visitantes, realizando el correspondiente seguimiento de los contactos realizados.

Porque participar en Feria Buenos Aires Turismo 2005

1.- **FeBAT 2005** es el mejor espacio para obtener toda la información necesaria sobre las últimas novedades y tendencias, de la mayor y más cualificada oferta turística de la Provincia de Buenos Aires .

Sin duda, una de las principales novedades de la próxima convocatoria de **FeBAT2005** es la participación de los distintos destinos que tiene la Provincia de Buenos Aires que dispondrá del 40 % de la superficie de la muestra

La participación de estos destinos en la muestra brindará al los profesionales del sector y al público participante en general la realidad y la comprensión de lo existente.

2.- Permite contactar "cara a cara" con los actuales proveedores de nuestros productos/servicios turísticos, y crear una agenda de visitas con todos aquellos potenciales proveedores y clientes, que nos van a ayudar a disponer de la mejor oferta para seguir creciendo en nuestros negocios. Este contacto cara a cara nos proporciona la oportunidad para solucionar problemas y discutir sus necesidades con el personal técnico.

Visitantes profesionales en Fe Bat 2004 por sectores:

Agencias de viaje/mayoristas/operadores turísticos

Cadenas hoteleras/

Transportes relacionados al turismo/ Aéreo, Marítimo, terrestre

Empresas de servicios/ tecnología / soluciones especializadas / Proveedores del sector

Organismos oficiales/asociaciones – Cámaras empresarias del sector

Medios de comunicación/ publicaciones especializadas

Centros de convenciones y congresos

E-business

RESEÑA DE LO REALIZADO
RESEÑA DE LO REALIZADO

RESEÑA DE LO REALIZADO EN FEBAT 2005

- 1.- PROYECTO Y DIRECCIÓN
- 2.- COORDINACIÓN TÉCNICA
- 3.- INTENDENCIA

1.- PROYECTO Y DIRECCIÓN

Es toda la actividad del diseño integral de la muestra según las necesidades de la Secretaria de Turismo y deporte.

La actividad comenzó en el mes de Febrero de 2005 conformandose un comité ejecutivo donde soy integrante y el coordinador general.

El desarrollo del proyecto en diseño según imágenes de los archivos

En el transcurso de 10 meses

2.- COORDINACIÓN TÉCNICA

AVANCE DE ACTIVIDADES

FEBRERO - MARZO

- Armado de plan de trabajo de la Exposición de Turismo de la Provincia de Buenos Aires.
- Definición del equipo de trabajo para llevar adelante el evento
- Definición del perfil de la Exposición, Importancia, Ventajas, Razones porque se debe realizar el evento.
- Definición del lugar donde se realizará el evento, se realizaron reuniones directas con los Predios de la Rural, Costa Salguero, Gobierno de la Ciudad.
Se decidió que el lugar de realización es la Rural en el pabellón Amarillo sobre 10.700 m2. Se reservó el espacio para el mes de Octubre.
- Se comenzó a diagramar el ante proyecto del evento una vez hecha la Reserva del lugar y la entrega de los planos por parte de la Rural.
- Se comenzó con la idea gráfica de la carpeta de venta.

ABRIL - MAYO

Las Actividades desarrolladas en el bimestre se centraron en el

- Desarrollo final del proyecto técnico para el evento y fecha del mismo
- La profundización de las actividades de diseño gráfico para el armado de las herramientas de promoción como lo son el logotipo de la muestra, las

- carpetas de presentación, diagramación uniforme de folletería, credenciales, entradas, invitaciones y todo material de distribución.
- Coordinación de reuniones para la organización del Comité Ejecutivo de la muestra.
 - Coordinación de reuniones con empresas comercializadoras del evento
 - Coordinación y armado del reglamento de la Muestra y del manual del expositor para ser insertado en la carpeta de la muestra.

JUNIO – JULIO

Las Actividades desarrolladas en el bimestre fueron :

- Reuniones con los miembros del Comité Ejecutivo para la diagramación y estrategia del sistema de venta.
- Estrategia de difusión y promoción del evento.
- Coordinación y armado de Reuniones con proveedores y probables contratistas de elementos para el armado del evento para llegar a un costo de la muestra.
- Se comienza con la promoción y difusión del evento en los municipios del interior de la provincia de Bs. As..
- Promoción y difusión de la muestra en distintos works shop que participa la Secretaría de Turismo y deporte.
- Armado de participación de la Secretaría de Turismo en La Exposición Ganadera en La Rural dentro del pabellón de la Provincia de Bs As..
- Coordinación de material gráfico para la entrega en mano al público visitante en la Exposición Ganadera en la Rural.
- Envío de material de exposición a los directores de turismo de todos los municipios de la provincia de Buenos Aires.
- Preparación de la Página Web de Febat 2005

AGOSTO – SETIEMBRE

- Preparación de pedidos de necesidades según los distintos proveedores a utilizarse para las tareas a desarrollar en la Muestra
- Elección de proveedores para que coticen la realización de la Muestra.
- Pedidos de presupuestos
- Evaluación de presupuestos.
- Elección de proveedores.
- Planos del pabellón según los expositores inscriptos.
- Preparación de listados para ir preparando el catálogo de la Muestra.
- Desarrollo integral del Pre Feria .
- Búsqueda de sponsors para la Muestra.

OCTUBRE – NOVIEMBRE

- Armado de plano final de obra

- Coordinación de armado con los proveedores.
- Actividad técnica de la presentación de planos de cada uno de los expositores.
- Desarrollo de la actividad de armado general de la muestra desde el día 10 de Octubre hasta el 14 de Octubre Fecha de Inauguración.
- Desarrollo de actividad de Intendencia dentro de la Muestra
Periodo de la Muestra desde el 14 de Octubre a las 13 Hs (APERTURA DE LA MUESTRA AL PÚBLICO HASTA EL DÍA 16 A LAS 21 HS CLAUSURA DE LA MUESTRA.

Actividad de desarme desde las 21 Hs. Del día 16 hasta el 17 de Octubre alas 18 Hs. Entrega del Pabellón.

POST FERIA – EVALUACIÓN GENERAL DE LO ACTUADO - INFORME FINAL

3.- INTENDENCIA

Esta actividad comienza el día 10 de Octubre del 2005

- 8 Horas recepción del pabellón Amarillo en el Predio La Rural
- Relevamiento y marcación de plano.
- Puesta a punto y desarrollo del montaje general
- Recepción de cada Uno de los expositores que participan de la muestra.
- Atención de tareas de armado y de las necesidades de cada uno de los expositores.
- Control de gestión y puesta a punto para la la apertura al público e Inauguración del evento.
- Atención de las necesidades del los expositores y enlace entre ellos con el Comité Ejecutivo de la muestra.
- Recepción de cada unas de las autoridades que visitan la muestra.
- Coordinación de tareas de desarme
- Entrega del Pabellón a la Rural

Arq. Antonio Mazza

PLAN DE TRABAJO
PLAN DE TRABAJO

EXPOSICION DE TURISMO BUENOS AIRES 2005

PLAN DE TRABAJO

- ETAPA 1 FORMACION GENERAL DE LOS CONTENIDOS DE FEBAT 2005
- ETAPA 2 POSIBILIDAD DE LLEVARLA A CABO
- ETAPA 3 PUESTA EN PARCTICA DE LOS CONTENIDOS PARA FEBAT 2005
- ETAPA 4 EVALUACION POSTERIOR

MES DE FEBRERO A JUNIO

- ACUERDO PARA ALQUILAR EL ESPACIO DONDE SE VA A DESARROLLAR LA EXPOSICION
- DEFINIR EQUIPO DE TRABAJO
- DEFINIR EL PERFIL DE FEBAT 2005
RAZONES PORQUE SE HACE EL EVENTO
- PROYECTO DE FEBAT 2005 -. PLANOS – SECTOR TECNICO
- ELABORAR EL REGLAMENTO DE PARTICIPACION
- DESARROLLAR E IMPRIMIR LAS CARPETAS DEL EVENTO PARA LA VENTA
- ARMADO DE PAGINA WEB. CONTODOS LOS ELEMENTOS DE PROMOCION .
- ARMADO DE E EMAIL PUBLICITARIO.
- REALIZACION DE CD CON LA CARPETA INCORPORADA Y SU REGLAMENTO
- TRABAJO CON LOS ,MUNICIPIOS PORQUE DEBEN Y COMO DEBEN PARTICIPAR
- CUALES SON LAS RAZONES PARA SER UN EXPOSITOR:

POSICIONAR UNA IMAGEN DE MARCA

ESTABLECER INTERACCION DIRECTA ENTRE OFERTA Y DEMANDA – CARA A CARA

GANAR CUOTA DE MERCADO

MOSTRAR LAS TENDENCIAS DEL MERCADO

PRESENTAR PRODUCTOS TURISTICOS Y CONSEGUIR COMO LO TOMO EL PUBLICO (FEED BACK)

INTERCAMBIO CON PROFESIONALES DEL SECTOR PROBLEMAS Y NUEVAS TENDENCIAS

TENER UNA IDEA CLARA DE QUIEN ES LA COMPETENCIA

IDENTIFICAR POSIBLES PROVEEDORES

INTERNACIONALIZACION DE LOS PRODUCTOS TURISTICOS QUE SE OFRECEN – OPORTUNIDADES DE EXPORTACION

INVESTIGAR SOBRE LA POLITICA DE PRECIOS DE LOS PRODUCTOS QUE SE ESTAN OFRECIENDOEN LA FERIA ENTRE OTRAS COSAS.

