O/A.3
M 11

46 068

INFORME FINAL
FERIA BUENOS AIRES TURISMO 2005

INFORME FINAL
FERIA BUENOS AIRES TURISMO 2005

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
BIBLIOTECA
Dr. Martín Rodríguez
Belgrano

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 FERIAL "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

Dia 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
Cruceros
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 identificatorio,
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 de 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 podràn presentar los organismos expositores, harà 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 sectorizaciòn 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 " Pabellòn 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 evoluciòn 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 de 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 làmparas 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 eneríia	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 ultimas 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 dispondrà del 40 % de la superficie de la muestra
La participación de estos destinos en la muestra brindarà al los profesionales del sector y al publico participante en general la realidad y la comprensiòn 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/ Aèreo, Marítimo, terrestre
Empresas de servicios/ tecnología / soluciones especializadas / Proveedores del sector
Organismos oficiales/asociaciónes – 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 DEPORTESDE 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 estadisticos, 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 ultimas 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 dispondrà del 40 % de la superficie de la muestra

La participación de estos destinos en la muestra brindarà al los profesionales del sector y al publico participante en general la realidad y la comprensiòn 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/ Aèreo, Marítimo, terrestre
Empresas de servicios/ tecnología / soluciones especializadas / Proveedores del sector
Organismos oficiales/asociaciónes – 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 l 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 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 PÀRA 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.

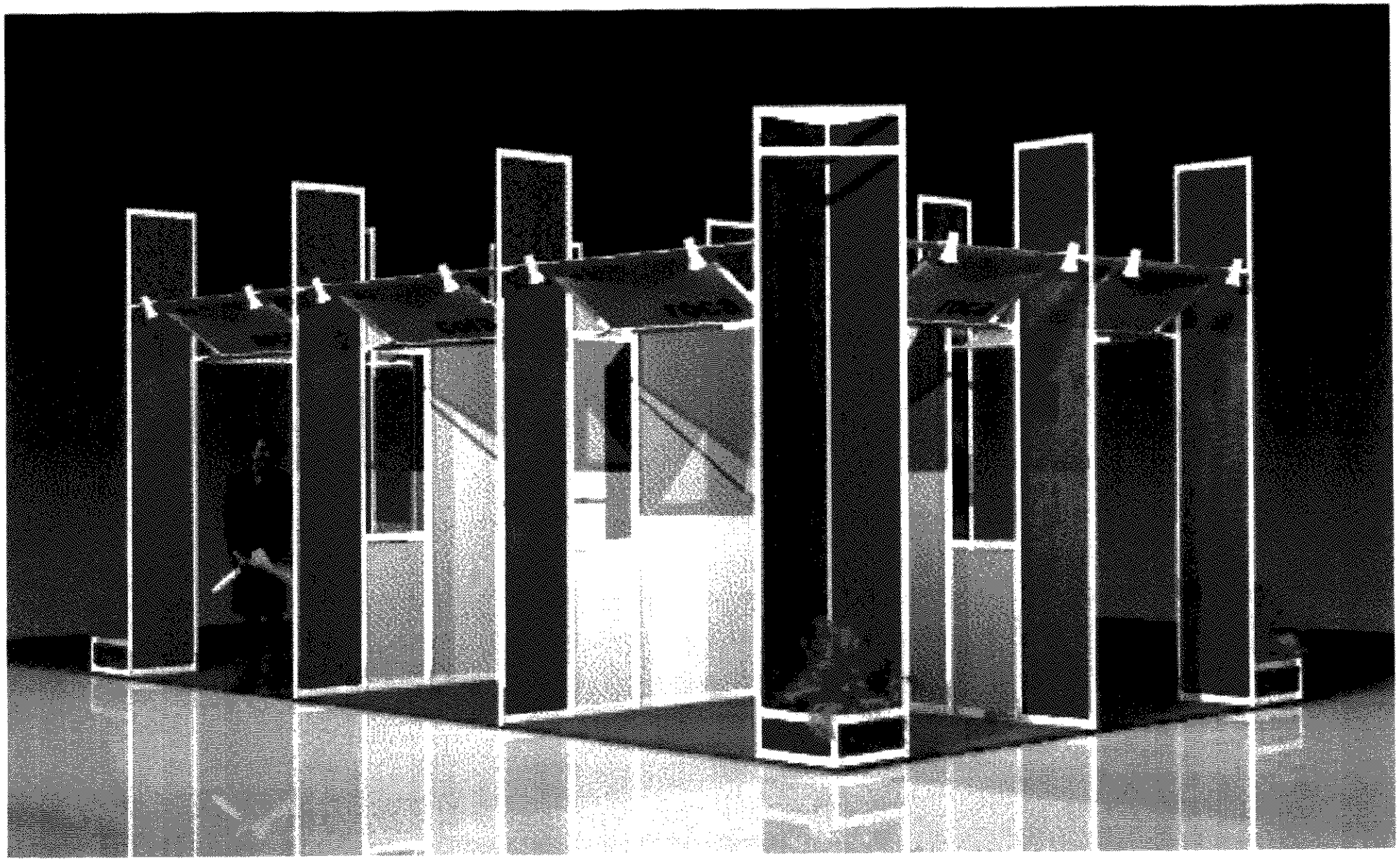
MES DE OCTUBRE

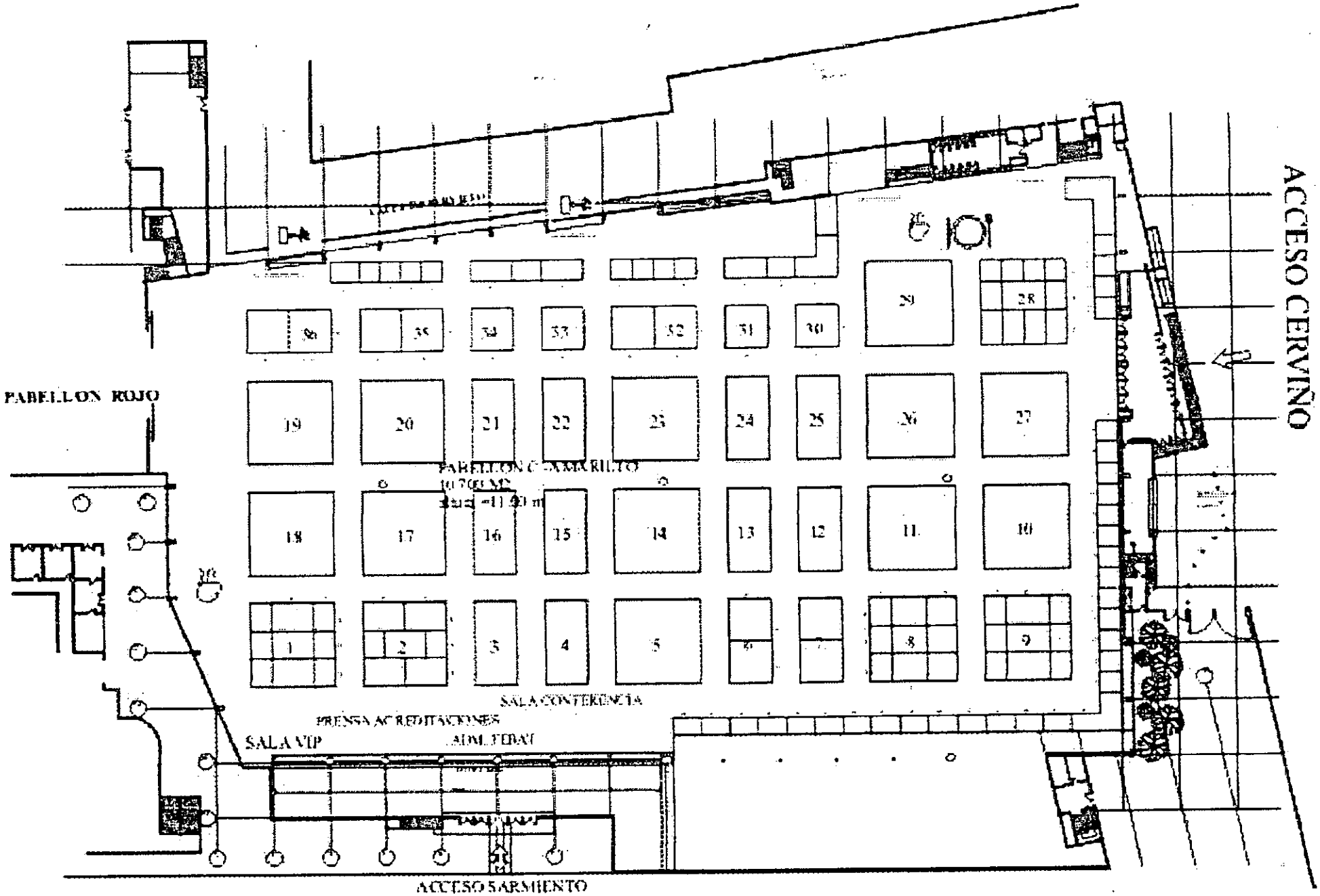
- SE DEFINE EL PLANO DEFINITIVO
- SE CIERRA CON LA EMPRESA ARMADORA DEL EVENTO LOS TRABAJOS A REALIZAR.
- ENVIO DE INVITACIONES INSTITUCIONALES
- ENVIO DE INVITACIONES PERSONALIZADAS – PROTOCOLO DE PROVINCIA BS. AS.
- REALIZAR EL 3 ER PAGO DEL ALQUILER DEL ESPACIO.
- ARMADO DE LA MUESTRA. (10 AL 13 DE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

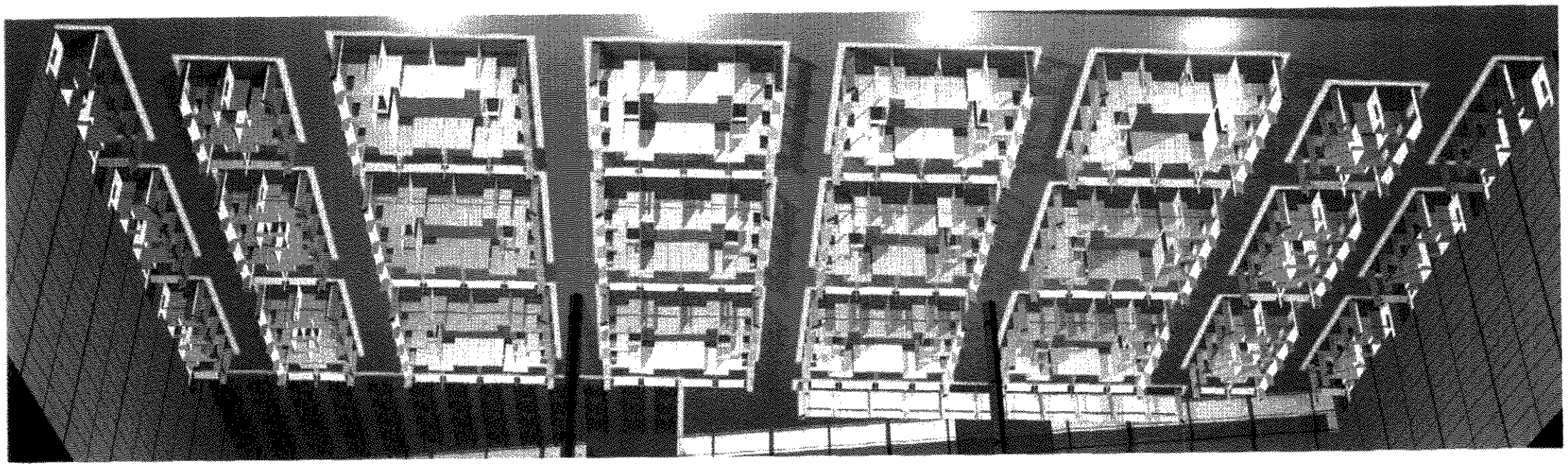
POST FERIA – EVALUACIÓN.

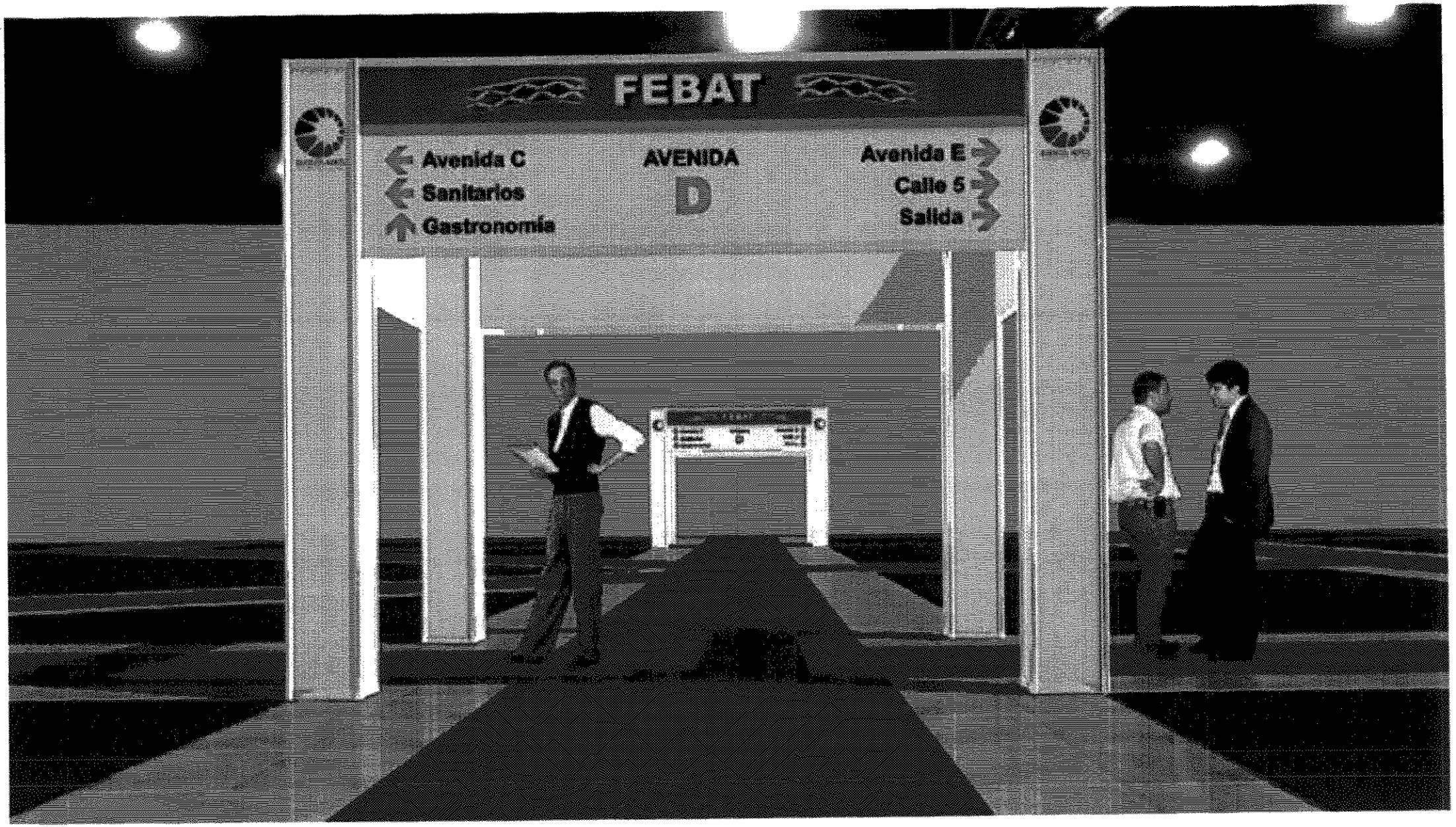
ARQ. ANTONIO MAZZA

PROYECTO
PROYECTO




ACCESO CERVIÑO
PABELLON ROJO
PABELLON C AMARILLO
SALA CONFERENCIA
PRENSA ACREDITACIONES
SALA VIP
ADMINISTRAC
ACCESO SARMIENTO




FEBAT
Avenida C
Sanitarios
Gastronomía
AVENIDA
D
Avenida E
Calle 5
Salida

FEBAT
Avenida C
Sanitarios
Gastronomía
AVENIDA
D
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 preveerse 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 silmilar .

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 Escrtorios de 0.70 m x 1.10 m con tres sillas cada uno
  1 mueble de guardar
  1 perchero
  1 papelero
- 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 papelero
- 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 papelero
- 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 papelero
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 deguardar
  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 kwa 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 tambien 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 zapatllas 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 luminotecnia 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 trasmitir información al público visitante, a los expositores, mantener música ambiental durante la muestra.
Se deberá preveer 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 videocassettera 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 preveer 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 dinamico 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 órden de 120 kwa.

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 preveer un equipo auto elevador para lainstalación 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 silmilar

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 Scothprint, 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 Scothprint 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 Scothprint 3M nivel fotográfico en Simple Faz se deberá incluir la solapa superior e inferior con el caño pasante y elementos para tensaren lña parte superior
   Se deberá cotizar por unidad

Se deberá preveer 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 sitema de acreditación informatizada
Se proveerá del Sofware 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 preverá 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
Supeficie 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 descriptas 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 iran fijadas a una estructura de caño según plano que proveerá el director técnico del stand. La estructura de soporte de las pantallas ira 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 difirentes . 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 un cuadrado el que a su vez ira 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 mantenimieto 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

- **ACREDITACIONES**

Celtrix
Isidoro Hetch
T.E. 4733 3341

- **CONTROL DE ACCESO Y BOLETERIAS**

Torres Rec
Mirta Torres
T.E. 4585 6690

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

- **IMPRENTA 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 visintantes 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 retomarían 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 dias de la FEBAT 2005

6% Marketing / Consultoria
3% Gastronomia
8% Agenias de Turismo
3% Transporte
10% Periodismo / Difusión
11% Paquetes Turísticos propios
12% Alojamiento y/o Hotelería
16% Operadores Turisticos
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%**

Tienen peso otras tres actividades de los profesionales. Entre los evaluadores de Febat 2005, el **12%** se dedicaba al Alojamiento/ Hotelería, el **11%** a Producir Paquetes Turísticos Propios y el **10%** se dedicaba al periodismo y la difusión de materiales y temas relacionadas con el periodismo.

¿ Donde tenían localizada sus oficinas comerciales los Profesionales ?

El grueso de los Profesionales operan desde Capital Federal **59%** . El **35%** lo hace en GBA, quedando un **4%** para operadores fuera del Área Metropolitana y un **2%** eran operadores con oficinas en el exterior.

LOCALIZACIÓN DE LAS OFICINAS DE PROFESIONALES, OPERADORES TURÍSTICOS Y AGENTES DE VIAJE ASISTENTES A LA FEBAT 2005

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

59% Capital Federal
35% Gran Buenos Aires (provincia)
2% Otros Países
4% Otras Provincias

¿ Cómo llegaron estos operadores a Febat 2005?
¿UD. COMO PROFESIONAL, OPERADOR TURÍSTICO O AGENTE DE VIAJE HA SIDO INVITADO A LA FEBAT 2005?

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

47% Si
53% No

Un 47% fue invitado especialmente, en particular el propio día viernes. Los expositores apreciaron esta separación de públicos, declarándose este tema como una de las razones de la satisfacción general con la Feria.
Esta práctica es recomendable para las futuras versiones de Febat y debe interpretarse como una de sus fortalezas.
Es interesante conocer como los profesionales que no fueron invitados y que son mayoría con el **53%,** se enteraron de la Febat. Por el diario, como medio gráfico de comunicación se convirtió en el principal vehículo para la toma de conocimiento de Febat. Así lo declaró el **22%** de los profesionales.
El boca a boca, detrás del concepto por Terceros, se llevó el **18%** de las razones.
Internet con el **24%** como medio para la toma de conocimiento de Febat, prueba que cada vez es más importante hacer uso de todas sus posibilidades.
Revistas del sector , otro medio gráfico con el **20%,** completa el cuarteto de vías por las cuales los profesionales no invitados ESPECIALMENTE, se acercaron a Febat 2005.

¿ POR QUÉ MEDIO SE ENTERARON LOS PROFESIONALES, OPERADORES TURÍSTICOS Y AGENTES DE VIAJE QUE NO

FUERON INVITADOS ESPECIALMENTE ?

Base: 216 profesionales asistentes a FEBAT 2005

14% Otros
1% Radio
1% TV
20% Revistas del sector
24% Por internet
18% Por terceros
22% Diario

La medición de la Satisfacción de los concurrentes con las escalas cuantitativas de Harvard requieren una sencilla explicación que se realizará por única vez en este documento.
El grave problema de medir una Satisfacción radica en que ella, se encuentra depositada en la mente de los Visitantes de la Feria y no es posible medirla en forma directa, como una magnitud física cualquiera.(distancias, superficies, capacidad)
Una escala común de cinco o diez puntos, con el Valor cero en un extremo y el máximo en el otro, conlleva el vicio de que cualquiera de sus valores es naturalmente interpretado en forma diferente, por el evaluador.
Un 6 en una escala de 10 puntos, puede significar tanto una calificación aceptable como descalificante. Cada evaluador juzga y emite su juicio, según su propio patrón interno de satisfacción. ¿ Porque no seguirlo entonces? ¿.La escala de Harvard al poner el origen de la misma en el valor central y, asignarle el valor cero, hace corresponder este punto con el concepto de :

SATISFIZO MIS EXPECTATIVAS CON RESPECTO A FEBAT.2005

Un desvío hacia la derecha sobre el recorrido positivo de la escala va mostrando una decidida y clara superación de las expectativas. Por el contrario un valor sobre el recorrido negativo va incrementando el grado de insatisfacción.
En este último caso, se produce el efecto conocido como "gap" , vació o distancia, que le faltaría a la Febat para Satisfacer a los concurrentes.
Por el contrario, el " exceso " de Satisfacción debe ser analizado con prudencia, para no caer en una redundancia y costo económico innecesaria para los fines de la Feria.
El promedio del Indice de Satisfacción da ligeramente positivo **+ 0,279**., habiéndose la Febat 2005 asegurado cumplir con las expectativas levemente superior al año anterior , de este siempre exigente, segmento de Profesionales
Los otros dos Indices de Satisfacción son :

a) El porcentaje de veces que los Profesionales se declararon satisfechos con FEBAT llegó al **67,5%** y el último Indice de Satisfacción que se lee desde la tabla es que **27%** de los operadores vieron SUPERADAS SUS PROPIAS EXPECTATIVAS CON Febat 2005 .

(Sumando los porcentuales que corresponden a los valores +1 (Algo superior a mis expectativas) y +2 (Superó ampliamente mis expectativas).

SATISFACCIÓN DE LOS PROFESIONALES OPERADORES TURÍSTICOS Y AGENTES DE VIAJE CON LA FEBAT CON RESPECTO A SUS PROPIAS EXPECTATIVAS

Base: 216 profesionales asistentes lo tres días de la FEBAT

IS: INDICE DE SATISFACCIÓN
Escala de Harvard para (IS)

	Escala de Harvard para (IS)	
Muy superior a mis expectativas	2	**9.4%**
Algo superior a mis expectativas	1	**14.6%**
Satisfizo las expectativas	0	**67.5%**
Algo por debajo	-1	**7.5%**
Muy por debajo	-2	**1.0%**
	IS: Promedio +0.279	

Los expositores COMUNICAN SU OFERTA TURISTICA ATRAVES DE SUS STAND.
Para saber si realmente esto se logró, debe utilizarse durante la evaluación que realizan los CONCURRENTES una metodología en cascada, cuyo primer paso es la evaluación totalmente espontánea por parte de los evaluadores.

STAND MÁS RECORDADO POR PROFESIONALES, OPERADORES TURÍSTICOS Y AGENTES DE VIAJE ASISTENTES A LA FEBAT

Base: 216 profesionales asistentes a la FEBAT

3% Miramar
4% S A de Areco
8% Teatro Auditorio
9% Lujan
11% Tandil
13% M D Plata
13% Partido de la Costa
26% Buenos Aires (Secretaria de Turismo y Deporte)

El Stand más recordado fue Buenos Aires (STyD) con el **26%** de menciones sobre 216 opinantes.
Esta recordación parece natural , ya que este Stand está en el centro de la Feria, Con una fuerte presencia por su imponente Gráfica Institucional con una facil visualización desde cualquier parte de la Muestra, con lo cual es la primera impresión de Febat que se recibe y también la última.
En segundo lugar, fueron recordados espontáneamente los Stand de Tandil (**11%**) y de Mar del Planta con **13%** de menciones. Estos Stand también eran de grandes dimensiones con substand interiores.
El Partido de La Costa justifica su posición con **13%,** con un llamativo stand, incorporando el pasillo en su diseño permitiendo a los visitantes atravesar el stand También Luján y el Teatro Auditorio tienen una significación estadística, llegando al **9% y 8%** respectivamente.
No tuvieron menciones significativas, los stand de distintas dependencias del gobierno provincial y de las Municipalidades.
Las observaciones sobre la posición privilegiada de los Stand de la Secretaria, Partido de la Costa, Tandil, Villa Gesell. Miramar, Mar del Plata debieran aprovecharse en otras ferias que se desee intervenir, estando en competencia la provincia de Buenos Aires con otros destinos turísticos nacionales o internacionales

¿ Que opinan de la FEBAT 2005 los profesionales, operadores turísticos y agentes de viajes?

El **64%** de los profesionales manifestó que la Febat 2005 había sido Excelente, con buen diseño, orden y muy buena distribución y que Todo había resultado bien., cuando se le preguntó si existían algunos buenos aspectos a resaltar de la misma.
En el gráfico siguiente se detallan todas las declaraciones de los profesionales evaluadores.

Los profesionales, operadores turísticos y agentes de viaje asistentes a la FEBAT, juzgan a la FEBAT 2005 como:
Base: 216 profesionales asistentes a la FEBAT 2005

64% Excelente con un notable crecimiento al año anterior
22% Limpieza Buena y vigilancia
12% Buena distribución y señalización
6 % Buena organización
6% Buena atención
5% iluminación

La limpieza llamo la atención de los visitantes alcanzando un **22%** de menciones. El personal encargado de la misma pasaba permanente por el pasillo no dejando

en ningún momento acumular basura ni papeles. La bondad del sistema de limpieza se refuerza porque no tuvo menciones negativas, que balancean la calificación del servicio.
La buena distribución , señalización y ambientación con el **12%** de menciones y buena iluminación con el **5%,** son dos aspectos que atañen a un buen diseño, buena distribución del espacio y la iluminación general de Feria.

Los profesionales, operadores turísticos y agentes de vieje asistentes a la FEBAT señalan como aspectos a mejorar de la FEBAT 2004
Base: 216 profesionales asistentes a la FEBAT 2005

26% Mayor participación de empresas Turísticas
23% Mayor Publicidad y difusión
17% Falta de Información Turística y Profesionalismo en los Municipios
9% Falta información y guias dentro del recinto
3% Fallas de Organización
1% Expo Pobre

También Febat tuvo aspectos a mejorar. El principal motivo de queja fue la falta de empresas del sector turístico .
La Falta de Profesionalismo en los que atienden en los stands y de información gráfica dieron lugar a las opiniones y quejas.
Consideramos que es razonable la mención de este aspecto negativo. La validación del mismo, es que nadie declaró, por otra parte que la atención y la información gráfica era buena.
La declaración de "falta de empresas del sector ", textualmente declarada se contrapone con otras declaraciones positivas a favor de que existía en Febat una buena presencia de destinos turísticos de la provincia de Buenos Aires.
En este caso, no se comprendió la finalidad de la Febat, de ser una vidriera para el conocimiento de nuevas alternativas de destinos turísticos provincial.
Sin lugar a dudas, no todos los expositores tenían un nivel " internacional" ni siquiera "nacional", pero la Febat estaba cumpliendo otro objetivo.

INFORMACION DE MARKETING

Para seguir con la información capturada a los Profesionales incursionamos ahora en informaciones útiles para un plan de marketing externo a Febat.
Presentamos un gráfico donde pueden apreciarse los destinos turísticos mencionados como
MEJORES POR LOS PROFESIONALES, DENTRO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES.
Los profesionales declararon a Tandil como el mejor destino con un **14%** de menciones.
Como se trata de una opinión profesional, debe estar pesando en la elección, la mayor o menor facilidad para hacer negocios con ese destino turístico.

Conocimiento de Acciones de Marketing de la Provincia de Buenos Aires por los Profesionales de Turismo

El 43% de los Profesionales, Operadores Turísticos y Agencias Viajes declararon conocer acciones de marketing turístico realizadas por la provincia.
El complemento del **57%** es una cifra alta, ya que las acciones deberían o estar dirigidas a ellos mismos o bien a sus clientes, con lo cual no es auspicioso que las desconozcan.
El gráfico siguiente pone de relieve el medio por cual los Profesionales a los que le llegó esta información. La primera observación es el bajísimo porcentaje de menciones para cada uno de ellos. Muchos de los operadores después de sus declaración de conocimiento no supieron identificar el medio.
Observando que uno de los medios de mayor porcentaje es feria y exposiciones.
Se concluye que no ha sido muy intensa la comunicación.

Conocimiento de acciones de marketing turísticos que realiza la provincia de Buenos Aires, reconocida por los profesionales, operadores turísticos y agentes de viaje asistentes a la FEBAT
Base: 216 profesionales asistentes a la FEBAT 2005

1% MUNICIPALIDADES
1% VIA PUBLICA
3% SECRETARIA DE TURISMO
3% PRENSA Y GRAFICA
10% INTERNET
14% EXPOSICIÓN
6% TELEVISIÓN

a.2 . INFORME SOBRE LA OPINION DEL PÚBLICO EN GENERAL ASISTENTES A LA FEBAT

El publico en general concurrió los días Sábado y Domingo siendo invitado por diversas fuentes en un **37%**

Público en general. Concurrencia a FEBAT por invitaciones especiales
Base: 350 asistentes particulares a la FEBAT

63% no fue invitado
37% si fue invitado

La mayoría de los asistentes invitados lo fueron de Instituciones de Capacitación que tienen carreras de turismo y de Municipios provincias.