- SE DEBERA DEFINIR
CONFERENCIAS – MESA REDONDA - TALLER
- CENTRO DE NEGOCIOS
AREA VIP
ENTREVISTAS CON PROVEEDORES , SUBCONTRATISTAS PARA EL SECTOR.
- DEFINIR LOS SECTORES DE LA MUESTRA

- COMERCIALIZACION A PRIVADOS – CONVENIO CON EMPRESA
- ARMADO DEL GRUPO DE VENTAS (ESPACIOS – SPONSORS, ETC)
- MUNICIPIOS DESARROLLO DE BUSQUEDA DE PRODUCTOS APRESENTAR EN LA EXPOSICION
- COMENZAR CON LA VENTA DE ESPACIOS
- ENVIO DE CARPETAS A EMPRESAS – POTENCIALES PARTICIPANTES
- RESERVA DEL ESPACIO DONDE SE VA A REALIZAR EL EVENTO

MES DE JULIO

- SIGUE FIRME LA VENTA DE ESPACIOS. REUNIONES CON EMPRESAS PARA MOTIVARLAS A PARTICIPAR EN EL EVENTO.
- COBRANZA DE LOS ESPACIOS
- PRESUPUESTOS PARA EL ARMADO – PEDIR COTIZACIONES A DISTINTAS EMPRESAS QUE SE INVITEN A PARTICIPAR MINIMO TRES.
- DEFINIR METROS CUADRADOS DE LA MUESTRA SOBRE LOS ESPACIOS QUE SE ESTAN VENDIENDO
- ACCION DE PROMOCION DE LA MUESTRA EN LAS FIESTAS REGIONALES CON PROMOTORAS Y STANDS A TAL FIN.
- 1 ER. ADELANTO DE \$\$ PARA EL ALQUILER
- PEDIR A EMPRESA POR EL MODELO DE LAS CREDENCIALES.
- PEDIR DIAGRAMACION DE CATALOGO DE LA EXPSICION

MES DE AGOSTO

- SE SIGUE CON LA PROMOCION Y LA VENTA
- SE REALIZA LA 2DA PARTE DE PAGO POR EL ALQUILER
- SE DEFINE CANTIDAD DE ELECTRICIDAD A DISPONER
- SE VA DEFINIENDO LOS ESPACIOS POR STANDS SEGÚN LOS EXPOSITORES QUE PARTICIPAN Y LOS METROS CUADRADOS SOLICITADOS
- ARMADO DEL PRIMER PLANO DEFINITIVO
- CONTRATACIONES DE SERVICIOS SEGÚN EL PLANO DEFINITIVO
- SE SIGUE LA COBRANZA DE LOS ESPACIOS YA VENDIDOS
- SE MANDAN A IMPRIMIR LA FOLLETERIA INSTITUCIONAL DE LA EXPOSICION
- SE CONTRATA EL SITEMA DE ACCESO A LA MUESTRA
- SE CONTRATA EL SISTEMA DE AZAFATAS Y RECEPCIONISTA
- SE CONTRATA EL ARMADO Y SU EQUIPAMIENTO INTEGRAL
- SE HACEN IMPRIMIR LAS INVITACIONES A LA EXPOSICION
- SE HACEN LAS CREDENCIALES PARA LOS EXPOSITORES.
- SE DISTRIBUYEN LAS CREDENCIALES Y ENTRADAS BONIFICADAS A LOS EXPOSITORES PARTICIPANTES.
- INVITAR AUTORIDADES CONFIRMANDO LA FECHA DE ASISTENCIA ALA MUESTRA

MES DE SETIEMBRE

- ENVIO DE NOTAS DE INVITACION A LOS MUNICIPIOS

- ENVIO DE COMUNICADO DE PRENSA
- AVISOS PUBLICITARIOS EN LOS MEDIOS PROMOCIONANDO LA EXPOSICION.
- PARTICIPACION DE LAS AUTORIDADES EN LOS MEDIOS PUBLICITANDO LA MUESTRA.
- ARMADO DE CAMPAÑA EN EL INTERIOR PARA LA PROMOCION DE LA MUESTRA
- SE SIGUE CON LA COBRANZA DE LOS LOTES VENDIDOS Y LOS SPONSORS.
- MANDAR A IMPRIMIR EL CATALOGO CON LAS EMPRESAS QUE PARTICIPAN EN LA MUESTRA.

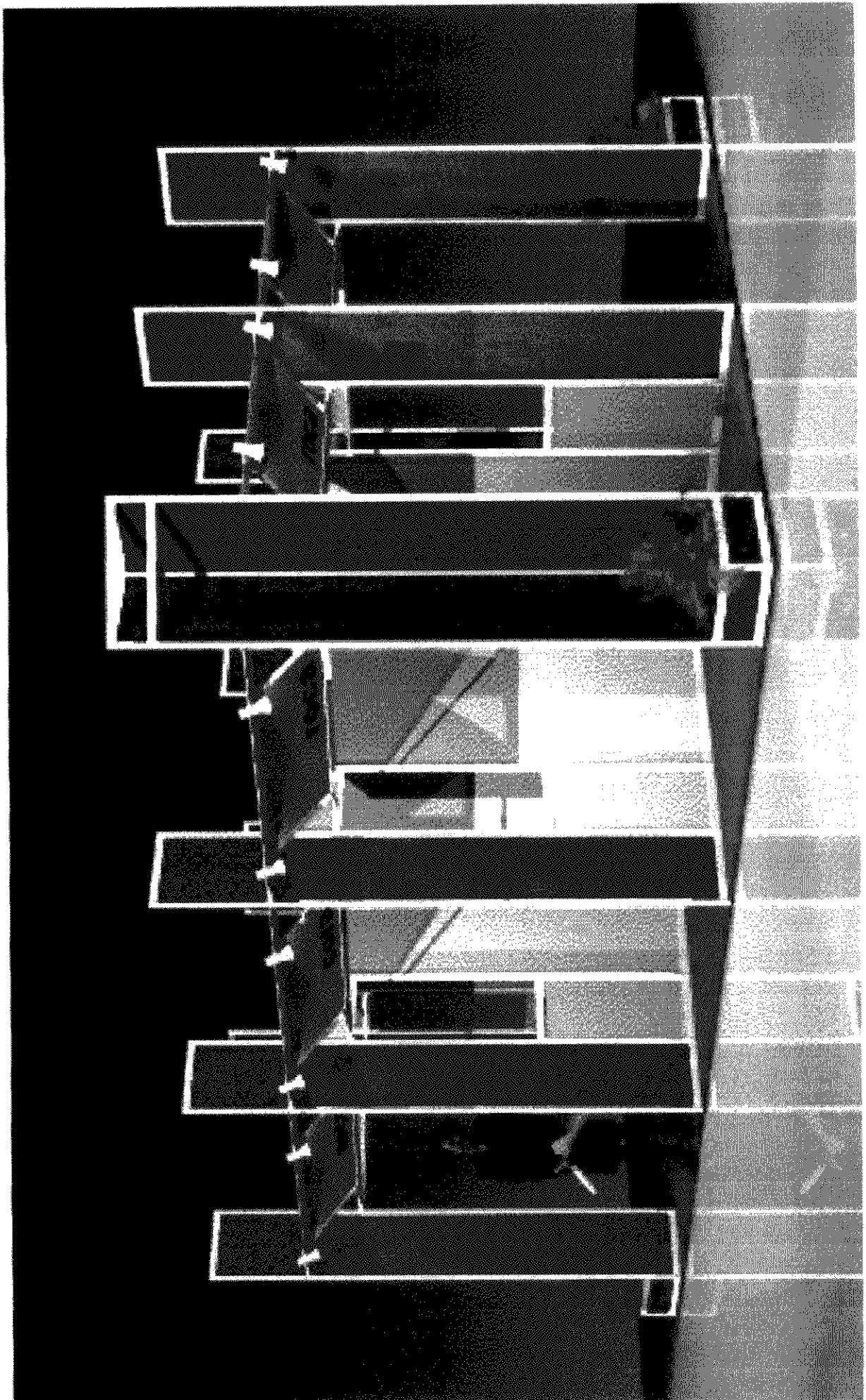
MES DE OCTUBRE

- SE DEFINE EL PLANO DEFINITIVO
- SE CIERRA CON LA EMPRESA ARMADORA DEL EVENTO LOS TRABAJOS A REALIZAR.
- ENVIO DE INVITACIONES INSTITUCIONALES
- ENVIO DE INVITACIONES PERSONALIZADAS – PROTOCOLO DE PROVINCIA BS. AS.
- REALIZAR EL 3 ER PAGO DEL ALQUILER DEL ESPACIO.
- ARMADO DE LA MUESTRA. (10 AL 13 DE OCTUBRE)
- DESARROLLO DE LA MUESTRA (14-15-16 DE OCTUBRE)
- DESARME DE LA MUESTRA (17 DE OCTUBRE)

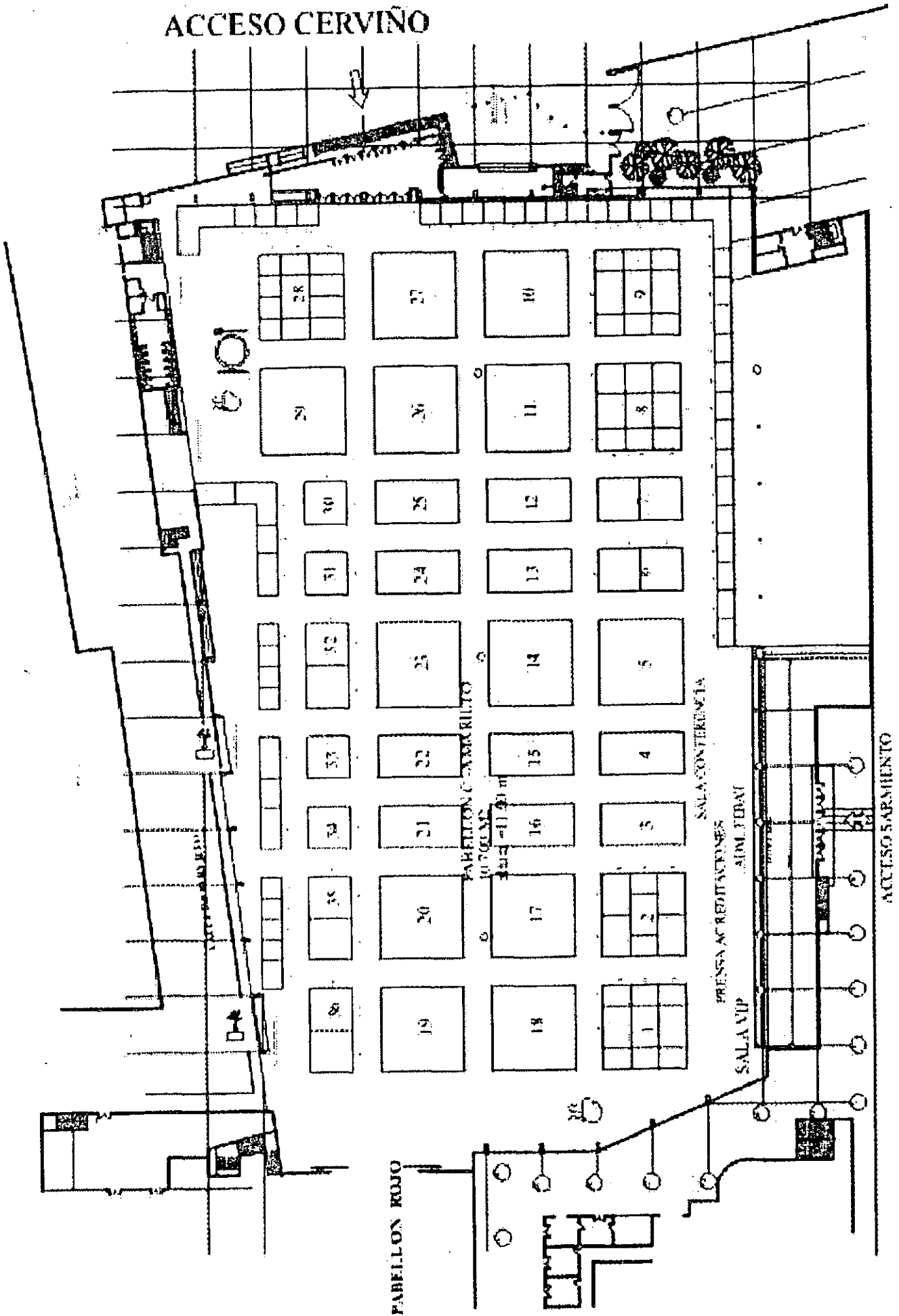
POST FERIA – EVALUACIÓN.