En segundo lugar aparecen los tradicionales Mar del Plata con **12%** y Partido de la Costa con **8%.**
Continúan en el ranking Sierra de la Ventana , Villa Gesell y Pinamar.
Recién al final aparecen dos destinos alejados del mar y de las sierras. Tigre con el **5%** y San Antonio de Areco con **3%.**
Esto tiene una especial lectura de Marketing. Los Profesionales, Operadores Turísticos y Agencias de Viajes no están pensando en destinos turísticos alternativos a los tradicionales, que siguen siendo para ellos los mejores.
La mayoría de las localidades que exponen en esta Feria no han logrado hacerles cambiar de opinión a los operadores turísticos. Esto requerirá un trabajo profesional de Marketing que además de plantear las necesarias estrategias en un Plan coherente, se desarrolle una función docente, que les haga comprenden de que se trata la Calidad de Servicio.
En algunos stand era evidente que el personal estaba mal elegido, pero hubo un caso paradigmático donde se realizaban rondas de mates entre los allegados al stand, descuidando la atención de quienes se acercaban al mostrador.
Para tener credibilidad en las afirmaciones y convertir las opiniones en evidencias objetivas los supervisores encuestadores ,actuando como visitantes u observadores encubiertos, verificaron las opiniones vertidas por los Profesionales y Público en General.
Es evidente que la mención del Tigre como mejor destino, se debe a las tradicionales actividades que se desarrollan en el Delta.
La Costa Atlántica y las Serranías del sur de la provincia siguen siendo el eje turístico de una Provincia Vacacional pero todavía NO turística.

DESTINOS TURÍSTICOS MENCIONADOS COMO MEJORES POR PROFESIONALES, OPERADORES TURÍSTICOS Y AGENTES DE VIAJE VISITANTES DE LA FEBAT

Base: 216 profesionales asistentes a la FEBAT

3% SAN ANTONIO DE ARECO
5% TIGRE
5% PINAMAR
5% VILLA GRESELL
6% SIERRA DE LA VENTANA
8% PARTIDO DE LA COSTA
12% MAR DEL PLATA
14% TANDIL

Es interesante conocer como se enteró el público general de la Febat 2005

Por medio de los diarios el **12%.**
Por terceros, boca a boca el **19%**
Por promociones el **16%**
La Internet colaboró con un **24%,** mostrando también para este segmento su importancia, prácticamente al nivel de un medio tradicional como las promociones, y acercándose al uso que de las mismas hacen los profesionales.

EL PÚBLICO EN GENERAL QUE NO FUE INVITADO A LA EXPOSICIÓN TOMO CONOCIMIENTO DE FEBAT 2005 POR MEDIO DE:

Base: 350 asistentes particulares a FEBAT

1% OTROS
1% CASA DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES
4% REVISTAS
20% INTERNET
16% PROMOCION
19% POR TERCEROS
12% DIARIOS

Satisfacción del Público en General con la Febat 2005

En el cuadro de la página siguiente se presenta el cuadro de los IS de la Satisfacción del Público en General con la Febat 2005:

Satisfacción del público en general con respecto a sus propias expectativas

Base: 350 asistentes particulares en los tres días de la FEBAT

IS: Índice de satisfacción

	Escala de Harvard para (IS)	
Muy superior a mis expectativas	2	22,7
Algo superior a mis expectativas	1	16,7
Satisfizo las expectativas	0	54,0
Algo por debajo	-1	3,3
Muy por debajo	-2	1,3

IS: Promedio +0,69
Declararon haber superado sus expectativas el 39.4 %

El promedio de satisfacción + **0.69** ha cruzado el umbral de la mitad del recorrido entre la Febat Satisfizo al público en general y ya decididamente superó sus expectativas.
El **54%** de los evaluadores manifestó que la Febat había Satisfecho sus expectativas, PERO el **39.4%** DECLARO QUE SE HABIAN SUPERADO SUS EXPECTATIVAS.
Siendo esta declaración espontánea y sin vicios, es un valor muy alto para una Feria.
Las principales expectativas que traían el público en General se concentraban en
Conocer el ambiente del Turismo Provincial **36%**
Elegir un destino turístico futuro **30%**
Obtener una buena información turística y por razones de estudio los alumnos de los diferentes Institutos de Enseñanza.

EL STAND MAS RECORDADO POR EL PUBLICO

En el cuadro siguiente se detallan los Stand mas recordados espontáneamente por el público en general:

STAND MÁS RECORDADO POR El PÚBLICO EN GENERAL ASISTENTE FEBAT

Base: 350 asistentes particulares en los tres dias de la FEBAT

4% MIRAMAR
5% TEATRO AUDITORIO
5% TANDIL
8% MAR DEL PLATA
11% VILLA GESELL
16% PARTIDO DE LA COSTA
31% BUENOS AIRES (STyD)

Nuevamente surge la presencia de Buenos Aires en el primer lugar(ver las consideraciones para profesionales)
Mar del Plata mantiene su posición prácticamente similar como era con los Profesionales aunque algo menor (por su ubicación).
Se nota el avance del Partido de la Costa y un práctico empate entre Tandil, y el Teatro Auditorio .
Esto comprueba nuestras apreciaciones de que sin una concientización de marketing y calidad de servicio los diferentes destino turísticos alternativos, no alcanzarán por si solos una escala económica, que pueda convertir a la provincia de Buenos Aires en una amplia provincia turística.

Aspectos positivos observados por el Público en General

El **58%** del público declaró su conformidad con la Febat 2005 , manifestando que fue Excelente Todo Bien, algunos que participaron de la versión anterior manifestaron que esta versión tenía un cierto crecimiento .
El buen diseño y organización logro reunir voluntades en un **39%.**
También se destacó la buena limpieza como lo habían hecho los profesionales.
Atención seguridad y buena vigilancia completan las declaraciones favorables respectivamente con **9, 8 y 7%.**

Aspectos a Mejorar
El público en general asistente a la FEBAT señala como aspectos a mejorar de la FEBAT 2005

Base: 350 particulares asistentes a los tres días de la FEBAT 2005

28% Mayor Publicidad y difusión
23% Falta de Información Turística y Profesionalismo en los Municipios
16% Mayor participación de empresas Turísticas
9% Falta información y guias dentro del recinto
4% Fallas de Organización
1% Expo Pobre
19% Nada para destacar

El mal sonido y fuertes niveles de ruidos vuelve a retornar. Casi la mitad de las 350 personas que calificaron la Febat declararon sus molestias por la falta de difusión del evento con anticipación 28%. Tampoco nadie la declaró como fortaleza con lo cual este porcentaje debe tomarse como neto.
Falta de información turística y profesionalismo en algunos de los stands dio lugar a que un 23% de los calificadores pudieran quejarse por la falta de respuesta.
Por suerte ambos aspectos negativos no perjudicaron el ambiente general de la feria, pero sin lugar a dudas fueron notablemente apreciados. Si la Feria no hubiese satisfecho las expectativas de los visitantes, estos factores negativos se hubieran potenciado.

LUGARES VISTADOS DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES

Confirmando el eje turístico de la provincia de Buenos Aires, Costa Atlántica y Serranía cercana, el público en general asistente a la Febat 2005 , declaró que viaja por la provincia de Buenos Aires el 47%, a Tandil 10%, MDP el 9% y Villa Gesell el 4%.
Tan solo Lujan y la ciudad de la Plata alcanzaron una mención significativa.

Destinos turísticos de la provincia de Buenos Aires que los visitantes de FEBAT visitaron como turistas

Base: 350 asistentes particulares en los tres días de la FEBAT 2005

17% COSTA ATLÁNTICA
10% TANDIL
9% MAR DEL PLATA
7% LUJAN
5% LA PLATA
4% VILLA GESELL

Destinos turísticos agrupados de la provincia de Buenos Aires visitados por el público de FEBAT

Base: 350 asistentes del público en general a los tres días de la FEBAT 2005

21% GRAN BUENOS AIRES -
19% TANDIL
16% SIERRAS
10% PINAMAR
6% GESELL

Promedio del grupo familiar que viajo por la provincia de Buenos Aires en distintos turísticos

La estadística nos informa que el grupo familiar más numeroso que viaja por la provincia es de 4 personas o más. El 46% tenía esta composición.
El segundo tipo de grupo tenía 4 personas con el 20%. Ambos grupos suman los 2/3 de los grupos viajantes dentro de la provincia.
Los detalles de las dimensiones de otros grupos turísticos se observan en el gráfico.

¿ Cuantos días de estadía en promedio pasaban en los destinos turísticos?

Promedio del grupo familiar que viajó por los destinos turísticos de la provincia de Buenos Aires del visitante de FEBAT

Base: 350 visitantes de FEBAT 2005

Más de 4	46%
4 Pers	20%
2 Pers	14%
3 Pers	10%
1 Pers	10%

¿ Cuantos días de estadía en promedio pasaban en los destinos turísticos? Días de estadía promedio de público en general visitante de FEBAT cuando hicieron turismo en la provincia de Buenos Aires

Base: 350 visitante de FEBAT 2005

59	%	4 DIAS
13	%	2 DIAS
13	%	3 DIAS
5	%	4 DIAS
2	%	5 DIAS

El 59% permanecía en los destinos más de 4 días prácticamente como modalidad excluyente.

¿ Cómo organizaban los viajes los turistas?

El público en general que concurrió a la Febat 2005 organizaba sus viajes turísticos para un grupo promedio de mas de 4 personas y por más de 4 días por su propia cuenta.

Organización de los viajes a los destinos turísticos de la provincia de Buenos Aires por el visitante de FEBAT

Base: 350 visitantes de FEBAT 2005

19 % **Con Agencias de Viaje**
81 % **Autoorganizado**

Esto implica que las acciones de marketing de la provincia deben llegar por diarios, revistas e Internet los medios más comunes por los cuales se informa y organiza sus viajes, hasta el propio turista.
Aunque después intervenga los operadores turísticos y /o agentes de viajes, la primer decisión pasa por el grupo familiar.

Satisfacción del público general de FEBAT con los servicios de transporte que utilizó en sus viajes turísticos por la provincia
Base: 350 visitantes de FEBAT 2005

IS: Índice de satisfacción

	Escala de Harvard para (IS)	
Superior a mis expectativas	2	**5,3**
Algo superior a mis expectativas	1	**17,3**
Satisfizo las expectativas	0	**54,7**
Algo por debajo	-1	**18,7**
Muy por debajo	-2	**4,0**

IS: Promedio +0,013
El 25 % siempre viajó por su cuenta

Las declaraciones del público en general de Febat 2005, conducen a que los servicios de transporte tuvieron un comportamiento satisfactorio en 54,7%
Sin embargo, el 45% que se apartó del valor central de la escala, declara por mitades que los transportes para ir a los destinos turísticos, han superado sus expectativas y también que habían estado por debajo.
Esto es un ID que nos lleva estimar que la oferta de trasporte turístico no es homogénea
transitando desde muy buena a deficiente.
Para las futuras acciones de Marketing de la provincia debería intentarse nivelarse la calidad de la Oferta de transporte.

CONCLUSIONES DEL TRABAJO REALIZADO EN FEBAT 2005

EL **60%** DE LOS PROFESIONALES ESTUVO SATISFECHO CON LA FERIA BUENOS AIRES TURISMO (FEBAT 2005).
EL **28%** **MAS** QUE SATISFECHOS, (BASE DE LA MUESTRA = **216** PROFESIONALES)
EL **58,0%** DE LAS PERSONAS DEL PUBLICO EN GENERAL ESTUVIERON SATISFECHOS CON FEBAT 2005.-

El **49,4%** QUEDA MÁS QUE SATISFECHOS. (BASE DE LA MUESTRA= **350** PERSONAS)
EL **63%** DE LOS EXPOSITORES SE DECLARÓ SATISFECHOS CON LA EXPOSICION,(BASE MUESTRAL = **107** EXPOSITORES SOBRE UN TOTAL **226** DE TODA LA EXPOSCION, INDIVIDUALIZADOS POR CONTADO DIRECTO)
LOS MAYORES GRUPOS DE ACTIVIDAD DE LOS PROFESIONALES QUE CONCURRIERON FUERON:
AGENTES DE VIAJES **30%**
OPERADORES TURÍSTICOS **16%**
ALOJAMIENTO / HOTELERÍA **12%**
EL **59%** TENIA OFICINAS EN CAPITAL FEDERAL. **35%** EN GBA
El **47%** DE LOS PROFESIONALES CONCURRENTES FUERON INVITADOS.
LOS NO INVITADOS SE ENTERARON DE LA FEBAT POR:
DIARIOS **22%**,
POR TERCEROS(BOCA A BOCA) **18%**
INTERNET **24%**

STAND MAS RECORDADO POR PROFESIONALES Y PUBLICO EN GENERAL

	PROFESIONALES	PUBLICO EN GENERAL
Buenos Aires	26%	31%
MAR DEL PLATA	13%	8%
PARTIDO DE LA COSTA	13%	16%
TANDIL	11%	5%

ASPECTOS A MEJORAR

	PROFESIONALES	PUBLICO EN GENERAL
Mayor Publicidad y difusión	23%	28%

Mayor Participación de Empresas Turísticas	26%	16%
Publicidad	29%	45%
Falta de Grafica promocional	17%	23%

PARA LOS EXPOSITORES EL MAYOR ASPECTO A MEJORAR FUE:

INCREMENTAR LA PUBLICIDAD	27,8%
PUBLICIDAD Y DIFUSIÓN	26,0%
GRAFICA PROMOCIONAL	17,0%

EN RESUMEN:

MUY BUENA LIMPIEZA Y VIGILANCIA, BUEN DISEÑO Y ORGANIZACIÓN, MUCHOSQUE PARTICIPARON DE LA VERSIÓN 2004 NOTARON LA MEJORA DE LA GASTRONOMIA
9% DE LOS PROFESIONALES SE QUEJO DE LA FALTA DE PROFESIONALISMO DE LOS QUE ATIENDEN LOS STANDS – EXPOSITORES. EL PERSONAL QUE ATENDIA LOS STAND EN SU GRAN MAYORIA NO ESTABA DE ACUERDO A LA EXPOSICIÓN – FALTA DE CAPACITACION ESTA CAPACITACIÓN ES NECESARIA PARA LEVANTAR EL NIVEL DE LA FERIA EN LAS PROXIMAS EDICIONES.