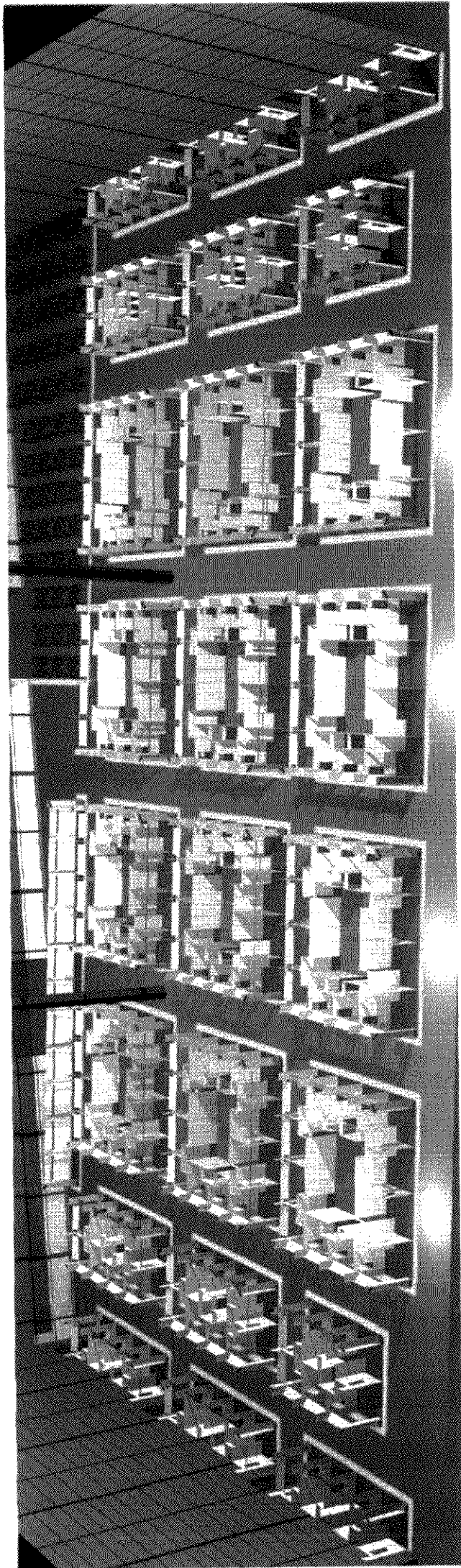
ARQ. ANTONIO MAZZA

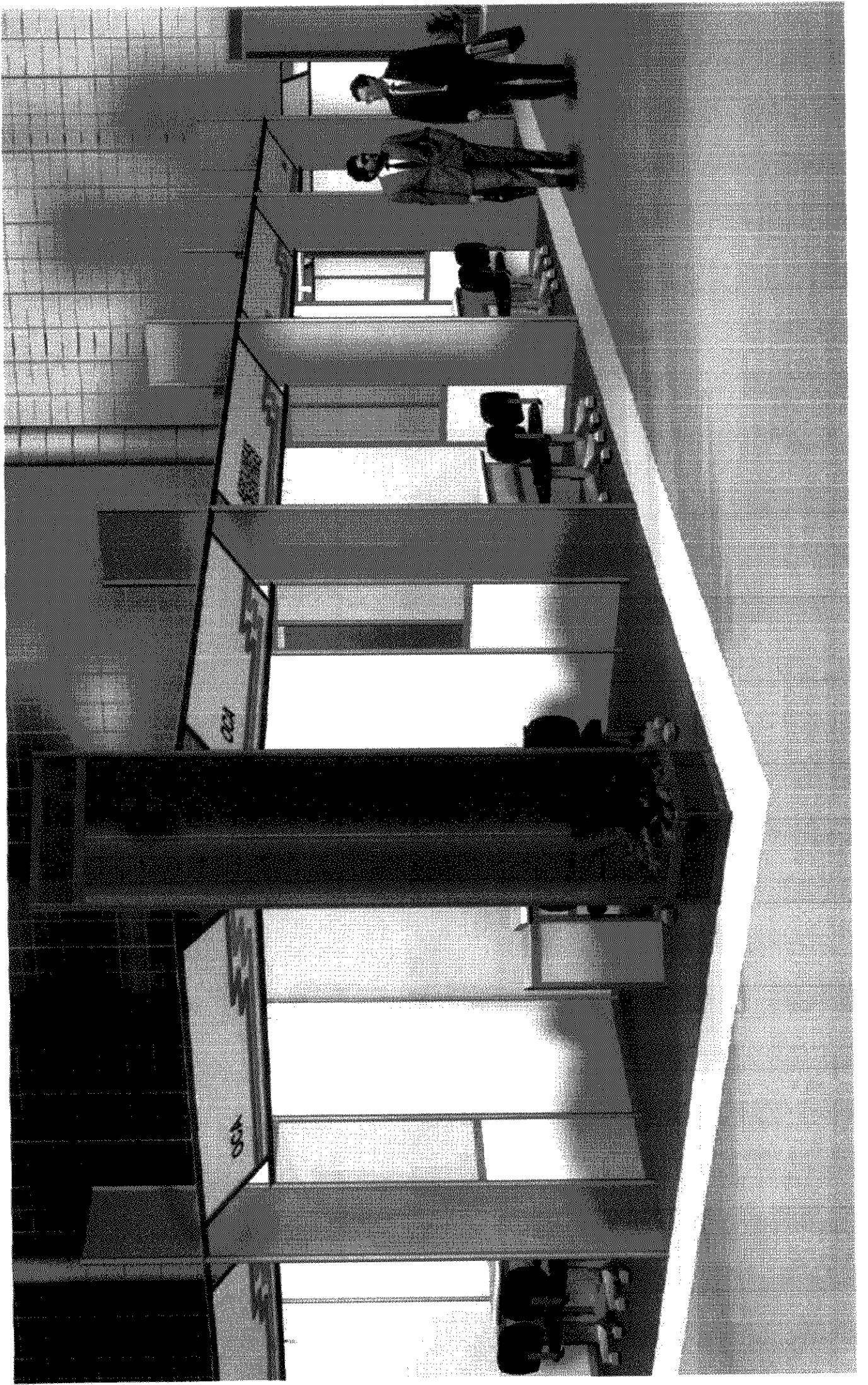
PROYECTO
PROYECTO

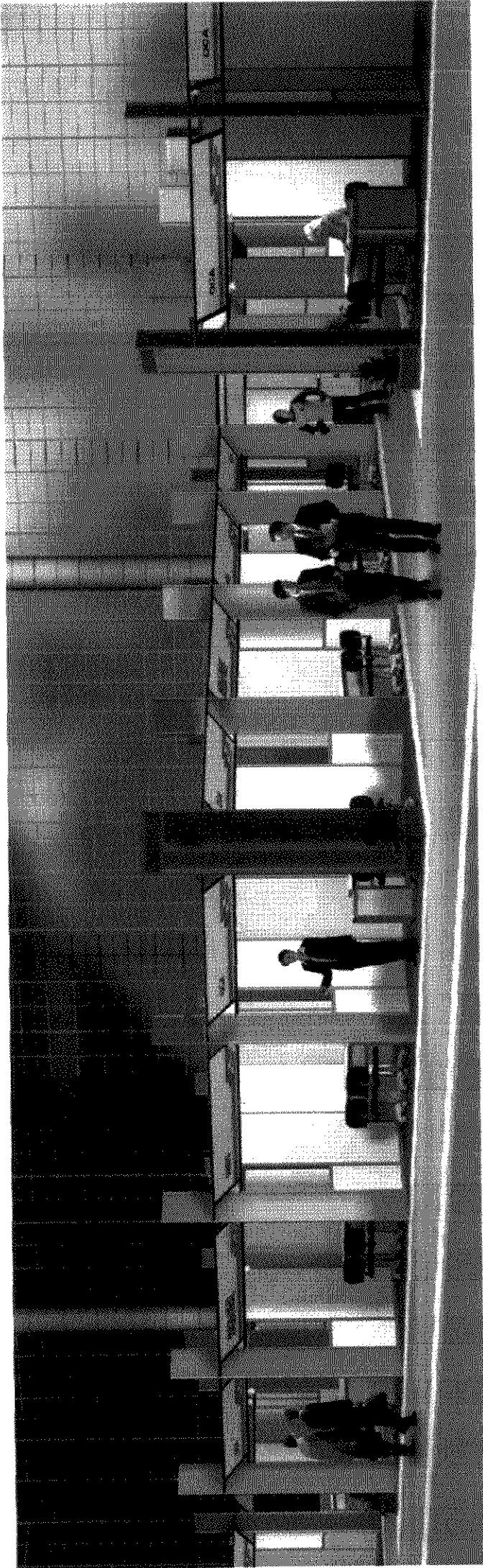


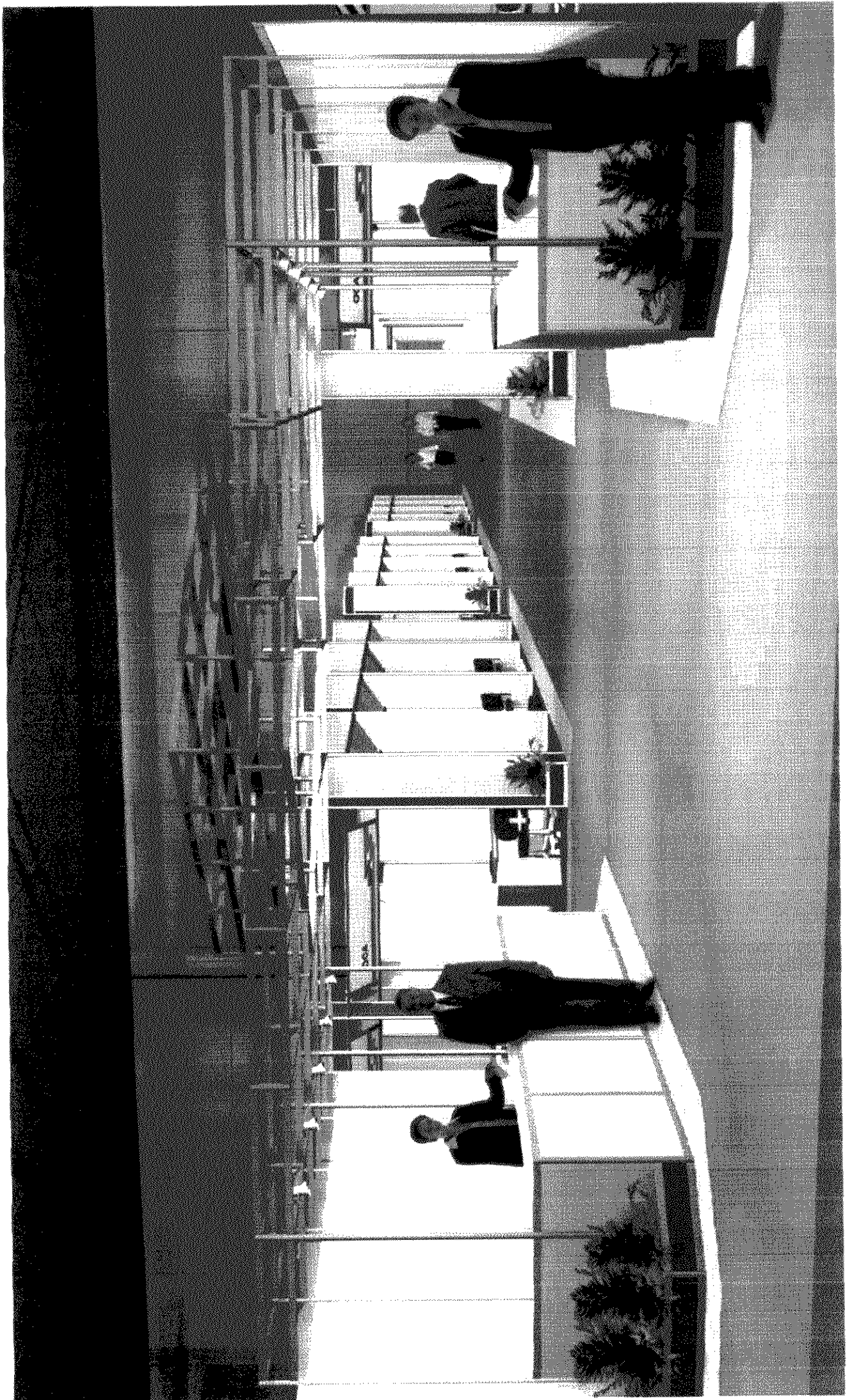
ACCESO CERVINO











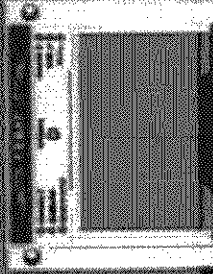
FEBAT

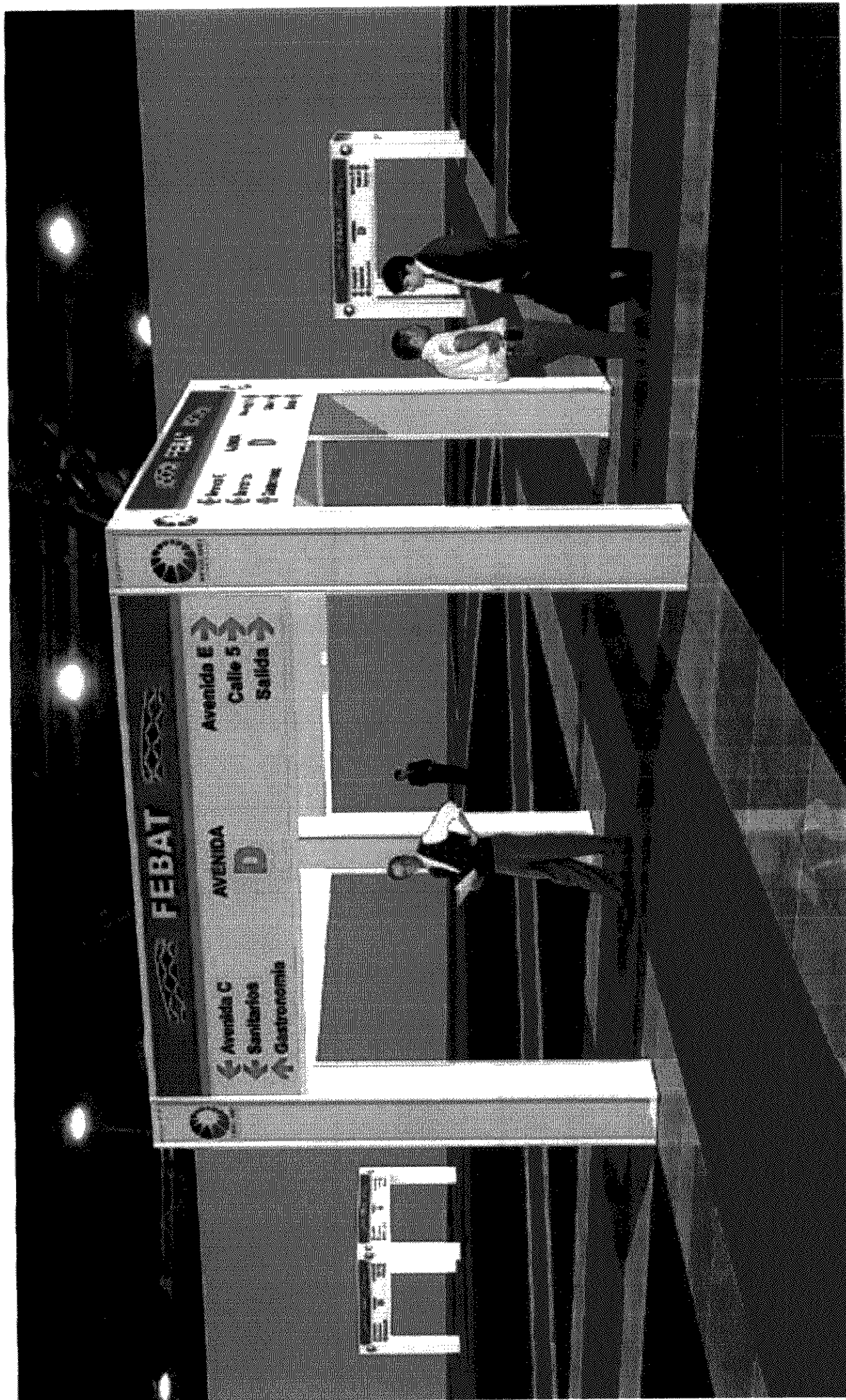
Avenida C
Sanitarios
Gastronomía

AVENIDA



Avenida E
Calle 5
Salida





MEMORIA TECNICA
MEMORIA TECNICA

PANELERIA DIVISORIA Y CENEFAS

Sector Stands :

La estructuración espacial interior se resolverá a partir del uso de un sistema compuesto por elementos estructurales de aluminio anodizado (columnas, vigas, zócalos, cenefas, etc.) y panelería de Chapadur Plus doble o similar color blanco concerniente a stands para los expositores en general

La estructura deberá disponer de un dispositivo superior continuo (encadenado) con los arrostres necesarios a efectos de evitar movimientos horizontales de la panelería y cenefas y/o la pérdida del nivel correspondiente.