PARA LOS PROFESIONALES DEL TURISMO EL MEJOR DESTINO DENTRO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES FUE
TANDIL 14%
MAR DEL PLATA 12%
PARTIDO DE LA COSTA 8%

EL 47% DE LOS PROFESIONALES DE TURISMO DESCONOCIAN ACCIONES DE LA PROVINCIA EN MATERIA DE MARGETING TURÍSTICO, VEN CON MUY BUEN GRADO EL DESARROLLO DE LA MARCA
43% QUE CONOCIA LAS ACCIONES DE MARKETING TURISTICO NO PODIAN DESCRIBIR NINGUNA ADECUADAMENTE Y QUE ESPERABAN CON EL DESARROLLO DE LA MARCA NUEVAS ACCIONES DE MARKETING DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES .
EN TV 6%,
EN EXPOSICIONES COMO FEBAT 14%
Y POR INTERNET 10%.

El 37% DEL PÚBLICO GENERAL PRESENTE HABIA SIDO INVITADO

QUIENES CONCURRIERON POR SU PROPIA CUENTA SE ENTERARON DE FEBAT POR:
DIARIOS 12%,
BOCA A BOCA 19%,

PROMOCIONES **16%**,
INTERNET **20%**

PRINCIPALES EXPECTATIVAS QUE TRAIA EL PUBLICO GENERAL A FEBAT:
CONOCER EL **AMBIENTE TURISTICO PROVINCIAL 36%**
ELEGIR UN DESTINO TURISTICO FUTURO **30%**

LOS DESTINOS TURISTICOS VISITADOS POR EL PUBLICO GENERAL SON LOS TRADICIONALES DE LA COSTA Y SERRANIA VECINA EN EL SUR.
EL TAMAÑO MÁS FRECUENTE DEL GRUPO FAMILIAR QUE VISITA LOS DESTINOS TURÍSTICOS BONAERENSES ES DE: MAS DE **4 PERSONAS. Si SE AGREGAN LOS GRUPOS DE 4** PERSONAS SE TIENEN LOS **2/3 DE LA TOTALIDAD DE TURISTAS**.

LOS VIAJES SON ORGANIZADOS POR LOS PROPIOS TURISTAS
LA CALIDAD DE LA OFERTA DE LOS SERVICIOS DE TRANSPORTE REQUIERE UNA CAPACITACIÓN PARA SU NIVELIZACIÓN.

Arq. Antonio Mazza
amazza@amet.com.ar

CURRICULUM VITAE

ANTONIO MAZZA

CURRICULUM VITAE

Arquitecto ANTONIO MAZZA

Edad : 52 Años - Casado
Fecha Nac.: 25/03/1953
D.N.I. : 10.741.955

CONGRESO 4565 – (1653) Villa BALLESTER -
Gral. SAN MARTÍN - Buenos Aires - Argentina
(54) 011 4738 2284
(54) 011 154 970 8546
e-Mail: amazza@arnet.com.ar

ESTUDIOS

- Facultad de Arquitectura - UNIVERSIDAD DE BELGRANO - Argentina
  - Titulo: ***ARQUITECTO - 1985***

- Titulo en FORMA y COMUNICACIÓN
  - *Desarrollo Profesional* ***1980***

- Titulo de PROYECTACION AMBIENTAL
  - *Desarrollo Profesional* - ***1986***

IDIOMAS

- ITALIANO
- INGLES (dominio parcial)

CURSOS y SEMINARIOS

1. Asistidos

- Marketing Empresario de COMERCIO INTERNACIONAL
- Marketing Político
- Seminario de ESTRATEGIA EMPRESARIA
- Curso de Organización Internacional de Ferias y Exposiciones - *NOWEA* - **DUSELDORF – Alemania - 1996**
- Curso de Zonas Industriales - Cámara Nacional *Dell' ARTIGIANATO* – ZONA INDUSTRIAL **PADOVA - Italia - 1997**
- Seminario de Desarrollo y Promoción de Zonas y Parques Industriales - Cámara Nacional *Dell' ARTIGIANATO* - **PADOVA – Italia - 1997**
- Seminario sobre la Formación y Desarrollo de la Pequeña Empresa – Cámara Nacional *Dell' ARTIGIANATO* - **VERONA – Italia 1998**
- Seminario sobre "COMO EXPORTAR al NAFTA"- **BUENOS AIRES - Argentina 1999**
- Realización de Seminario para el Desarrollo y Crecimiento de la PYME ITALIANA en la Región - *Confederazione Nazionale DELL´ ARTIGIANATO* – Pàdova – **ITALIA.**
- Curso de calidad para empresas.

2. Dictados y Trabajos editados

- Artículo "Como Participar en Ferias y Exposiciones"
- Historia de las FERIAS Y EXPOSICIONES
- Artículos Mi Primera Exportaciòn – Periódicos regionales Provincia de Buenos Aires
- Trabajos en Arquitectura - Proyecto y Dirección de Obras
- Seminario de SUBCONTRATACION " BUENOS AIRES PRODUCTIVA – **HANNOVER (Alemania) - GALICIA (España) – VERONA (Italia)** - (Consultor Panelista) – **1996**
- Seminario sobre "COMO EXPORTAR al **MERCOSUR – fiera agricola VERONA – ITALIA 1997**
- Coordinación y Desarrollo de la Misión Comercial a la Región de **VENETO- Italia**
- Realización de Seminario para el Desarrollo y Crecimiento de la PYME ITALIANA en la Región - *Confederazione Nazionale DELL´ ARTIGIANATO* - **VERONA – ITALIA**
- Seminario sobre "COMO EXPORTAR al **SUDESTE ASIÁTICO**" - **Argentina**
- Seminario "QUE ES EL MERCOSUR" – **Padova – Italia – HANNOVER - Alemania**
- Seminario "Provincia de Buenos Aires - Argentina" – **Oporto -PORTUGAL- 1999**
- Seminario E-COMMERCE SMAU (Exposiciòn del sector informàtico – **MILAN - Italia**
- Seminario de "PROMOCION de NEGOCIOS" en **A.T.I.A.M.E** (Asociaciòn de trabajadores independientes Artesanos Micro Empresas
- Seminario de " Coordinación, Proyecto y Dirección de FERIAS y EXPOSICIONES INTERNACIONALES "
- Seminario Como exportar a Puerto Rico
- Seminario sobre "Como Exportar a BOLIVIA" - Unión Industrial de Gral. San Martín – Uniòn Industrial de Tigre, Càmara Mercedina, Càmara de comercio e industria de Tres de Febrero.
- Coordinación y Armado de Ruedas Comerciales con Distintos Emprendedores Regionales - SAN MARTIN y MERCEDES – LA PLATA – MAR DEL PLATA – JUNIN – BAHIA BLANCA – BOLIVAR – TANDIL – OLAVARRIA – SAN NICOLAS- CONURBANO BONAERENSE Pcia. de Buenos Aires, CAPITAL FEDERAL , SALTA, MENDOZA, CORDOBA, SANTA FE, ENTRE RIOS, (Bajo el lema RECUPEREMOS EL MERCADO INTERNO) **1994/ 95/ 96/ 97/ 98**
- Seminario y Ruedas Comerciales con Grupos de Empresarios en ASOCIACION DIRIGENTES DE EMPRESAS -Capital Federal **2000/ 01/ 02/ 03**
- Coordinador y editor de Vosz Pyme periódico regional General San Martín y tres de Febrero Provincia de Buenos Aires.
- Columnista en periódicos regionales Huella (Gral. San Martín y Tres de Febrero), El Diario (Escobar), La Calle (Avellaneda) Provincia e Buenos Aires.

ANTECEDENTES LABORALES y PROFESIONALES

1. Institucionales

- Asesor de la Secretarìa de Industria y Comercio de – Municipalidad de Gral. San Martìn **1987/ 1988**
- Promoción de Negocios en Comercio Exterior -Municipalidad de Gral. SAN MARTIN **1988/ 1991**

- Subsecretario de Industria y Comercio - Municipalidad de Gral. SARMIENTO

- Asesor en Comercio Internacional - Ministerio dela Producción - Pcia. de Bs. As.

- Consultor Senior - Programa CODESA (Corporaciòn Cuenca del rio Salado) PNUD – Naciones Unidas
- Director de Promoción de Negocios en Pcia. de Buenos Aires – Trabajo Intensivo con PYME y Microempresas - Subsecretaria de Relaciones Económicas Internacionales - Ministerio de la Producción - Pcia. de Buenos Aires
- Director Provincial de Relaciones Económicas Internacionales - Ministerio de la Producción y el Empleo - Pcia. de Buenos Aires
- Jefe de gabinete en Comisiòn de Comercio Exterior del Senado Provincia de Buenos Aires Presidida por el Dr. Arturo Crocetti
- Subsecretario de Relaciones Económicas Internacionales - Ministerio de la Producción y el Empleo - Pcia. de Buenos Aires
- Consultor de Empresas en Área Comercio Exterior
- Asesor de Presidencia de la Nación - Ad Honorem - en la Asociación de Dirigentes de Empresas
- Subsecretario de Relaciones Económicas Internacionales - Ministerio de la Producción y el Empleo - Pcia. de Buenos Aires
- Asesor de comisión de Industria Xama de Diputados de la Nación COMISION BICAMERAL DE ASUNTOS Y NEGOCIACIONES INTERNACIONALES AGRÍCOLAS

2. Profesionales

- Arquitectura Publicitaria, Armado y Diseño de STANDS en Ferias Y exposiciones Nacionales e Internacionales **1973/ Actual**
- Ayudante de Cátedra "Formación y Comunicación" - Universidad de BELGRANO - Cátedra Arq. PEZZI
- Asesor de la Unión Industrial de Gral. SAN MARTÍN - Buenos Aires
- Organización de Ferias y Exposiciones Nacionales e Internacionales. Armado de Pabellones internacionales -
- Organización y Armado de Misiones Comerciales al Exterior
- Organización y Armado de Ruedas y Encuentros de Negocios Nacionales e Internacionales para PYMES y MICROEMPRESAS
- Diseño y Construcción de Dúplex, Decoración de Ambientes y Armado de Locales Comerciales.-
- Trabajos con Micro - Empresas en el Área de Promoción de Negocios
- Armado Pabellones - PUERTO RICO – COSTA RICA – PANAMA - PARAGUAY – CHILE- BOLIVIA – BRASIL- COLOMBIA - MEJICO – URUGUAY -
- Proyecto, Montaje de Oficinas y Dirección de Obra - PROVINCIA A.R.T. – Edificio BAPRO
- Coordinación y Rueda de Negocios - *EXPOPACKING 2000*
- Coordinación y Rueda de Negocios - *MICROEMPRENDIMIENTOS 1996 AL 2000* – Mar del Plata - Pcia. de Buenos Aires
- Consultor de la ASOCIACIÓN DIRIGENTES DE EMPRESAS
- Miembro Consultor de A.T.I.A.M.E. (Asociación de Trabajadores Independientes, Artesanos y Micro Emprendedores).
- Miembro Consultor de FAAME (FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES DE MICRO EMPRESARIOS DE ARGENTINA)
-
- Coordinación y Rueda de Negocios con la Unión Industrial de Gral. San Martín -para la concurrencia de Empresarios a Santa Cruz de la Sierra - Bolivia

- Trabajos de Consultaria en Estudios d Mercado para Distintas Empresas y Cámaras Internacionales
- Participación con Artistas Pintores Argentinos en la Bienal de Arte Contemporáneo - FLORENCIA - Italia

- Trabajos de Cooperación para la Concreción de Proyectos en el interior de País con Micro Empresas - Módulos Itinerantes - Empresa ANSELMI Industrias Publicitarias
- Miembro de A.T.I.A.M.E. - Promoción de Negocios -
- Asesor de ATIAME promoción de negocios y capacitación de microempresarios
- Miembro de F.A.A.M.E. – Federación de Asociaciones de Micro Empresas
- Coordinador de Promoción de Negocios, Ferias y Exposiciones en la Asociación y Exposiciones en la Asociación de Dirigentes de Empresas
- Prosecretario de la Unión Industrial - Regional San Martín -
- Vocal U.I.P.B.A. (Unión Industrial de la Provincia de Buenos Aires
- Coordinación concurrencia de Grupo Empresario a BOLIVIA, PARAGUAY, CHILE, PANAMA, COSTA RICA, PUERTO RICO, ITALIA, ESPAÑA, HOLANDA, RUSIA, ALEMANIA, ISRAEL, URUGUAY, BRASIL, EEUU, CANADA entre otros.
- Armado y coordinación general de Rueda de negocios en distintos eventos
- Promoción de Negocios para Empresas - Internacionalización -Búsqueda de Mercados ferias y misiones comerciales
- Coordinación de Reuniones - Debate en distintas Cámaras Empresarias
- Coordinación Técnica y Armado Integral de Exposiciones regionales
- Promoción de exposiciones internacionales en Argentina "***EXPOCOMER - FOOD EXPO – ALIMENTEXPO - EXPOCAMARA INTERNACIONAL. - FISPAL***
- Coordinaciòn, Promociòn de Grupo de Micro empresarios de la Asociaciòn de Trabajadores Independientes y micro empresarios (ATIAME) A Exposiciones regionales Nacionales Expo Chacra – FICO -
- Coordinaciòn Proyecto Exposiciòn itinerante de la Liga de Amas de Casa
- Coordinación Internacionalización de EXPOFICINA 2004
- Proyecto, dirección y Coordinación general de FEBAT 2004 – Feria Buenos Aires Turismo – de la Provincia de Buenos Aires
- Proyecto, dirección y Coordinación general de FEBAT 2005 – Feria Buenos Aires Turismo – de la Provincia de Buenos Aires
- Coordinación de Internacionalización de EXPOFICINA 2005
- Coordinador de la Comisión de Microempresa en el Consejo Consultivo de la Sociedad Civil en la Cancillería Argentina.
- Miembro de la Comisión Bicameral de Negociaciones agrícolas, Cámara de Diputados de la Republica Argentina.
- Promoción y coordinación general de Rueda de Negocio San Martín 2005

3. Distinciones Obtenidas

- Premio **FUNDACION EXPORTAR** **1998**
- Primer Premio **Sociedad Rural Argentina –Mejor stand por todas las categorìas Pabellón Pcia. de Buenos Aires -** **1999**

Premio **INTEGRACIÒN REGIONAL – Fundaciòn de las Amèricas** **2003**

ANEXO

ANEXO

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
BIBLIOTECA
Dr. Manuel Belgrano

febat 05

febat 05
Feria Buenos Aires Turismo
14 . 15 . 16
Buenos Aires
CUANDO EL BLANCO ES MAS BLANCO,
EL COLOR TIENE MAS COLOR!

ENTREGA DE CREDENCIALES
INFORMES

Mar
febat 05
PLUSMAR

PROFERIAS
CFI
BANCO FEDERAL DE INVERSIONES
CFI

PROVINCIA DE
Buenos Aires
Viví la inmensidad
Expoest 05

Vicente López, un lugar de ciudad...
López

ARGENTINA
ARGENTINA
turismo.gov.ar

CFI
05

TEATRO AUDITORIUM

Coche Cama
PLUSMAR
PLUSMAR
PLUS-SHUTTLE
Provincia

CFI
TELEFONICA
VINCIA DE
nos Aires
mensidad
TELEFONICA
Telefónica

Miramar
Agencias
Hotelería
Inmobiliarias
Miramar
y bueno

TANDIL
LUGAR SOÑADO
SPA & RESORT

Partido de
La Costa

Necochea
Lobería
Balcarce

DUPAN
DUPAN

PROVINCIA DE
SIERRA DE LA VENTANA TURISMO
SIERRA DE LA VENTANA TURISMO
BAHIA BLANCA

PUAN
PUAN

Mar del Plata
Buenos Aires

un tal...
Jauretche
...de Lincoln...
Conocelo
LINCOLN

Paseos
Compras
San Isidro

CFI
FIESTA DEL TERNERO
CFI
FIESTA DEL TERNERO
Fiesta Nacio
del Terner
y día de la ye
Ayacucho - Bs. As. - Arg
www.fiestadelternero.org

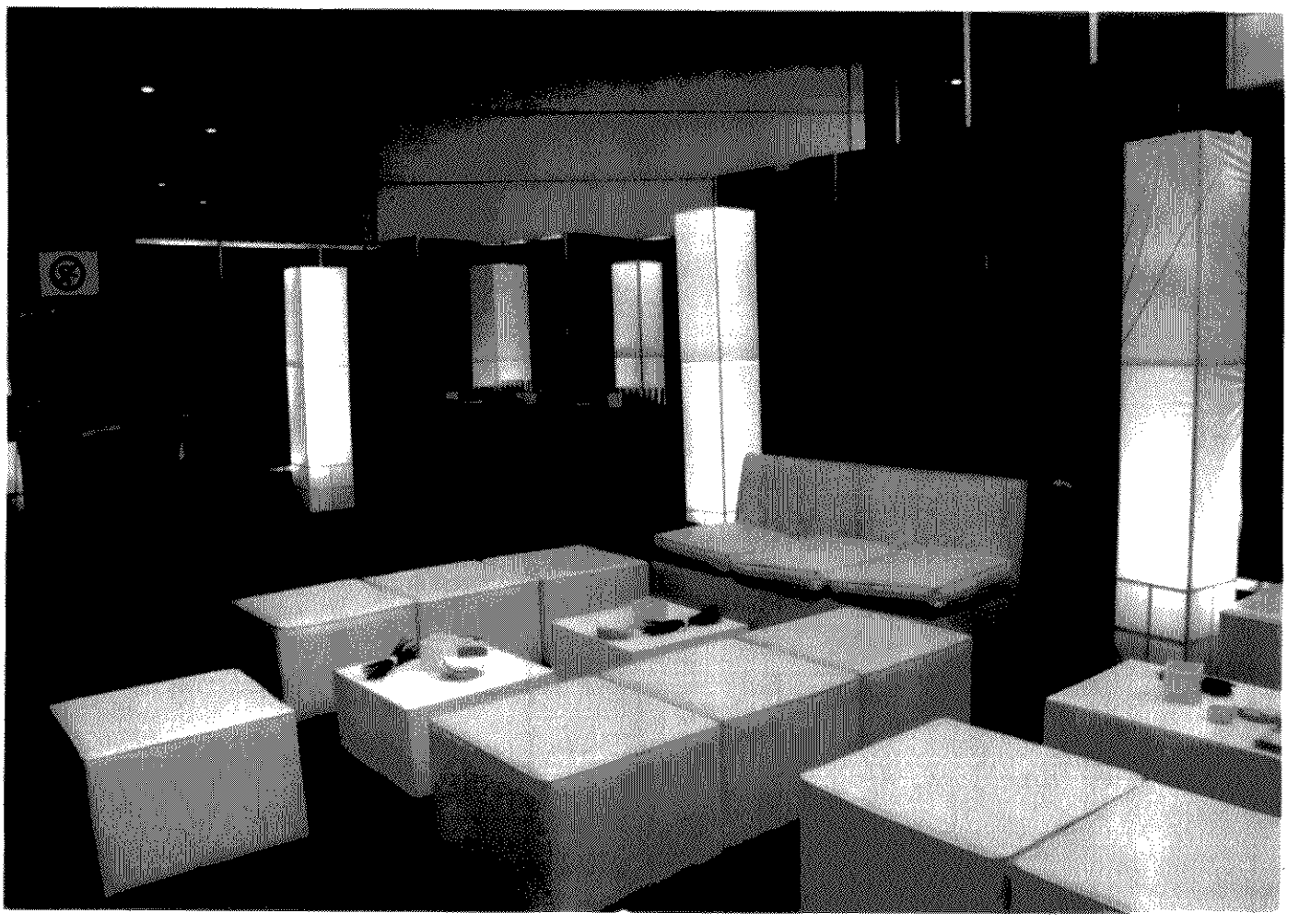
MUNICIPALIDAD DE SAN ANTONIO DE ARECO
NOVIEMBRE
EN ARECO
FIESTA DE LA

beat 05
GENERAL BELGRANO
COLON
SECTOR B
CHASCOMUS
GRAL. PUEYRREDON
PATIO DE COMIDAS

EL RINCON DEL MATE

CENTRO DE NEGOCIOS

ATIAME
ATIAME



febat 06

Feria Buenos Aires Turismo

Porqué estar presente en febat 2006?

- Para presentar productos y ofertas turísticas a profesionales y público en general.
- Para dar a conocer nuevas propuestas y servicios.
- Para generar y fortalecer alianzas estratégicas.
- Para ampliar posibilidades de negocios.
- Para participar de un foro profesional de calidad.
- Para ser un actor del desarrollo turístico de la provincia.

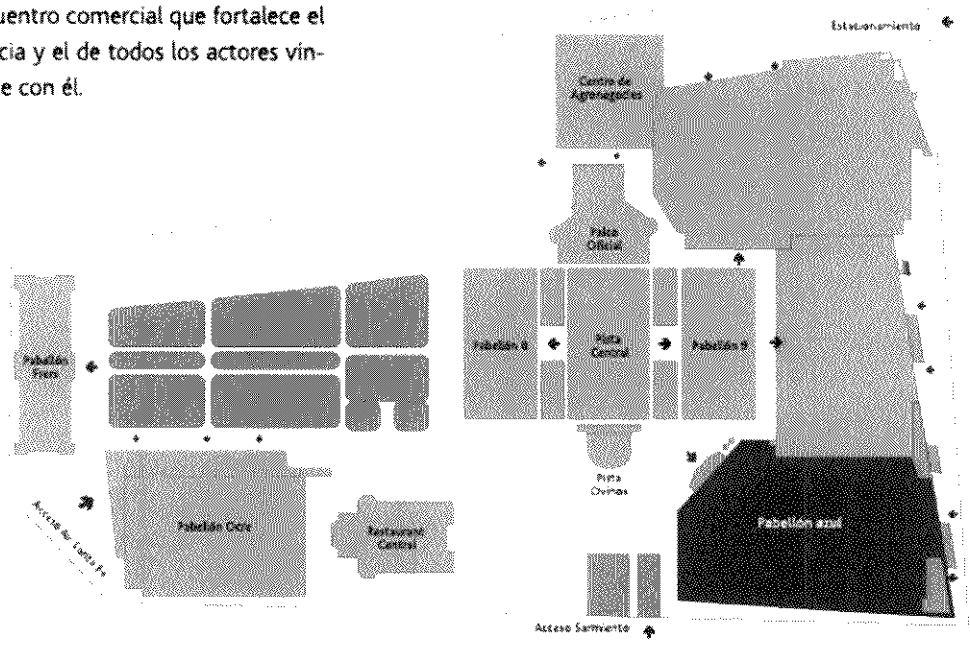
Sea protagonista de una experiencia integradora

Buenos Aires, de una provincia vacacional a una provincia turística.

La evolución del turismo provincial en los últimos años nos obliga a ver el futuro con optimismo.
Para acompañar este crecimiento es fundamental el trabajo conjunto del sector público y el sector privado. La Secretaría de Turismo y Deportes de la Provincia de Buenos Aires lidera este proceso trabajando para consolidar a la provincia como un destino turístico de calidad nacional e internacional.
Febat 2005 es una de las herramientas para lograrlo.
Es el espacio donde destinos y empresas de la provincia de Buenos Aires presentan sus productos y ofertas turísticas a los profesionales del sector y al público general, aumentando así su presencia en el mercado y la posibilidad de generación de negocios.
Es un foro profesional y un encuentro comercial que fortalece el desarrollo turístico de la provincia y el de todos los actores vinculados directa e indirectamente con él.

Para quién es febat 2006?

- Organismos públicos de turismo.
- Entes mixtos de turismo.
- Tour operadores y agencias de viaje.
- Líneas aéreas, marítimas, fluviales y terrestres.
- Hoteles y restaurants.
- Estancias y establecimientos turístico-rurales.
- Empresas de propiedad vacacional y otras modalidades de alojamiento.
- Centros de entretenimiento y recreación.
- Otros proveedores de servicios turísticos.
- Medios de prensa y publicaciones especializadas.



4TA Feria Provincial

22 . 23 . 24

Septiembre 2006

Predio Ferial de Palermo, La Rural

. Playa
. Campo
. Delta
. Sierras
. Ciudades
. Ríos y lagunas

manual del expositor

reglamento y fichas

febat

ANEXO II

MANUAL DEL EXPOSITOR
FEBAT 2006

REGLAMENTO GENERAL

I - GENERALIDADES

ARTÍCULO 1.- Ámbito de aplicación. La FERIA BUENOS AIRES TURISMO 2006 - 4ª Feria / Exposición Provincial y Regional, organizada y coordinada por la Secretaria de Turismo y Deporte de la Provincia de Buenos Aires, en "La Rural, Predio Ferial de Buenos Aires", se regirá por el Manual del Expositor, compuesto por el Reglamento General, Plano de Distribución de Stands en el Pabellón Azul y Planillas anexas 1, 1A, 1B, 2, 3 y 4 sin perjuicio de las normas legales vigentes que sean de aplicación, y de las cláusulas contractuales que vinculen a los organizadores y coordinadores con expositores o terceros.

ARTÍCULO 2.- Interpretación. Este Reglamento será interpretado en toda circunstancia en el sentido de mantener la jerarquía de la Feria / Exposición, su carácter, su nivel funcional y comercial, su orden y seguridad interna. Asimismo, serán interpretados en la forma más favorable a la consecución de las finalidades a que se refiere la cláusula siguiente.

ARTÍCULO 3.- Finalidad de la muestra. Exhibir a las autoridades oficiales, empresarias, diplomáticas y público en general el nivel logrado por el Sector Turístico de la Provincia de Buenos Aires y sus proveedores. 3.1. Poner en contacto a usuarios con proveedores de insumos, equipos y todos los servicios complementarios que el sector requiere. Así se constituirá un ámbito ideal para que proveedores y consumidores del sector turístico generen contactos y negocios.
3.2. Fomentar la participación de productos regionales a nivel turístico y todos aquellos adelantos tecnológicos que se están incorporando al sector.

ARTÍCULO 4.- Autoridades. La Secretaría de Turismo y Deporte de la Provincia de Buenos Aires nombra un Comité Ejecutivo, en adelante llamado C.E. que es la única autoridad de la muestra. 4.1. El C.E. como autoridad de la FERIA BUENOS AIRES TURISMO 2006 podrá, en caso de excepción y cuando lo considere conveniente para un mejor funcionamiento de la muestra, apartarse de las normas establecidas en el presente reglamento siendo sus decisiones obligatorias e inapelables para todos los participantes.
4.2. El C.E. resolverá, a su exclusivo arbitrio, dentro de la letra y espíritu del presente y considerando los intereses generales de todos los Expositores, cualquier cuestión no expresamente prevista siendo su decisión inapelable. Una vez notificada ésta, deberá ser cumplida y hecha cumplir por el Expositor en forma inmediata.

ARTÍCULO 5.- Bases, lugar y fecha. La FERIA BUENOS AIRES TURISMO 2006 - 4ta. Feria / Exposición Provincial y Regional, se realizará del 22 al 24 de Septiembre de 2006, en el Pabellón Azul de "La Rural, Predio Ferial de Buenos Aires". A tal fin se ha establecido el presente Manual del Expositor, compuesto por el Reglamento General, Plano de Distribución de Stands en el Pabellón Azul y Planillas anexas 1, 1A, 1B, 3 y 4 además de los Boletines Informativos y Comunicados Técnicos, que en su oportunidad emita el C.E.; estos serán de cumplimiento obligatorio por parte de los Expositores, quienes automáticamente los aceptan desde la firma del Contrato de Participación.

II - CONDICIONES GENERALES.

ARTÍCULO 6.- Participantes y Productos. Todas las empresas proveedoras de productos y servicios, cualquiera sea el origen de su capital, tecnología y licencias que tengan relación con el Sector Turístico de la Provincia de Buenos Aires.
6.1. Todas las empresas comerciales (fabricantes, agentes, distribuidores, representantes, prestatarios de servicios o similares) que comercializan productos que tengan relación con el Sector Turístico. 6.2. Empresas nacionales y/o extranjeras que ofrezcan productos, servicios o tecnología para aplicar al desarrollo del Sector Turístico, radicación de capitales, licencias de fabricación en el país, know how, joint venture y similares.
6.3. Entidades bancarias y financieras o de fomento y apoyo al Sector Turístico.
6.4. Organismos que hagan al desarrollo económico, tecnológico o financiero de la industria Turística.
6.5. La FERIA BUENOS AIRES TURISMO 2006 estará abierta para la promoción y exhibición de todos los productos considerados afines al Sector Turístico, como son insumos, productos turísticos, productos regionales, artesanías en general, agencias de viajes, operadores turísticos mayoristas y minoristas, cadenas hoteleras, transportes relacionados con el turismo, servicios, proveedores del sector, medios de comunicación, publicaciones especializadas, centros de convenciones, congresos, e-business, personal especializado, centros turísticos, parques temáticos, etc.
6.6. Los Expositores podrán ofrecer libremente demostraciones y obsequiar objetos de publicidad y promoción, debiendo organizar su muestra y/o entrega sin discriminaciones y evitando aglomeraciones excesivas que ocasionen molestias a otros Expositores. Si lo estima conveniente el C.E. podrá suspender la entrega de obsequios, muestras, etc.