La modulación del sistema responderá a las siguientes medidas standart 1,00 m. de ancho por 2,50 m. de alto.

El elemento de vinculación superior, indicado como cenefa, abarcará la totalidad del desarrollo lineal de los stands, salvo indicación en contrario de la dirección técnica. Cada elemento cenefa tendrá una altura aproximada a los 0,50 m. según el sistema adoptado. Su instalación deberá ser colocada a 45 °, serán en color blanco en ambas caras exterior e interior. Tanto la panelería como las cenefas estarán colocadas según el plano final que entregará el director de obra.

El oferente deberá cotizar Paneles y Cenefas a 45° estructura soporte en aluminio anodizado, montaje y desmontaje, mantenimiento durante la realización de la muestra, los materiales deberán ser puestos en obra y su retiro a la finalización de la muestra.

Las cantidades de paneles son 1600 unidades, de los cuales el 20 % son de 0,50 m de ancho por 2,50 m de alto.

Las cantidades de cenefas son de 350 uno por cada frente de módulo de stand.

PLANO 1

IMÁGENES 1 Y 2

ARMADO , DECORACIÓN DE AREAS ESPECIALES

Sector de Acceso e Institucional :

Para este Sector se ha dispuesto un diseño particular consistente, en todo su perímetro según plano,

La estructuración espacial interior se resolverá a partir del uso de un sistema compuesto por elementos estructurales de aluminio anodizado (columnas, vigas, zócalos, cenefas, etc.) y panelería de Chapadur Plus doble faz o similar color blanco y gris según los casos.

Las áreas Institucionales y/o diferenciadas la panelería responderá a colores a ser definidos por la dirección técnica.

Por su parte el área Institucional tendrá una planimetría especial a definir por la dirección técnica el diseño y la disposición de los paneles divisorios conformarán ambientes para distintos usos como lo son :

- Oficina para prensa, 4.00 m x 3.00 m
- Oficina para intendencia, 4.00 m x 3.00 m
- Oficina para Comité ejecutivo, 3.00 m x 4,50 m
- Sala de reuniones para comité Ejecutivo, 7.00 m x 4,50 m
- Sala de encuentro de negocios para expositores y club del expositor, 7.00 m x 7.00 m
- Sala de prensa para periodistas acreditados, 7.00 m x 7.00 m
- Area de acceso y acreditaciones, distribución de 8 mostradores de carga, sala cerrada con puerta y cerradura de seguridad de 12 m² . Mostrador atención al público de 0.50 m de ancho por 5 .00 m de largo. Tapa en color blanco En su parte inferior se dispondrá de un estante a 0.15 m. de la tapa
- Dos Salas de conferencias equipadas, 7 .00 m x 15.00 m cada una . Cielorraso en tela tensada y estructura en sistema
- Sala Privado de estar para visitantes jerárquicos 7.00 m x 7.00 m

Estas áreas funcionales serán construidas con paneles modulares los que deberán ser cotizados por el oferente.

Cotización de 25 paneles en "Policarbonato" alveolar de 4 mm, fumé, en reemplazo del "Chapadur Plus", estos seán colocados según disponga la dirección técnica

Los paneles modulares deberán responder a una medida standart de

h = 2,50 m.x 1.00 m de ancho. El sub - modulo es de h = 2,50 x 0.50 m de ancho. Color blanco y deberá preverse un 30 % en color gris los que serán dispuestos por la dirección técnica en los lugares que crea conveniente guardando la estética de los espacios

Los techos de cada una de estas oficinas dispondrán de un reticulado que deberá ser realizado por el mismo sistema donde se colocará en algunas de ellas un cielorraso de tela tensada.

Sobre las paredes realizadas por la colocación de paneles se le fijarán gráficas e isotipos y / o cuadros alusivos al turismo de la Provincia de Buenos Aires que deberá proveer y colocar el proveedor de la gráfica y señalética.

Stands Institucionales y otros:

Del mismo modo que la descripción anterior, se han diseñado los stands destinados a las reparticiones provinciales participantes, etc.. Su disposición ha sido reflejada en los planos como así también la dimensión standart y color de la panelería será idéntica a la utilizada en el resto de la muestra .

MOBILIARIO DE STANDS Y AREAS ESPECIALES

El mobiliario básico de cada módulo de stand a utilizar en la muestra es :

- 400 Escritorios de 0.70 m x 1.10 m como mínimo. Podrá ser en sistema de aluminio anodizado con tapa en aglomerado de 16 mm con melamina en color blanca o similar .

Otra alternativa es: escritorio en melamina de 0.70 m x 1.10 m

En el caso que el oferente disponga de otros modelos de escritorios presentar la propuesta. La misma será evaluada por el Director técnico.

- Tres sillas
- Un estante para folletería . Según el sistema del oferente

El área Institucional tendrá una planimetría especial a definir por la dirección técnica el diseño y la disposición de los paneles divisorios conformarán ambientes para distintos usos y según estos usos se deberá cotizar el mobiliario para :

- Oficina para prensa, 4.00 m x 3.00 m
 - 2 Escritorios de 0.70 m x 1.10 m con tres sillas cada uno
 - 1 mueble de guardar
- Oficina para intendencia, 4.00 m x 3.00 m
 - 2 Escritorios de 0.70 m x 1.10 m con tres sillas cada uno
 - 1 mueble de guardar
 - 1 perchero
 - 1 papelerero
- Oficina para Comité ejecutivo, 3.00 m x 4,50 m
 - 2 escritorios idem anteriores con tres sillas cada uno
 - 1 mueble de guardar.
 - 1 perchero.
 - 1 papelerero
- Sala de reuniones para comité Ejecutivo, 7.00 m x 4,50 m
 - 1 Mesa ejecutiva con seis silloncitos y 4 sillas de arrime.
 - 1 perchero
 - 2 ceniceros
 - 1 papelerero
- Sala de encuentro de negocios para expositores y club del expositor, 7.00 m x 7.00 m
 - 6 mesas redondas
 - 18 sillas
 - 1 plantero
 - 1 perchero
 - 1 mueble de guardar
 - 1 mostrador alto – barra tipo barman con tres banquetas
- Sala de prensa para periodistas acreditados, 7.00 m x 7.00 m
 - Superficie de apoyo para instalación de computadores personales perimetralmente a la pared.

Tapa en melamina blanca
Estructura en aluminio anodizado según sistema de la empresa oferente.

8 sillas

3 mesas redondas con dos sillas cada una

1 mueble de guardar

1 perchero

1 papelerero

4 ceniceros

- Area de acceso y acreditaciones, los mostradores realizados en sistema modular se le acompañara del siguiente mobiliario

5 sillas tipo cajera alta

6 papeleros

1 escritorio para el privado

3 sillas

1 perchero

1 mueble de guardar con llave

- Dos Salas de conferencias equipadas, 7 .00 m x 15.00 m cada una

Cada una de las salas de Conferencias serán equipadas con
1 tarima elevada 0,30 cm de 2.00 m x 4.00 m de frente

Superficie de apoyo para oradores 0.70 m por 2.50 m de largo

Silloncitos para conferencistas 4

Pedestal para alojar equipo de audio y video de h 1.60 m con tres divisiones para consola audio y video

Mesa para retroproyector o cañon

60 sillas para asitentes a conferencias

- Sala de estar para visitantes jerárquicos 7.00 m x 7.00 m

1 juego de sillones de estar

1 mesa ratona

1 plantero

1 perchero

1 mueble de guardar

1 mostrador alto – barra tipo barman con tres banquetas cortinado perimetral

1 Escritorio

3 Sillas

ENERGIA ELECTRICA DEL PABELLÓN

Redes de alimentación de energía eléctrica:

Será provista por la empresa que tiene adjudicada la concesión en el Predio la Rural S.A. (TRANSOCONSULT S.A) quien cotizará la provisión desde los distintos puntos de acometida dentro del pabellón .

.En el pabellón se instalarán a resguardo distintos tableros de acometida según la diagramación de la muestra. Estarán ubicados en un lugar de fácil acceso del personal de mantenimiento, lejos del público y contará con las llaves termomagnéticas tipo DIN capaces de absorber la demanda de energía del sistema eléctrico total y en relación con los circuitos que se armen. La cantidad de circuitos responderá al código de edificación local y las normas nacionales, cuya habilitación debe ser aprobada por la empresa proveedora de la energía .