ARTÍCULO 7.- Restricciones y Prohibiciones. No se permitirá sacar, cambiar y/o agregar productos fuera de los períodos de armado y /o desarme.
7.1. El Expositor no podrá ceder, prestar, compartir, vender, alquilar, donar ni transferir por título alguno, sus derechos

sobre su lote o parte del mismo. 7.2. No se permitirá dentro del recinto el reparto de folletos o volantes, la colocación de carteles, pantallas, cartones publicitarios o la realización de cualquier tipo de propaganda que no corresponda a un Expositor de la Muestra y/o su realización fuera de los respectivos stands.
7.3. El C.E. está facultado para prohibir la exhibición y venta de los artículos que considere inadecuados a la temática y jerarquía de la Exposición.
7.4. No se permitirá la exhibición o expendio de elementos que puedan afectar la seguridad de personas o cosas, como por ejemplo, globos inflados mediante hidrógeno. 7.5. No se permitirá la colocación de cables aéreos de cualquier naturaleza. Para la instalación de antenas de transmisión, deberá previamente requerirse la autorización escrita del C.E.
7.6. Durante el horario de apertura al público de la FERIA BUENOS AIRES TURISMO 2006, no se podrán realizar traslados de máquinas, equipos y/o elementos, trabajos de construcción y de mantenimiento de stand.

ARTÍCULO 8.- Condiciones de participación, tarifas y formas de pago.
a) Sector Promoción Turística: Para los expositores que desarrollen actividad de promoción y servicios turísticos, ya sean estos, del sector público o privado, las condiciones de participación será gratuita. b) Sector Comercial:
Para los expositores que realicen actos de comercio, dentro de las condiciones que se especifican en el presente Reglamento, las condiciones de participación serán las señaladas en el apartado 8. 3.
En ambos casos; para participar en la FERIA BUENOS AIRES TURISMO 2006 los interesados deberán suscribir el Contrato de Participación, completando todos los datos que se consignan en el mismo.
8.1. El único Contrato de Participación válido será el que se confeccione en el formulario oficial de la Exposición, realizado por triplicado y numerado.
8.2. El C.E. tiene derecho a denegar la admisión de cualquier interesado sin indicar motivo alguno, siendo inapelable su decisión.
8.3. El valor del modulo stand de 3 metros por 3 metros con un total de 9 metros cuadrados es de pesos mil ($1000), 8.4. El valor determinado en el punto anterior incluye: a) Utilización del espacio.
b) Alfombra en color establecido por el C.E., conexión eléctrica de 220 V, 50 ciclos (50 Wats por m2) por módulo durante el periodo que dure la muestra.
c) Vigilancia general de áreas comunes.
d) Iluminación general de áreas comunes.
e) Limpieza general de áreas comunes.
f) Asesoramiento y Administración general.
g) Credenciales e invitaciones en proporción al metraje utilizado, según lo disponga el C.E.
h) Figuración en el Catalogo Oficial de la Exposición.
i) Publicidad y promoción general según determine el C.E.
8.5. La fecha de vencimiento para la contratación de lotes es el 1 de setiembre de 2005.
8.6. El pago deberá ser efectivizado en la Cuenta de Gobernación - CUENTA EN BANCO PROVINCIA DE BUENOS AIRES - Casa Matriz- N° 1787/3, FONDO PROVINCIAL DE TURISMO, desde cualquier sucursal del banco.
Se deberá remitir al C.E. una copia del comprobante del depósito siendo éste el único documento de constancia de pago.
8.7. El importe del sellado del Contrato de Participación será abonado por partes iguales entre el Expositor y la Exposición.
8.8. Depósito de garantía. Los Expositores deberán realizar un depósito de garantía en los términos del Artículo 26 y concomitantes del Reglamento de Contrataciones Decreto N° 3300/72 (T. O. 2004).
8.9. El Comité Ejecutivo queda facultado para realizar las bonificaciones que considere oportunas a los Expositores en general.

ARTÍCULO 9.- Incumplimientos y Multas. El incumplimiento de los términos del artículo anterior provoca:
a) La cancelación de la reserva o utilización del lote siendo la fecha límite el 1 de setiembre de 2006
b) La mora automática de pleno derecho, por el mero transcurso del tiempo, sin necesidad de que medien comunicaciones de ninguna índole; facultando al C.E. a adjudicar el stand o lote a terceros. 9.1. Si por cualquier motivo, el Expositor decidiere no participar en la muestra, perderá todo derecho a la devolución del importe abonado, teniendo el C.E. la facultad de utilizar estos espacios.
9.2. Si el Expositor resolviera reducir el espacio adquirido por el Contrato de Participación, perderá el derecho al lugar que tuviera asignado, debiendo solicitar por escrito una nueva ubicación. El C.E. podrá acceder o no al pedido, considerando los intereses generales de la Exposición.
9.3. El C.E. tiene la facultad de cancelar y adjudicar a terceros los lotes abonados pero no ocupados el día estipulado para la finalización de la construcción de stands (21 de septiembre de 2006), perdiendo el Expositor original todo derecho sobre los importes abonados.
9.4. A los efectos de preservar la imagen de conjunto de la muestra y los intereses particulares de cada Expositor, el C.E. establece que los Expositores que no hayan terminado la construcción de los stands en el tiempo estipulado, serán sancionados con una multa, en concepto de daños y perjuicios, cuyo importe será el doble del valor del stand adquirido (se sugiere a los Expositores hacer incluir esta penalidad en los contratos que suscriban con sus respectivos constructores de stands). 9.5. Si en la fecha establecida para la inauguración de la Exposición se adeudaran importes por servicios adicionales y/o cualquier otro concepto, el C.E. podrá disponer la clausura del stand sin indemnización ni reintegro alguno, hasta que dichos importes hayan sido cancelados.

ARTÍCULO 10.- Limitación de responsabilidades. Con la firma del Contrato de Participación, el Expositor renuncia expresamente a cualquier clase de reclamo contra la entidad organizadora que es la Secretaría de Turismo y Deporte de la Provincia de Buenos Aires, como así también contra la entidad que tiene a cargo la coordinación general.

ARTÍCULO 11.- Horarios. El Expositor deberá ajustarse estrictamente a los horarios que dispuso el C.E. que son:
11.1. Acreditaciones: de 10 a 12 hs. Profesionales: viernes 22 de septiembre de 13 a 21 hs.
Al público en general: sábado 23 de septiembre de 13 a 21 hs y domingo 24 de septiembre de 13 a 21 hs.
11.2. Armado de stands. Los días 20 y 21 de septiembre de 8 a 22 horas. fuera de este plazo no se permitirán trabajos en los stands. 11.3. Los Expositores podrán ingresar al predio para carga y descarga de mercaderías por la Av. Sarmiento y Cerviño el día 21 de Septiembre dentro del horario de 8 a 22 horas.
11.4. En cuanto a la reposición de mercaderías y folletería durante la muestra, el horario será de 10 a 12 horas.
11.5. Los Expositores están obligados a desarmar y retirar los productos y elementos de decoración de su stand desde las 21 horas del día 24 de septiembre hasta las 8 horas del día 25 de septiembre, momento en que deberá devolver el lote en las mismas condiciones que lo recibieron.
11.6. El horario de la inauguración oficial será comunicado oportunamente a través de un Boletín Informativo. 11.7. Para casos especiales el Expositor solicitará por escrito la autorización al C.E. con 10 días de anticipación.

ARTÍCULO 12.- Seguridad. El C.E. no se hace responsable por los daños que pueden producir al Expositor las deficiencias de las instalaciones de luz y fuerza motriz, desagües, etc. Tampoco se hace responsable si por cualquier hecho y/o evento al que sea ajeno, se produjera la interrupción de estos servicios.
12.1. El Expositor se obliga a colocar dispositivos de protección y seguridad para los equipos expuestos.
12.2. En ningún caso podrán obstruirse, cerrarse accesos o instalaciones fijas, ni apoyarse en las instalaciones existentes, columnas, bocas contra incendios, paredes, cordones, farolas eléctricas, gabinetes, toma de electricidad, cabinas telefónicas, etc.
12.3. Los materiales que se empleen para la construcción de los stands deberán cumplir con las condiciones de seguridad que establecen las normas vigentes. Igualmente, los elementos de decoración deberán cumplir las mismas características que los de construcción, no pudiendo utilizar ningún tipo de material y/o producto que sea combustible. Asimismo, para poder realizar trabajos y/o demostraciones a llama abierta, el Expositor deberá contar con el permiso del C.E.
12.4. Los Expositores son responsables y se harán cargo ante el C.E. de los deterioros que produzcan los constructores de stands que contraten, camiones y/o fletes de sus empresas y/o contratados por su cuenta o por cuenta de sus constructores/armadores de stands, a las instalaciones fijas y/o provistas por La Rural y/o suministradas por la Exposición.

ARTÍCULO 13.- Credenciales. El C.E. entregará a los Expositores una credencial de "Expositor" por cada metro cuadrado ocupado, como máximo diez credenciales. Para mayor cantidad deberá solicitarse por nota al C.E. Cada credencial es válida para una persona, sin limitación de ingresos. Estas credenciales serán destinadas a los directivos y ejecutivos del Expositor.
13.1. La Exposición entregará a cada Expositor una credencial de "Personal de Stand", como máximo veinte. Cada credencial es válida para una persona y tendrá derecho solamente a un acceso diario a la muestra.
13.2. La Exposición entregará a los Expositores una credencial de "Constructor de Stands", como máximo veinte. Las credenciales de "Constructor de Stand" tendrán validez solamente durante los lapsos de armado (del día 19 al 22 de Septiembre de 2006 y de desarme (día 25 de septiembre de 2006). Carecerán de valor las credenciales no personalizadas.
13.3. Las credenciales indicadas se entregarán al Expositor una vez satisfecha la totalidad de sus pagos por todo concepto, Certificado de Garantía o libre deuda.
13.4. Los Expositores y su personal están obligados a permitir el examen de los bultos y/o vehículos que entren y/o salgan del Predio La Rural.
13.5. No se autoriza el ingreso de vehículos al Predio La Rural durante el período de habilitación de la muestra al público. En los períodos de montaje y desarme de los stands, los vehículos podrán permanecer dentro de La Rural el tiempo autorizado por Ogden Rural S.A. para carga y/o descarga y en los lugares que el C.E. determine para tal fin.
13.6. Las credenciales son personales, el uso indebido de las mismas faculta al C.E. a retirar y prohibir la entrada a la muestra a las personas implicadas en dichas anormalidades.

ARTÍCULO 14.- Invitaciones. El C.E proveerá de tarjetas de invitación al Acto Inaugural para invitados del Expositor en cantidad de 1 por cada dos metros cuadrados de módulo arrendado.
14.1. El C.E proveerá de tarjetas de invitación para invitados del Expositor en cantidades que se determinará, teniendo en cuenta los metros cuadrados que utiliza el Expositor.
14.2. Las únicas invitaciones aceptadas por los controles de acceso para permitir el ingreso a la muestra, serán las oficiales entregadas por la FERIA BUENOS AIRES TURISMO 2006. No tendrán validez otras invitaciones o credenciales que puedan existir.

ARTÍCULO 15.- Normas para proyectos y realización de stands. El Expositor, en lo referente a la documentación de

proyectos, construcción y desarme de los stands, como a los servicios adicionales, deberá ajustarse a este Reglamento General, sus Planillas anexas, Comunicados Técnicos y Boletines Informativos emanados del C.E.

ARTÍCULO 16.- Aplazamiento y anulación. En caso fortuito o de fuerza mayor el C.E. se reserva el derecho de modificar las fechas, horarios o plazos previstos.

ARTÍCULO 17.- Excepciones y modificaciones. En casos excepcionales el C.E. se reserva el derecho a efectuar modificaciones al presente Reglamento y las autorizaciones a los Expositores, que a su mejor saber y entender considere conveniente para el mayor éxito de la muestra.

ARTÍCULO 18.- Obligaciones del Expositor. Los Expositores deberán obligatoriamente hacer conocer las disposiciones del Contrato de Participación y de este Reglamento General al personal de stands y contratistas.

18.1. Seguros. Ni la FERIA BUENOS AIRES TURISMO 2006 ni la Secretaría de Turismo y Deporte de la Provincia de Buenos Aires asumen la responsabilidad por los daños o perjuicios que sufran el Expositor, su personal o sus bienes y/o terceras personas durante su permanencia en la Exposición. Por lo tanto no se reconocerá indemnización alguna por robo, hurto, incendio, rayo, tempestad, explosión, penetración de agua, humedad, accidentes, daños a terceras personas o bienes, sabotajes u otros perjuicios cualesquiera sea su origen. Por consiguiente los Expositores, para cubrir su responsabilidad deberán obligatoriamente tomar seguro de responsabilidad civil e incendios y renunciar a toda acción legal contra FERIA BUENOS AIRES TURISMO 2006 y la Secretaría de Turismo y Deportes de la Provincia de Buenos Aires, su personal, contratados y/o restantes Expositores.

18.2. Para el ingreso al sector será condición esencial que los dependientes del Expositor y/o los de sus proveedores la acreditación que tales personas cuentan con: a) Cobertura por Seguro de Vida Obligatorio y b) Cobertura de una Aseguradora de Riesgo de Trabajo por accidentes. A tales efectos deberán presentar los respectivos certificados de cobertura con los listados del personal de cada empleador.

18.3. Para el ingreso al sector será condición esencial que el Expositor y sus contratados sin relación de dependencia, como contratistas, promotores, directivos, etc. acrediten que han contratado un Seguro de Accidentes Personales.

18.4. Seguridad. Si en el stand es instalado algún equipo y/o máquina, cuando funcione deberá contar con la atención y vigilancia permanente de un operador y deberá estar provisto de los elementos de seguridad normalizados.

El C.E. podrá establecer los períodos de funcionamiento de las máquinas y/o equipos, como así también prohibir dicho funcionamiento si estima que significa algún peligro, molestia y/o ruido excesivo, que perturbe el normal desenvolvimiento de la FERIA BUENOS AIRES TURISMO 2006.

18.5. El Expositor deberá instalar obligatoriamente dentro de su stand, de acuerdo a las disposiciones vigentes, matafuegos que deberán ubicarse en lugares accesibles y a la vista, para su rápido uso en caso de necesidad. Los matafuegos deberán ser de polvo químico triclase (para fuegos de tipo "A", "B" y "C") y de 10 litros por cada 50 m2 o fracción. Es importante que el personal de stand sea adiestrado en el manejo de los matafuegos, para poder actuar con rapidez y eficacia, si las circunstancias así lo exigiesen.

En caso de producirse un foco de incendio, el Expositor deberá:

a) Comunicarlo a Intendencia.

b) Evitar la propagación del fuego: con el uso de matafuegos y el retiro de productos próximos al foco.

c) Evitar cualquier comportamiento que pueda inducir al pánico.

Los Expositores no podrán tener combustibles, productos inflamables, ni explosivos dentro de su stand, ni hacer funcionar motores de combustión interna. Cuando sean utilizados solventes para limpieza, se deberá proveer un recipiente con tapa abisagrada para depositar trapos, estopas, etc. El contenido de estos recipientes debe ser retirado al fin de cada día.

18.6. Atención de stands. El Expositor está obligado a mantener personal de atención del stand, preferentemente técnico, durante todo el horario de apertura al público.