A efectos de asegurar una buena iluminación y un servicio de carga que sea concordante con los equipos varios instalados se sugiere un mínimo de 500 kva a 600 Kwats.

ILUMINACIÓN DE STANDS

Iluminación Sectorial de Islas cada uno de los Stand:

Cada 4 stands y/o 36 m² de áreas de exposición, se instalarán tableros secundarios provistos de un disyuntor y llaves termomagnéticas tipo DIN. de 25 o 30 Amperes cada uno. Cada tablero sectorial deberá ubicarse en un lugar de fácil acceso al personal de mantenimiento y alejado en lo posible del acceso del público. Preferentemente dentro de los depósitos que se encuentran en el corazón de cada isla.

.Las líneas de alimentación estarán acompañadas en toda su extensión por un alambre de cobre desnudo de 4 mm mínimo, **para la puesta a tierra que dispone el pabellón**. Es responsabilidad de la empresa, instalar todo el sistema eléctrico con las máximas exigencias en cuanto a normas de seguridad.

Queda a cargo de las empresas oferentes el cálculo de las secciones de cableado en general, tableros correspondientes y de las características de las jabalinas para la puesta a tierra, que deberán ajustarse a las normas de calidad vigentes.

En el tema **Sistema Eléctrico** en general, la empresa adjudicataria deberá cumplir con lo solicitado en este Pliego, y las normas vigentes ya señaladas, armonizando los dos requerimientos para dar una respuesta adecuada y eficiente en cada caso.

.Al momento de la propuesta las empresas confeccionarán el plano de acuerdo a normas vigentes según se determinan en el reglamento de la Febat

Nota: Sobre todos los aspectos considerados en el sistema de iluminación de energía eléctrica, se aceptan propuestas alternativas de las firmas oferentes.

Iluminación de stands de Expositores:

Spots articulado con lámpara reflectora de 150 Wats cada 3 m. cuadrados de superficie de stand. 450 Wts por cada stand

El sistema por cada stand, estará armado con la flexibilidad suficiente como para iluminar sectores de panelería y áreas centrales.

Por cada stand, se proveerá un toma corriente tipo "zapatilla", el que permitirá la conexión de artefactos en forma simultánea, armado de manera tal de utilizar 2 patas o 3 patas con puesta a tierra.

El cableado deberá responder a las normas IRAM ser de primera calidad sin cortes que permitan inducción en la estructura de aluminio
Todos los artefactos serán colocados del lado interior de los stand

Los spots serán de primera calidad standarizados no permitiendose varios modelos en un mismo stands o módulo.

Iluminación área Institucional STyD:

En esta área los spots podrán ser colocados sobre la parte superior de los paneles y también podrán ser distribuidos logrando uniformidad de luminosidad colocándolos en el reticulado del cielorraso.

Los artefactos y sus lámparas deberán guardar un cierto criterio de diseño y buen gusto en estas áreas institucionales.

Una Variante podrá ser la colocación de lámparas dicroicas co sus respectivos spots

Otra variante es la instalación de spots con lámparas de 100 o de 150 Wats por panel perimetral

Cada uno de estos sectores funcionales deberá disponer de llave de corte general para la iluminación general.

Los tomacorrientes se instalaran para que tengan permanentemente energía eléctrica

El sistema de instalación eléctrico deberá estar armado de manera de proveer un nivel lumínico parejo en todo éste sector, teniendo en cuenta la existencia de distintos puntos de interés, como el sector de exhibición y venta de publicaciones, atención de público, áreas de oficinas, área de conferencias, salones especiales, etc.

Las estereo estructuras a modo de cielorraso sobre las distintas áreas funcionales alojarán en sus nudos los artefactos lumínicos

Las gráficas institucionales con los isotipos o logotipos formales ,se le colocarán reflectores puntuales tipo Concentra R63 Belcolor de 40 Wats con filtros de color a determinar por la dirección técnica.

Tomacorrientes: Se proveerá un toma corriente tipo "zapatilla", el que permitirá la conexión de artefactos en forma simultánea, armado de manera tal de utilizar 2 patas o 3 patas con puesta a tierra.

La cantidad uno por cada escritorio está determinada por la cantidad de puestos operativos de trabajo se dispongan (estimativo de 25) . Deben instalarse sobre los paneles perimetrales, y dos para las computadoras tipo toma múltiple ("zapatilla" c/interruptor).

Las llaves interruptoras, se colocarán todas juntas por sectores en lugares no accesibles al público, un sitio oculto pero que pueda gobernarse

todo el sistema desde una sola localización. Deberán estar debidamente identificadas para su fácil manejo.

Centro de Acceso y control :

En el Centro de acreditaciones y Acceso serán instaladas cinco máquinas para el control y acreditaciones con necesidades similares para las cinco máquinas de alta tecnología tipo Pentium y/o Macintosh, scanners, impresora, equipo fotográfico digital, etc.. Para tal equipamiento se requieren cinco zapattllas múltiples e idéntica iluminación que la descripta para en área Internet.

Debe cuidarse no dirigir luces sobre el sector de las PC para que no se generen áreas de sombras.

Salón Conferencia :

Se iluminará la panelería perimetral con artefactos del tipo spots de 150 Wats por cada panel. Del mismo modo se iluminará desde la grilla a colocar sobre la tarima del orador.

En dicho sector se implementará una toma múltiple, otras dos en concordancia con el mueble que portará los siguientes equipos: un proyector digital de 2000 lúmenes-ansi, una computadora y/o un decodificador, una vídeo VHS y un sistema de sonido . Se recuerda que la capacidad estimada para este recinto alcanza las 60 a 70 localidades.

Escenario de espectáculo

El escenario se iluminará convenientemente con luminotecnica y estructura de soporte especial de teatro . También debe reforzarse dicha iluminación con la instalación desde el fondo de 16 reflectores tipo "par mil" y 12 Par 56 montados en barra a dimmers, y deben atenderse las necesidades de energía para un equipo de filmación .

Así también, la iluminación montada en la grilla, y laterales del escenario será atendida en forma individual.

El sistema debe ser atendido por personal especializado y adecuarse a las solicitudes que disponga cada artista , siempre en el marco de las disponibilidades concursadas.

Tomando como base estos requerimientos, las empresas podrán proponer la iluminación que consideren apropiada, acentuando en el tema a efectos de aportar un gran movimiento de luz y color que los distintos shows necesiten.

Sectores de información gráfica:

Se iluminarán los paneles con gráfica y algunos sueltos según lo estime la Dirección técnica de Obra, con spots de 150 Watts. En tanto los paneles que contengan "fotos tipo gigantografías" se iluminarán con artefactos del tipo Par 56 cortos y largos que deberá proveer el oferente. Paralelamente las mesas de trabajo contarán con similar acentuación.

Mantenimiento del sistema eléctrico: Para asegurar el buen funcionamiento del sistema eléctrico, la adjudicataria deberá contar durante todo el período de la exposición, incluyendo el horario de funcionamiento de la misma, con personal de guardia y con el equipo de trabajo necesario para realizar el mantenimiento del sistema.

SONIDO, AUDIO Y VIDEO

Audio y Vídeo.

Se solicita que los oferentes realicen cotización de los siguientes equipos:

- a) Equipo de sonido, para cassette y CD, mezclador, con micrófonos provisto de cable y pie, y parlantes a instalar en el predio. El objetivo es transmitir información al público visitante, a los expositores, mantener música ambiental durante la muestra. Se deberá prever la utilización de micrófonos y parlantes para espectáculos que se desarrollarán durante el transcurso de la muestra. El equipo de sonido será instalado en el área espectáculo cercano al escenario desde donde el operador podrá operarlo para las distintas actividades de show que se realicen en el escenario.
- b) Cotizar para el área **internet** (*Centro de acceso VIVI. LAS PAMPAS*) la instalación en calidad de alquiler de un "monitor panel" (front TV), conocido en el mercado nacional como "TV-Retroproyector" de 71", multinorma, de alta definición, con resolución de hasta 1024 x 768 y 16,7 millones de colores y la posibilidad de conectar a computadora tipo PC y/o MAC a través de decodificador.
- c) Seis (6) TV color de 20", distribuidos en el interior del área de prensa y sala de conferencia, conectados a equipo videocasetera multinorma la que se ubicará en un área especial para sonido.

Para las Salas de conferencias el oferente debe contemplar la provisión de los siguientes equipos: Dos equipos proyector digital de

2000 lúmenes-ansi, dos pantallas, dos vídeo caseteras VHS. dos equipo de amplificación, estos deberán constar de grabadora, compactera CD, mezclador de micrófonos, seis micrófonos y pie y baffles de alta performance tipo JBL que aseguren calidad de audio para una audiencia de hasta 100 personas en cada una de las salas

- d) Un retroproyector de filminas.
Un proyector de diapositivas.

Provisión de pantalla gigante sobre unos de los laterales del pabellón enfrentando la entrada al mismo donde se pasaran distintos videos y

proyecciones de las distintas regiones y recursos turísticos con que cuenta la provincia.

AUDIO:

Equipo para área de espectáculo fijo compuesto por consola de sonido, micrófonos con pie de apoyo, 4 o 6 bafles con características técnicas de avanzada para espectáculos.