18.7. Todas las estipulaciones establecidas en el Manual del Expositor compuesto por este Reglamento General, Plano de Distribución de Stands en el Pabellón Azul y Planillas anexas 1, 1A, 1B, 2, 3 y 4 además de los Boletines Informativos y Comunicados Técnicos emanados del C.E. son de cumplimiento obligatorio; si por cualquier razón el Expositor incurriera en el incumplimiento total o parcial de las mismas, ello faculta al C.E., sin necesidad de interpelación alguna, a dar por terminada la relación contractual, quedando las sumas percibidas hasta el momento en beneficio de la FERIA BUENOS AIRES TURISMO 2006, y a exigir el total adeudado sin perjuicio del derecho de retención que podrá ejercer sobre los materiales y elementos que ocupen el lote utilizado hasta el pago total de las sumas reclamadas. 18.8. Dado que el Predio no posee franquicias especiales, la comercialización de cualquier producto debe hacerse respetando la totalidad de las disposiciones legales vigentes aplicables a su actividad en especial las de seguridad, higiene y moralidad, laborales, provisionales, impositivas, de salud pública, de identificación de mercadería, de comercio, etc.; los requisitos y actos exigidos por el GCBA, la Policía Federal (inclusive Dirección de Bomberos), AFIP, SADAIC, AADI-CAPIF, ARGENTORES y cualquier otra entidad o repartición pública o privada con

competencia para el ordenamiento, control, inspección o percepción de derechos respecto a las actividades que se realicen en el sector.
18.9. Finalizado el desarme y previo a su retiro, el Expositor deberá solicitar el Certificado de Salida en la Intendencia del Predio. Si así no lo hiciera, se establece la obligación de aceptar la liquidación de los gastos ocasionados realizada por Ogden Rural S.A. y/o el C.E., sin derecho a reclamo alguno.

ARTÍCULO 19.- Responsabilidad del Expositor. El Expositor será responsable de los daños personales y materiales ocasionados dentro y fuera del stand por su personal y/o por los objetos que expone.
El C.E. recibirá del Expositor el espacio asignado, en las mismas condiciones que le fuera entregado. Si se comprobaran deterioros, el C.E. procederá a la reparación por cuenta y gasto del Expositor.
Los daños y perjuicios que pueda ocasionar el Expositor y/o sus empresas contratadas, su personal, vehículos y/o cosas de su propiedad, dentro del Predio Ferial, serán indemnizados por el Expositor en el término de 24 hs. desde su intimación. Si el valor de los daños superase el importe del Documento de Garantía entregado oportunamente, se prohibirá el retiro de los bienes de propiedad del Expositor.

ARTÍCULO 20.- Catálogo. El Expositor podrá figurar con sus datos básicos (Nombre de la empresa, contacto, dirección, localidad, C.P., T.E., e-mail, servicios que presta) en el Catálogo en forma gratuita. La información correspondiente deberá ser presentada antes del 1 de setiembre de 2006 en los formularios que les serán entregados para tal fin. La FERIA BUENOS AIRES TURISMO 2006 y la Secretaría de Turismo y Deporte no se responsabilizan por información errónea o la no figuración en el mismo.

III - SERVICIOS OFICIALES.

ARTÍCULO 21.- Infraestructura, armado y desarmado de stands. El Expositor para la realización de estas tareas deberá proceder a la contratación de las empresas autorizadas por Ogden Rural S.A., las que se detallan en la Planilla anexa 5 y/o las autorizadas por el Comité Ejecutivo.

ARTÍCULO 22.- Vigilancia. La Exposición establecerá personal de vigilancia general, para procurar orden y atender imprevistos, pero no se responsabiliza del material y objetos depositados en cada stand o daños que puedan sufrir los objetos, muestras, materiales de montaje y de exhibición, antes, durante, ni después de la celebración de la Exposición.
22.1. El Expositor podrá disponer en su stand de vigilancia adicional, debiendo contratar a tal efecto a la Empresa de Vigilancia Oficial del Predio, a través del formulario de Solicitud de Servicios del Manual del Expositor.

ARTÍCULO 23.- Limpieza. La FERIA BUENOS AIRES TURISMO 2006 dispondrá de personal de limpieza del recinto. La limpieza de los stands estará a cargo de los Expositores que se obligan a mantener los stands en impecables condiciones de aseo durante el horario de apertura al público. Para tal fin, las tareas de mantenimiento que se efectúen durante el horario de visita, deberán realizarse sin molestar al público ni deslucir la calidad de la muestra.
23.1. Los Expositores deberán disponer en sus Stands de servicio de limpieza, debiendo contratar a tal efecto a la Empresa Oficial del Predio, a través del formulario de Solicitud de Servicios del Manual del Expositor.

ARTÍCULO 24.- Iluminación y energía. El Expositor que necesitare instalaciones adicionales, deberá contratarla exclusivamente con la Empresa Oficial del Predio, en el Departamento Técnico a través del formulario de Solicitud de Servicios del Manual del Expositor.

ARTÍCULO 25.- Conexiones de agua y desagüe. Las conexiones de agua y desagüe serán realizadas por personal de Ogden Rural S.A. y el costo correrá por cuenta del Expositor. Las mismas consisten en una boca de 1/2 pulgada con llave de paso para agua y 2 pulgadas para desagüe, que se instalarán en el límite del stand más próximo a las canaletas de servicios. Se deberán solicitar dichas conexiones a través del formulario de Solicitud de Servicios del Manual del Expositor al Departamento Técnico antes del día 1 de setiembre de 2006. ARTÍCULO 26.- Movimiento de maquinarias y equipos. El Expositor que necesitare utilizar el servicio de movimiento de maquinarias y equipos, logística, carga y descarga dentro del predio, deberá realizarlo en forma exclusiva con la empresa oficial, a través del formulario de Solicitud de Servicios del Manual del Expositor.

IV- NORMAS PARA LA REALIZACION DE INSTALACIONES ELECTRICAS

ARTÍCULO 27.- El arrendamiento da derecho a una potencia máxima instalada sin cargo de 50w por metro cuadrado durante el horario especificado para el funcionamiento de la Exposición. El excedente deberá ser solicitado conforme al formulario Solicitud de Servicios adjunto con no menos de quince (15) días antes del ingreso al Predio. El excedente solicitado deberá ser abonado a razón de Dólares Estadounidenses sesenta (u$s 60,00.-) o su equivalente en Pesos cotización tipo vendedor del Banco Nación Argentina a la fecha del pago más IVA por Kw adicional. Si una vez iniciada la muestra, inspeccionado el stand, se comprobara un consumo mayor que el solicitado por el Expositor, la Administración del Predio podrá cortar el suministro o en su defecto brindarlo, en cuyo caso el Expositor deberá abonar el Kw a razón de Dólares Estadounidenses noventa (u$s

90,00.-) o su equivalente en Pesos cotización tipo vendedor del Banco Nación Argentina a la fecha del pago más IVA por Kw adicional.

ARTÍCULO 28.- Suministro y tendido. La energía eléctrica será suministrada desde los tableros existentes en el pabellón. El tendido de las líneas hasta los tableros, lo realizará el Expositor con conductores de cobre de sección no inferior a 2,5 mm. Cuando las acometidas sean subterráneas, se debe usar cable tipo Sintenax. Las acometidas monofásicas se permiten sólo hasta 3 Kw, para potencias mayores la línea será trifásica equilibrando las corrientes. El acceso a tableros está vedado al Expositor. Ogden Rural S.A. suministrará borne de tierra para seguridad. Será obligatoria la instalación de un interruptor general termomagnético, borne a tierra e interruptor diferencial, caso contrario no se suministrará energía eléctrica. El cable de tierra será identificable del neutro y del resto de los conductores activos. En ningún caso la tensión de contacto será superior a los 24 Volts, siendo esto responsabilidad del Expositor, como así también la calibración de las protecciones para su funcionamiento correcto. Toda instalación eléctrica que ejecute el Expositor, debe cumplir con la REGLAMENTACION PARA LA EJECUCION DE INSTALACIONES ELECTRICAS EN INMUEBLES de la Asociación Electrotécnica Argentina (AEA), edición de septiembre de 1996 o la que la modifique o reemplace. A su requerimiento, Ogden Rural S.A. le entregará con cargo un ejemplar de este documento. La FERIA BUENOS AIRES TURISMO 2006, la Secretaría de Turismo y Deporte de la Provincia de Buenos Aires y Ogden Rural S.A. no se responsabilizan por el mal funcionamiento de las instalaciones de luz y fuerza motriz de los stands. Todas las máquinas y o equipos que se instalen estarán conectados a tierra y los que se instalen en el piso o al alcance del público deberán estar protegidas contra contactos directos.

ARTÍCULO 29.- Habilitación de la instalación. Una vez ejecutada la instalación eléctrica, se presentará por cuadriplicado, el formulario "Certificado de Ejecución de Instalación Eléctrica Declaración de Conformidad" debidamente cubierto en todos sus items y una fotocopia firmada de la credencial que acredita a su instalador electricista como inscripto en el Instituto de Habilitación y Acreditaciones (APSE IHA), teléfono (54-11) 4804-2822, calle Posadas 1657 de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. La categoría del instalador responsable debe ser la que corresponda a la tabla fijada por el ENRE.
La documentación se entregará a personal de Trafoconsult S.R.L. destacado en el Predio, como requisito para solicitar la conexión del suministro. Dos copias del Certificado le serán devueltas visadas por Trafoconsult S.R.L. Los formularios deben ser solicitados al personal de Trafoconsult S.R.L. o en su defecto al Departamento de Servicios.

ARTÍCULO 30.- Requisitos para instalación eléctrica ejecutada por terceros dentro de La Rural. A continuación se mencionan los requisitos mínimos a cumplir por los Expositores, sus instaladores y por los matriculados que firmen los respectivos Certificados de Conformidad:
30.1. Cables Permitidos: Se admiten el uso de cables multipolares con conductor de cobre, aislamiento de plástico y envoltura de material plástico.
30.2. Cables prohibidos: No se permite el uso de cables tipo bipolar aislado en plástico sin envoltura exterior (denominado "cable paralelo").
30.3. Canalización: La Reglamentación para la Ejecución de Instalaciones Eléctricas en Inmuebles, de la Asociación Electrotécnica Argentina, admite el uso de bandejas porta cables con o sin tapa removible, plásticas, metálicas o de otros materiales no higroscópicos, de rigidez mecánica adecuada y auto extinguibles. Se asimila a esta definición a la canalización por rieles porta luminarias, parte superior horizontal de la paneleria e interior de columnas.
30.4. Fijación de tomas de uso general (TUG) o especial (TUE): Los tomas deben montarse en posición fija. Si no es posible la fijación con tornillos (u otra que no produzca daño a los paneles, por restricciones de la empresa proveedora), se sugiere armar cajas plásticas y utilizar un elemento autoadhesivo bicapa cuya remoción y limpieza es sencilla y satisface el requisito de seguridad aceptablemente.
30.5. Cada stand debe tener su estructura con conexión a tierra. El punto de puesta a tierra debe identificarse con una cinta autoadhesiva de color verde o verde-amarilla visible desde el nivel de piso.
30.6. Bastidores, columnas u otros elementos metálicos portantes de equipos eléctricos de cualquier naturaleza (luminarias, tomas, motores, transformadores, etc.) deben tener conexión a tierra.
30.7. Cada tablero de los stands debe equiparse con disyuntor diferencial adecuado a la potencia instalada, llave termomagnética general y seccionales. Antes de habilitar la instalación se deberá realizar una prueba de operaciones del disyuntor diferencial.

V - NORMAS PARA EL PROYECTO Y CONSTRUCCION DE STANDS.

ARTÍCULO 31.- Control. Las normas del presente Reglamento son de cumplimiento obligatorio. El C.E. podrá observar, corregir por cuenta del Expositor, prohibir y/o clausurar los stands que no se ajusten a estas normas.
31.1. Se define como módulo el espacio indicado en planos con su correspondiente numeración y medidas. Se define como lote el total del espacio utilizado, y que puede estar formado por uno o más módulos.
31.2. A todos los efectos identificatorios del Expositor (señalización, catálogo de expositores, etc.), se le adjudicará el

número menor de los números de módulos utilizados por un mismo Expositor.
31.3. De considerarse conveniente, el C.E. emitirá Comunicados Técnicos complementarios de estas normas, los cuales serán publicados en los Boletines Informativos, se recomienda a los Expositores que comuniquen esa información a los respectivos proyectistas y/o constructores de stands. Dichos comunicados son de pleno cumplimiento al igual que el presente Reglamento.

ARTÍCULO 32.-. Límites. El Proyecto y dirección de stands de más de cien (100) metros cuadrados y/o más de una planta deberá estar a cargo de un profesional arquitecto o ingeniero.
32.1. Ningún elemento puede exceder los límites del lote, en altura y superficie, sin previa autorización del C.E.

ARTÍCULO 33.- Presentación de planos y ficha técnica. Los Expositores deberán presentar indefectiblemente antes del 31 de agosto de 2006 en la Oficina Técnica de FERIA BUENOS AIRES TURISMO 2006, calle 53 N° 510 C.P. 1900 La Plata Provincia de Buenos Aires, teléfono / Fax (54 - 0221) 429- 4038, para su aprobación dos copias de planos en escala 1:20 ó 1:50, cada copia con una elevación y una planta del stand (no perspectiva) y la ficha técnica que figura en el Manual del Expositor con la información completa que se requiere. Cada copia tiene que indicar todas las medidas, materiales a emplear; ubicación de los productos informando que son y si funcionarán o no; instalaciones de luz, fuerza motriz, agua y desagüe; ubicación y medidas de carteles; ubicación de matafuegos.

ARTÍCULO 34.- Sonido. No se podrán colocar parlantes u otros artefactos emisores de sonido en el exterior del stand.
34.1. Los Expositores que deseen exhibir o instalar equipos emisores de sonido, (cine sonoro, video casseteras, audiovisuales, etc.) deberán instalarlos en recintos acústicamente aislados. El nivel sonoro audible en el exterior no deberá superar los 20 Db.

ARTÍCULO 35.- Requisitos necesarios para iniciar la construcción. Tener firmado el Contrato de Participación.
35.1. Haber abonado la totalidad del precio establecido en el Contrato de Participación.
35.2. Tener los planos aprobados.
35.3. Tener firmada el acta de recepción del lote y libre deuda.

VI - NORMAS ESPECIALES PARA STANDS.

ARTÍCULO 36.- Generalidades. Los Expositores contaran solo con:
a) el replanteo de la superficie arrendada y el piso alfombrado en color establecido por el C.E.
b) Conexión eléctrica de 220 V, 50 Ciclos (50 WTS x m2) por módulo contratado por el periodo que dure la muestra.
c) Vigilancia general de áreas comunes.
d) Limpieza general de áreas comunes.
e) Credenciales.
f) Figuración en catálogo original.
g) Publicidad y promoción general según determine el C.E.