Dos equipos de audio para salas de conferencias con sus respectivos micrófonos (2)

Equipo busca personas y música funcional

En todos los casos se deberá tener en cuenta al operador y al personal de mantenimiento

La empresa oferente deberá tener en cuenta que para disponer la pantalla en altura y otros elementos deberá proveer de auto elevador para todo el período de la toma del predio (1 semana)

ILUMINACIÓN ESPECIAL DEL PABELLON

Iluminación especial:

Sobre el conjunto de Banners, tanto interiores como exteriores, se aplicará una iluminación especial, tipo par 64 y par 56 (alrededor de 50 equipos), paralelamente se instalarán equipos tipo DIMMER para su control.

- 5 Citycolor .Lograr con este aparato un sistema de luz cenital por sobre los stands haciendo con su movimiento un sector aéreo dinámico y con movimiento

Instalación de par de mil sobre las pancartas con gráficas alusivas al turismo.
La potencia máxima a utilizar para la decoración esta en el orden de 120 kva.

El oferente podrá realizar su propio proyecto componiendo la idea de la dirección técnica.

Se deberá disponer de personal de mantenimiento para el período de la muestra.
El oferente deberá proveer un equipo auto elevador para la instalación de los equipos lumínicos y su respectivo mantenimiento y desarme.

ALFOMBRAMIENTO

El oferente deberá cotizar piso alfombra en colores rojo – azul – gris
El color rojo se dispondrá en los pasillos
El color azul se dispondrá en el área de acceso y el sector de stands
Gris en las áreas de gastronomía y área de espectáculos

La superficie del pabellón es de 8000 m²
La dirección técnica dará al oferente las medidas por cada uno de los colores
El tipo de alfombra es piso alfombra tipo saint tropez o similar
La provisión será en rollo cerrado nuevo de 2 m de ancho x 50 m de largo.
La cotización se deberá realizar por metro cuadrado colocada en obra

Se deberá presentar a la dirección técnica muestrario de colores y alternativas

COLOCACIÓN

Se cotizará por metro cuadrado la colocación de 8000 m² en el Pabellón verde del predio La Rural.
La colocación se deberá realizar sobre cinta de doble contacto del tipo 3 M o similar

GRAFICA Y SEÑALETICA

MARQUESINA DE ACCESO

Entrada de la Av. Sarmiento superficie 5 m de altura por 12 de ancho

1. Se proveerá lona del tipo Lg de 14 onzas Impresa en sistema Scotchprint, nivel fotográfico con garantía. Tintas del tipo Uv.

El sistema de montaje será con tornillos autoperforantes a la estructura resistente La oferta deberá ser cotizada por metro cuadrado puesta en el lugar y colocada.

2. Banner - Pancarta en área de acceso al Pabellón verde

Medida : 5,50 x 3 mts medida óptica

Deberá contar con plano de ubicación de los stands con sus respectivos números y empresas participantes

Esta deberá contar el mismo diseño de la portada (item 1) la lona a utilizar será del tipo Lg de 14 onzas, front, impreso en sistema Scotchprint de 3M, deberá incluirse la solapa superior e inferior con un caño pasante y elementos para tensar en la parte superior.

Se deberá cotizar por metro cuadrado

- 3.. Banners internos

Medida: 1,50 m x 5,00 m medida óptica

Deberán ser realizados en lona frontlight del tipo Lg de 14 onzas en sistema Scotchprint 3M nivel fotográfico en Simple Faz se deberá incluir la solapa superior e inferior con el caño pasante y elementos para tensar en la parte superior

Se deberá cotizar por unidad

Se deberá proveer personal para la instalación

- 4.- Ploteado

Se deberá cotizar ploteado de corte a un color color a elección dentro de los clandrados para superficies planas colores de cartilla marca Palópolli o Patterns,

El vinilo deberá ser del tipo autoadhesivo

Se deberá incluir personal para el montaje

}

ACREDITACIONES

Se deberá cotizar el servicio de acreditación para la Feria Buenos Aires Turismo

Se deberá estimar una acreditación aproximada de 5000 personas
Se prevé una entrada uniforme de los concurrentes.

Acciones de Pre acreditación

Se deberá realizar una pre acreditación de personal , expositores, profesionales.

Se deberá cotizar un sistema de acreditación informatizada

Se proveerá del Software y los equipos correspondientes para 5 estaciones de carga de datos las cuales deberán ser organizadas en red + HUB + UPS y su correspondiente backup

Se proveerá de una impresora de código de barras

Se proveerá de etiquetas (5000) para impresión de stickers tamaño 64 x 32 aproximadamente, donde se deberá incluir los datos de la empresa, nombre y apellido cargo.

Se proveerá los operadores y técnicos para el montaje de los equipos

Se proveerá de lector óptico para chequeo de datos de los asistentes a la muestra.

Personal a cotizar será

5 data entry

1 recepcionista para el armado , etiquetado de credenciales, entrega de Credenciales y chequeo con el control óptico

Técnico de red

Supervisor general

El personal estará uniformado con pollera color azul o similar, blazer azul con cuello mao y camisa blanca.

El personal afectado a esta tarea dependerá laboralmente a la empresa oferente
La cotización deberá realizarse por el total de estos servicios

Stand SECRETARIA DE TURISMO Y DEPORTE en Febat 2005

Del 14 al 16 de octubre de 2005

Predio La rural

Pabellón amarillo

Superficie del stand 144 m²

Piso

Sobre una superficie de 144 M² se construirán tarimas de 0.10 m, 0.20 m y 0.30 m de altura según diseño. Las tarimas se realizarán con estructura de caño o madera según corresponda y serán forradas con fibrofacil (MDF) de 18 mm de espesor copiando las formas descritas en el diseño. Posteriormente el entarimado será forrado con (MDF) con laminado melamínico en color blanco los bordes serán pintados con pintura satinada de primera calidad en color blanco.

Muebles Especiales

Conforme al diseño se procederá a realizar en madera tipo fibrofacil los módulos para los lugares de observación (2) dos unidades, la mesa baja central (1) de 1.20 m de diámetro y las superficies de apoyo (2) unidades de 1 m de altura x 3.00 a 3.50 de largo, siguiendo la curva de un círculo de 5.00 m de diámetro. Todos estos módulos serán en color blanco revestido en melamina blanca o pintados con pintura satinada de primera calidad. Para el caso de los asientos de los lugares de observación se proveerán almohadones o cojines según diseño tapizados en color blanco con una gomaespuma en su interior de 0,10 cm de espesor.

Otros Muebles

Se deberá proveer mesas de reuniones de 1.20 m de diámetro (3) unidades con base de caño cromado preferentemente. Para todos los casos se prevén tapas de doble espesor realizadas en fibrofacil revestido con melamina blanca. El color a utilizar es el blanco.

Se proveerá sillas modelo Delta (12) unidades con base de cromo y asiento y apoyabrazos en capellada doble de cuero color blanco. Otros modelos de sillas para las mesas de reuniones serán evaluados entre el contratista y el director técnico del stand.

Para los sectores de observación y alrededor de la mesa central se proveerán sillones cuadrados y rectangulares tipo puff para cubrir aproximadamente unos 16.80 m lineales. Alrededor de la mesa redonda central Irán ubicados sillones tipo puff curvas en octavos de circunferencia (8) unidades en color blanco.

También se distribuirán en el stand sillones tipo puff cuadrados de 0.50 x 0.50 m, se estiman (8) unidades para los sectores de visualización de imágenes.

Para las superficies de apoyo se prevén (3) taburetes base cromo y asiento color blanco modelo "z" o similar

Audiovisuales

Se proveerán (12) doce pantallas plasma de 42" las cuales irán fijadas a una estructura de caño según plano que proveerá el director técnico del stand. La estructura de soporte de las pantallas irá colocada en los lugares que disponga el director técnico del stand. Esta estructura de soporte será un arco en caño no menor de 2 " autoportante (No reticulada) donde las pantallas se fijaran en grupos de a tres de frente y espalda direccionándose las imágenes hacia dos espacios diferentes. Esta estructura será fijada abulonada al piso. Las cantidades de pantallas a instalar se definirán según disponibilidad al momento de la contratación.

Se deberá proveer video casetera y DVD Todo deberá ser instalado y disponer de un operador durante el período de la exposición.

Grafica

Se producirán 4 imágenes de alta definición cuyas medidas aproximadas serán 3.50 m x 12.60 m. Estas imágenes irán montadas en un bastidor metálico. Para la elevación y sujeción de los bastidores con imágenes se prevé la instalación de cuatro vigas Prolite formando un cuadrado el que a su vez irá colgado del techo mediante cadenas y aparejos. Esta estructura servirá también para la instalación del sistema de iluminación del stand. Todo el montaje deberá estar sujeto a la aprobación de los técnicos de seguridad que dispone el Predio La Rural.

Iluminación

La iluminación será de dos maneras una interna desde el interior de la Gran Pantalla y la otra desde afuera hacia las gráficas donde se colocarán spots del tipo HQI 400 watts mínimo.

En la parte interior de la pantalla desde la parrilla superior se deberá proveer la instalación de 32 proyectores PAR 64 de 1000 watts con gelatina de colores varios a definir.

Se deberá disponer del personal de mantenimiento para el período de la muestra.

Se deberá proveer de dos (2) proyectores tipo Gobos u otro tipo de equipos para mejorar la imagen y las atracciones del stand.

Ornamentación General

Con planteros en cemento con plantas salvajes (paja, brava, juncos, penachos, varas de mimbre etc). Se deberá prever el personal de mantenimiento durante el período de la muestra.

Todos los elementos a ser provisto por el o los proveedores deberán ser de primera calidad y en perfecto estado de uso. Los mismos serán evaluados por la dirección técnica del stand.