ARTÍCULO 37.- Altura de las construcciones. La altura de las construcciones no podrá exceder los cuatro (4) metros en su construcción perimetral y los seis (6) metros en su construcción interior, debiéndose retirar un (1) metro de las medianeras y/o límites.
37.1. La medida de las columnas existentes en el Pabellón Azul, es de 120 cm. de diámetro.

ARTÍCULO 38.- Techos. Son obligatorios en los recintos en que funcionan equipos emisores de sonido. En los demás casos, sólo se admiten vigas para sostén de artefactos de iluminación.
38.1. Los techos que cubren los distintos stands deberán ser de material incombustible y deberán ser autoportantes, es decir, no podrán apoyarse sobre los tabiques medianeros.
38.2. De existir la necesidad de colgar elementos del techo del Pabellón se deberá requerir la correspondiente autorización a la Gerencia de Operaciones del Predio La Rural.

ARTÍCULO 39.- Pisos. En los pisos existentes queda terminantemente prohibido perforar los pavimentos, instalar materiales de albañilería (ladrillos, cementos, cal, mezcla, yeso, tierra, arena, etc.), ni realizar ningún tipo de construcción húmeda, ni fijar en ellos alfombras o elementos de construcción con cemento de contacto o similares; debiendo fijarse únicamente con cinta adhesiva doble cara que no deje residuos, o bien en tarimas o cualquier otro medio independiente del pavimento.
Las telas que se utilicen deberán estar ignifugadas.
39.1. El suelo del Pabellón Amarillo puede soportar una carga de hasta 2.000 kilos por metro cuadrado. Las cubiertas de las canaletas de suministro de servicios no podrán ser utilizadas como soporte de cargas puntuales.
Los objetos pesados, máquinas o columnas deberán repartir el peso apoyándose sobre planchas de hierro o tablones de madera de sección suficiente. No se admiten fundaciones ni cimientos.
39.2. Toda contravención a lo expresado será facturada al Expositor por Ogden Rural S.A. de acuerdo a su costo de reparación.

ARTÍCULO 40.- Medianeras. Solo se admiten las provistas por el C.E. sin agregados. Los tabiques no pueden usarse para soportes de vitrinas, cielorrasos u otros elementos.
Sobre los paneles se podrá fijar únicamente autoadhesivos siempre que se puedan retirar sin deteriorar la superficie.

ARTÍCULO 41.- Frentes de Stands. Se

podrán cerrar exclusivamente con:
a) Exhibidores de productos (vitrinas, mesas) y cerramientos de recintos privados, los que deberán ser transparentes entre 1m y 2,20 m hasta el 70 % del largo del frente.
b) Cenefas a partir de los 2,20 m.
En los frentes no se permiten carteles promocionales, solamente el logotipo y el nombre del Expositor sobre la cenefa cada 3 m. de frente.

ARTÍCULO 42.- Ubicación de las máquinas. De exhibirse máquinas de pie de cualquier tipo deben ubicarse separadas entre si por 0,80 m. como mínimo, sin excepción.
42.1. Las máquinas en funcionamiento o de gran volumen deberán tener una separación proporcional a sus tamaños, y que permita el libre desplazamiento de sus elementos móviles, la seguridad de operarios, público y la apreciación de sus partes. Esta separación está sujeta a aprobación del C.E.
42.2. Las máquinas en funcionamiento deberán estar retiradas, como mínimo por 0,80 m. del frente del stand.

ARTÍCULO 43.- Iluminación y proyecciones audiovisuales. Pueden iluminarse únicamente los productos y los paneles explicativos. Los artefactos instalados no deben molestias al público ni a los stands circundantes.
Los artefactos de iluminación únicamente pueden estar fijados en:
a) Piso, debidamente aislados y protegidos contra golpes.
b) Las estructuras provistas por la FERIA BUENOS AIRES TURISMO 2006 hasta 2,50 m. de alto (paneles, columnas existentes)
c) Columnas que instale el Expositor, con 3,50 m. de altura máxima y sección máxima de 0,30 x 0,30 m.; máximo 1 columna por cada 10 m2 de superficie de stand.
d) Las reticulas de cielorraso.
43.1. Las proyecciones, videos o multimedios en general para demostración de productos deberán tener especificada su ubicación en los planos correspondientes al stand.
El C.E. se reserva el derecho a cancelar las demostraciones en caso de verificar que las mismas son causa de molestias.
43.2. Quedan prohibidos los carteles a destellos, luces intermitentes o giratorias, etc. Se admiten las transparencias fijas de productos permitidos adosados a paneles hasta el 20% de la superficie de los mismos.

ARTÍCULO 44.- Las partes convienen, en el supuesto de existir controversias motivadas por el presente, la competencia de los Tribunales Ordinarios del Departamento Judicial de La Plata, Provincia de Buenos Aires, renunciando expresamente a cualquier otro fuero o jurisdicción.

Contrato de Participación

*Declaro conocer, respetar y cumplir el Reglamento General y Técnico, acatando sus reglamentaciones y disposiciones, planos y precios correspondientes, solicitando por el presente nuestro deseo de participar como expositores de Febat 2006
*Cada participante deberá acompañar con el presente contrato las planillas 2, 3 y 4.

Datos del solicitante

Institucional

Municipio / Localidad:
Nombre con el que desea figurar en el Cartel Expositor y Catálogo (máximo 15 caracteres).

Dirección: Localidad: CP: País:
Responsable ante el C.E. (Comité Ejecutivo):
Fecha...../...../2006 Teléfono: Fax: E-mail:
Recursos, productos o Servicios a exponer:
Sierra ☐ Campo ☐ Ciudades ☐ Ríos y Lagunas ☐ Delta ☐ Playa ☐ Turismo Cultural ☐ Turismo Religioso ☐ Termas ☐
Otros (especificar):

Espacio (Subsidiado al 100%)

Piso ☐ Superficie: Mts.²

Stand Modulado ☐ Cantidad de Modulos ☐

La Plata,.....,2006

Uso interno de Comité Ejecutivo

Fecha de ingreso:
Aprobado Comité Ejecutivo:

Firma y Aclaración

Firma y Aclaración

Contrato de Participación

*Declaro conocer, respetar y cumplir el Reglamento General y Técnico, acatando sus reglamentaciones y disposiciones, planos y precios correspondientes, solicitando por el presente nuestro deseo de participar como expositores de Febat 2006
*Este contrato deberá ser sellado con el impuesto de sellos del 1% del valor total del contrato en cualquier sucursal del Banco Provincia de Bs. As.
*Cada participante deberá acompañar con el presente contrato las planillas 2, 3 y 4.

Datos del solicitante

Empresa

Empresa Solicitante:
Nombre con el que desea figurar en el Cartel Expositor y Catálogo (máximo 15 caracteres). No indicar marca de producto.

Dirección: Localidad: CP: País:
Responsable ante el C.E. (Comité Ejecutivo):
Fecha...../...../2006 Teléfono: Fax: E-mail:
Recursos, productos o Servicios a exponer:
Sierra ☐ Campo ☐ Ciudades ☐ Ríos y Lagunas ☐ Delta ☐ Playa ☐ Turismo Cultural ☐ Turismo Religioso ☐ Termas ☐
Otros (especificar):

Espacio y Costo

Comparte espacio o stand? Si ☐ No ☐ si comparte espacio se deberá llenar planilla 1 B
Stand N°..... Sup-..... Mts. Valor Total $.....
Stand MODULADO $.....

Condiciones de pago: con el contrato de inscripción vencimiento 1 de Septiembre de 2006.
El importe será abonado con deposito a : Gobernación Fondo Provincial de Turismo Banco Provincia Bs. As. Cuenta N 1787/3.
Una vez realizado el depósito se remitirá una copia del comprobante a Calle 53 N 510 (1900) La Plata, Pcia. de Buenos Aires, tel/fax: 0221-4294038 e-mail febat@styd.gba.gov.ar www.turismoydeporte.gba.gov.ar/febat siendo la fecha 01/09/2006 de vencimiento, debiendo el expositor tener abonada la totalidad del precio convenido para participar en Febat 2006.
En caso de no abonarse en término la obligación contratada, se perderá automáticamente el usufructo del lote asignado y el monto adelantado. Toda reserva tiene validez por 48 hs. hábiles.
El pagos deberá realizarse puntualmente. El no cumplimiento en término acarreará la aplicación de las penalidades indicadas en los puntos del Reglamento General.
Por cualquier controversia judicial las partes pactan la competencia de los Tribunales Ordinarios del Departamento judicial de La Plata, con exclusión de cualquier otro.
Las partes constituyen domicilio, en lo denunciado en el presente instrumento, suscribiéndose de conformidad dos ejemplares de un mismo tenor y a un solo efecto.

Uso interno de Comité Ejecutivo

Fecha de ingreso:
Aprobado Comité Ejecutivo:

Firma y Aclaración Firma y Aclaración

Planilla anexa para coparticipantes en módulos o islas

*Declaro conocer, respetar y cumplir el Reglamento General y Técnico, acatando sus reglamentaciones y disposiciones, planos y precios correspondientes, solicitando por el presente nuestro deseo de participar como expositores de Febat 2006
*Este contrato deberá ser sellado con el impuesto de sellos del 1% del valor total del contrato en cualquier sucursal del Banco Provincia de Bs. As.
*Cada participante deberá acompañar con el presente contrato las planillas 2, 3 y 4.

Datos del solicitante

Empresa

Empresa Solicitante:
Nombre con el que desea figurar en el Cartel Expositor y Catálogo (máximo 15 caracteres). No indicar marca de producto.

Dirección: Localidad: CP: País:
Responsable ante el C.E. (Comité Ejecutivo):
Fecha...../...../2006 Teléfono: Fax: E-mail:
Recursos, productos o Servicios a exponer:
Sierra ☐ Campo ☐ Ciudades ☐ Rios y Lagunas ☐ Delta ☐ Playa ☐ Turismo Cultural ☐ Turismo Religioso ☐ Termas ☐
Otros (especificar):

Espacio y Costo

Comparte espacio o stand? Si ☐ No ☐ si comparte espacio se deberá llenar planilla 1 B
Stand N°..... Sup-..... Mts. Valor Total $.....
Stand MODULADO $.....

Condiciones de pago: con el contrato de inscripción vencimiento 1 de Septiembre de 2006.
El importe será abonado con deposito a : Gobernación Fondo Provincial de Turismo Banco Provincia Bs. As. Cuenta N 1787/3.
Una vez realizado el depósito se remitirá una copia del comprobante a Calle 53 N 510 (1900) La Plata, Pcia. de Buenos Aires, tel/fax: 0221-4294038 e-mail febat@styd.gba.gov.ar www.turismoydeporte.gba.gov.ar/febat siendo la fecha 01/09/2006 de vencimiento, debiendo el expositor tener abonada la totalidad del precio convenido para participar en Febat 2006.
En caso de no abonarse en término la obligación contratada, se perderá automáticamente el usufructo del lote asignado y el monto adelantado. Toda reserva tiene validez por 48 hs. hábiles.
El pagos deberá realizarse puntualmente. El no cumplimiento en término acarreará la aplicación de las penalidades indicadas en los puntos del Reglamento General.
Por cualquier controversia judicial las partes pactan la competencia de los Tribunales Ordinarios del Departamento judicial de La Plata, con exclusión de cualquier otro.
Las partes constituyen domicilio, en lo denunciado en el presente instrumento, suscribiéndose de conformidad dos ejemplares de un mismo tenor y a un solo efecto.

Uso interno de Comité Ejecutivo

Fecha de ingreso:
Aprobado Comité Ejecutivo:

Firma y Aclaración Firma y Aclaración

Texto de Cenefa (Stand)
completar uno por empresa que participe

Datos de la empresa

Empresa/expositor.....
Domicilio.....N°.....Loc.....Pcia.....
CP..... Tel.....Fax.....E-mail.....
Solicitamos se coloque el siguiente texto en tipografía normalizada, en la cenefa de nuestro stand.

Escriba en letra imprenta. El texto no debe exceder 15 caracteres

Texto descriptivo para catálogo

Solicitamos se coloque el siguiente texto descriptivo de las actividades, servicios, productos o antecedentes de nuestra empresa, en el catálogo de Febat 2006 (el texto no podrá exceder un máximo de 60 palabras.

Texto: Empresa:
Dirección:
Localidad:
Provincia:
País:
Teléfono / fax:
.e-mail:
Web: www:
Responsable:
Producto:
Este texto se incluirían sin cargo en el catálogo.

Fecha:.....
(Guarde una copia para su control)

Firma responsable:.....
Aclaración:.....

Ficha técnica

Solicitud Fuerza Motriz / Solicitud Agua - Desagüe

Ultimo día de presentación 1 de septiembre de 2006 (no se admitirán solicitudes posteriores)

Datos de la empresa

Empresa / Expositor.....

Domicilio.....N°.....Loc.....Pcia.....

CP..... Tel.....Fax.....E-mail.....

Texto identificatorio de stand en cenefa hasta 20 caracteres

.....

Solicitud de servicios adicionales

Ultimo día de presentación: 1 de septiembre de 2006

No se admiten solicitudes posteriores.

Expositor:.....

Stand N:.....

Conforme el Reglamento General de FeBAT 2006 solicitamos la provisión de corriente eléctrica:

Iluminación

Monofásica 220 V 50 ciclos para iluminación adicional de stands, hasta un máximo de 50 W por m2 de stands.....KW

Fuerza Motriz

Monofásica 220 V 50 ciclos para máquinas y equipos.....KW

Trifásica 380 V 50 ciclos para máquinas y equipos.....KW

Total de corriente eléctrica solicitada (a + b + c).....KW

Agua y Desagüe

Cañería de provisión Æ 12".....

Desagüe.....

Total de servicios adicionales (a + b + c + d + e).....$

Estos valores incluyen I.V.A. (Impuesto al Valor Agregado)

Se deberá entregar lista de equipos con la descripción y potencia de cada uno, indicando los que funcionarán simultáneamente.

Nombre del representante técnico de la empresa ante FeBAT 2006.

.....

Ficha técnica
Solicitud de Limpieza / Seguridad / Teléfono

Datos de la empresa

Empresa / Expositor.....

Domicilio.....N°.....Loc.....Pcia.....

CP..... Tel.....Fax.....E-mail.....

Solicitud de limpieza

Solicitamos el servicio de limpieza para nuestro stand N.....durante el periodo de exposición

Costo por Mt².	Area total del Stand	Costo Total
	I.V.A	
	Total	

Solicitud de Seguridad

Solicitamos el servicio de Seguridad particular para nuestro Stand N.....durante el periodo de la exposición.

Costo:		Total	
		I.V.A	
		Total	

Solicitud de Teléfono

Solicitamos el servicio de teléfono para nuestro stand N.....durante el periodo de exposición

Total por equipo	Cantidad de equipos	Total
	I.V.A	
	Total	

Enviar antes del 01/09/2006

Fecha:.....
(Guarde una copia para su control)

Firma responsable:.....
Aclaración:.....