PROVEEDORES
PROVEEDORES

ACTIVIDADES A SER COTIZADAS

- A) INFRAESTRUCTURA**
- B) SERVICIOS**
- C) PERSONAL**
- D) OTROS**

A) INFRAESTRUCTURA

- PANELERIA GENERAL
- OFICINA PRIVADA
- PRIVADOS. OFICINA TÉCNICA, PRENSA, INTENDENCIA.
- AUDITORIO
- SALON VIP
- ALFOMBRAMIENTO
- INSTALACIÓN ELECTRICA E ILUMINACIÓN
- SEÑALIZACIÓN INTERNA
- SEÑALIZACION EXTERNA – ESTRUCTURA DE CARTELES
- CERRAMIENTOS
- PLANTAS DECORATIVAS
- DECORACIONES ESPECIALES
- ILUMINACIÓN DECORATIVA DEL PREDIO
- ARMADO DEL ACCESO A LA MUESTRA
- ARMADO DE CONTROL DE ACCESO Y AREA DE ACREDITACIONES.
- AREA DE NEGOCIOS, CLUB DEL EXPOSITOR.
- ARMADO DE AREA ESPECTÁCULO. ESCENARIO, CAMARINES, DEPOSITO.
- ARMADO Y DECORACIÓN DE ÁREA STAND INSTITUCIONAL
- MOBILIARIO PARA OFICINAS, INFORMES, AUDITORIO

B) SERVICIOS

- ALQUILER DEL PREDIO
- VIGILANCIA
- LIMPIEZA
- CONTROL DE ACCESO – BOLETERIA
- SONIDO GENERAL .
- SONIDO PARA EL ESCENARIO
- SERVICIO MEDICO
- TELEFONOS
- PROVISIÓN DE ENERGIA ELECTRICA
- EQUIPAMIENTO INFORMATICO
- FOTOGRAFIA , VIDEOS
- EQUIPOS DE PROYECCIÓN
- PREMIOS
- SEGUROS
- IMPRESIONES:
CREDENCIALES, INVITACIONES, ENTRADAS,
DIPLOMAS DE PARTICIPACION

- DISEÑO GRAFICO DE IMPRESIONES A REALIZAR
- CATALOGO DE LA MUESTRA.
- ELEMENTOS ADICIONALES
- INAUGURACIÓN – CÓCTEL
- CÓCTEL PARA EL CIERRE DE LA MUESTRA

C) PERSONAL

- DIRECCIÓN TÉCNICA
- INTENDENTE
- AUXILIARES – DE INTENDENCIA,
- AUXILIARES DE AUDITORIO,
- AUXILIARES DE INFORMES,
- AYUDANTES, MENSAJEROS
- PERSONAL DE ACREDITACIONES
- AUXILIARES DE ACREDITACIONES
- RELACIONES PUBLICAS Y ATENCIÓN DE EXPOSITORES

D) OTROS

- COMISIONES POR VENTAS DE ESPACIOS
- HONORARIOS PROFESIONALES DE PROYECTO Y DIRECCIÓN
- IMPUESTOS
- IMPREVISTOS
- OTROS

LISTADO DE PROVEEDORES PARA FEBAT 2005

- **ALQUILER DEL PREDIO**

La Rural S.A

Rafael Eduardo Goilemberg - Helena Zimmermann
T.E: 4777 5530

- **SEGURIDAD Y VIGILANCIA**

Hawk Security S.R.L.

Juán Carlos Rodríguez
T.E. 46394198 –
Oficina En Rural T.E. 47775593

- **LIMPIEZA**

Compañía Pulire

Sr. Isidoro hecht
Sra. Yoli
T.E. 4776 6999

- **ENERGIA ELECTRICA**

Trafoconsult S.R.L.

Ing Miguel Fragola
Ing. José Bruno
T.E. 4836 2785

- **TELEFONIA -INTERNET**

Telefonia Vazquez SRL

Sr. Jorge Vázquez
T.E. Oficina de Rural 4777 5902

- **GRUAS Y ELEVADORES**

Grúas Par

Antonio Palmieri
T.E.4661 8454
Celular 15 4 058 6285

Celtrix
Isidoro Hetch
T.E. 4733 3341

- **ACREDITACIONES**

Torres Rec
Mirta Torres
T.E. 4585 6690

- **CONTROL DE ACCESO Y BOLETERIAS**

ORNAMENTACIÓN CON PLANTAS NATURALES

Vivero Naturalia
Nora de Zoccoli
T:E: 4772 0896

- **SEGUROS**

Provincia Seguros

- **CARTELERIA EXTERNA**

Omnigraphics
Sra Monserrat Camping
T.E. 4304 5444

- **PUBLICIDAD Y DIFUSIÓN**

Secretaria General área de Prensa y difusión
Secretaria de Turismo y deporte

- **SONIDO ILUMINACIÓN ESPECIAL**

Miguel Buezas
Sr. Miguel Buezas
T.E. 4554 7743

- **EMERGENCIAS MEDICAS**

Master Red

- **IMPRESA Y CATALOGO**

STYD

- **INFRAESTRUCTURA GENERAL**

I+D SYSTEM

Gustavo Martinez
0351 4 700 888

Multiblock S.A. By B Equipamientos

Pablo Bravi
4738 9217

- **STANDS INSTITUCIONAL**

Anselmi Industrias Publicitarias

Lic. Carlos Anselmi
T.E. 4855.4683

- **PERSONAL - AZAFATAS Y RECEPCIONISTAS**

Grupo Lingo

Sr. Jorge Ruiz
T.E. 15 5308 1419

- **SEÑALETICA Y GRAFICA INTERIOR**

Fe publicidad

Marcelo Martinez
4769 8925
4739 1467

ANALISIS FINAL
ANALISIS FINAL

ANÁLISIS DE FEBAT 2005

Durante el transcurso de la FERIA BUENOS AIRES TURISMO del 14 al 16 de Octubre a un grupo de los Visitantes que concurrieron como visitantes al evento se les realizaron una serie de preguntas comenzando de esta manera una sistemática operación de Cálculo de

IS = Índices de Satisfacción.

Todos los esfuerzos en la Organización de Febat estuvieron dirigidos a la Satisfacción no solo de los Visitantes, sino también de los Expositores que concurrieron exhibiendo en sus stands distintos destino turísticos .

En consecuencia ambos visitantes y expositores son los únicos habilitados, para expresar como se vieron colmadas sus expectativas, con las cuales concurrieron a la Feria Buenos Aires Turismo (Febat).

El presente es un detalle del informe final del Éxito alcanzado por Febat 2005, hecho que nos permitimos adelantar basado en tres indicadores básicos de Indices de Satisfacción

El **60,0 %** de los **216** profesionales asistentes a la feria, contactados como evaluadores, declararon que estaban satisfechos con Febat 2005, pero aún más, el **28%** expresó que se habían superado sus expectativas previas a la concurrencia por los antecedentes del año anterior.

El **68%** de **350** personas de Público en General asistente a la feria, declararon que Febat 2005 satisfizo sus expectativas pero **49,0%** expresó que se habían superado sus expectativas.

Prácticamente el **100%** de los Expositores contactados declararon que participan por ser una vidriera en Capital de poder mostrar sus destinos y que retornarían el año próximo a una nueva versión Febat, constituyendo este Indicador al mejor y más valedera demostración del éxito, con este segmento de visitantes y expositores.

ORGANIZACION DE LA INFORMACION DEL INFORME FINAL

El presente documento contiene tres tipos de información diferente:

a) Información sobre la satisfacción de los visitantes de Febat 2005, que está dividida en

- a.1)** Información sobre la Opinión de los Profesionales de la Actividad Turística
- a.2)** Información sobre la Opinión del público general asistente a Febat 2005.

- b) Información de los Expositores con su satisfacción y opiniones sobre Febat 2005, cuales son sus fortalezas para conservar y la oportunidades de mejora.
- c) Información sobre los Profesionales y del Público en General, sobre aspectos externos a la Feria y referentes a la características de su operatoria comercial para los primeros y al conocimiento de los destinos turísticos de la provincia de Buenos Aires.

La información se refiere a los puntos más salientes de los diferentes destinos turísticos, satisfacción alcanzada con los mismos y características del grupo familiar, que pasó sus vacaciones en la provincia de Buenos Aires.

PARTE a.1 . INFORME SOBRE LA OPINION DE LOS PROFESIONALES , OPERADORES TURÍSTICOS Y AGENTES DE VIAJES ASISTENTES A LA FEBAT 2005

Fueron contactados 216 profesionales durante los 3 días de Feria , la mayoría de ellos el día viernes 14 de Octubre, destinado a su exclusiva presencia en Febat 2005.

El día viernes, solo los Profesionales de la Actividad turística fueron invitados a participar de la evaluación sobre una escala, cuya característica principal es tener cinco puntos, asignando el valor cero al concepto sobre Febat:

SATISFIZO LAS EXPECTATIVAS DEL RESPONDENTE

En primer lugar observemos el perfil de los profesionales que evaluaron. puede apreciarse a que actividades clásicas de turismo se dedican los opinantes:

ACTIVIDAD TURÍSTICA DESARROLLADA POR LOS PROFESIONALES ASISTENTES A FEBAT 2005

Base: 216 profesionales asistentes lo tres días de la FEBAT 2005

- 6% Marketing / Consultoria
- 3% Gastronomía
- 8% Agencias de Turismo
- 3% Transporte
- 10% Periodismo / Difusión
- 11% Paquetes Turísticos propios
- 12% Alojamiento y/o Hotelería
- 16% Operadores Turísticos
- 30% Agentes de Viajes

Puede observarse que son amplia mayoría, los Agentes de Viajes con el **30%**, seguidos por los Operadores Turísticos con el **16%**