



## INPROTUR

### INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

#### CONCURSO PÚBLICO NACIONAL N° 1/2022

**EX-2022-117195130- -APN-INPROTUR#MTYD**

**“Contratación de empresa idónea para el diseño, construcción, decoración, armado y gestión de medios para la participación del año 2023 en la feria FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO (FITUR) en Madrid, España, en su espacio institucional”**



## Presentación de ofertas:

Lugar/Dirección	Plazo y Horario
Suipacha 1111 Piso 12° – Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Dpto. Compras. Email: <a href="mailto:licitaciones@argentina.travel">licitaciones@argentina.travel</a>	Plazo: Hasta el xx de xxxxxx de 2022 – xx:00 hs.

## Apertura de ofertas:

Por intermedio de app Go To Meeting	Plazo y Horario
Suipacha 1111 Piso 12° – Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Dpto. Compras. Email: <a href="mailto:licitaciones@argentina.travel">licitaciones@argentina.travel</a>	Plazo: El xx de xxxxxx de 2022 – xx:00 hs.

En caso de que la presentación sea digital, se exige que tengan a bien enviar un único correo electrónico. El mismo debe contener toda la documentación de la oferta más la documentación legal requerida en formato PDF. Tengan a bien enviarlo en un único archivo unificado, para lo cual deberán unir todos los documentos necesarios firmados y aclarado en todas las hojas.

Si el tamaño del correo electrónico supera los 18MB deberán enviar un wetrasfer adjuntado dicha documentación, siendo que por el peso del documento podría poner el riesgo la entrega de su oferta.

Téngase presente que deben cumplir con todos estos requisitos de presentación.

**El acto de apertura se realizará de manera presencial y mediante la aplicación Go To Meeting. La participación en dicho acto no es obligatoria, sin perjuicio de lo cual, quien desee participar podrá descargarse la aplicación en el link: <https://meet.goto.com/install>, el instructivo se**



encuentra en: [https://www.gotomeeting.com/es-ar/meeting/online-meeting-upport?sc\\_lang=es-ar](https://www.gotomeeting.com/es-ar/meeting/online-meeting-upport?sc_lang=es-ar) (anexo I), se puede acceder al acto desde su equipo, tablet o smartphne: ....., también puede acceder desde su teléfono: Estados Unidos: .....  
Código de acceso: .....

A efectos de garantizar la máxima transparencia del procedimiento, se hace saber que el acto será grabado por medios digitales y almacenado informáticamente por el INPROTUR para su eventual consulta

## CONDICIONES PARTICULARES DE CONTRATACIÓN

Nombre del organismo contratante	INPROTUR – INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
----------------------------------	--

### Procedimiento de selección:

Tipo: CONCURSO PÚBLICO NACIONAL N° 1	Ejercicio: 2022
Clase: Etapa Única (Un Sobre).	
Expediente N°: EX-2022-117195130- -APN-INPROTUR#MTYD	

### Consultas:

Solo serán respondidas las consultas recibidas al correo electrónico: [consultas@argentina.travel](mailto:consultas@argentina.travel)

A fin de dar cumplimiento al Decreto N° 202/2017 se informa que el INPROTUR por voluntad propia amplía la nómina de autoridades según el siguiente detalle;

CARGO	NOMBRE	APELLIDO
Presidente	Matías	Lammens
Secretario Ejecutivo	Rubén Ricardo	Sosa
Director de Promoción Internacional	Hernán Alberto	Vanoli
Director de Productos Turísticos	Pablo Teodoro	Sismanian
Directora de Administración y Finanzas	Valeria Soledad	Martinez
Asesor Legal	Juan	Kassargian

Auditor Interno	Ricardo Gonzalo Santos
Coordinador de Compras y Contrataciones	Sebastián Tomás Nallar

**ARTÍCULO 1°: EFECTOS DE LA PRESENTACION DE LA OFERTA.** La presentación de la oferta, importa de parte del oferente el pleno conocimiento de toda la normativa que rige el llamado a contratación, la evaluación de todas las circunstancias, la previsión de sus consecuencias y la aceptación en su totalidad de las bases y condiciones estipuladas, sin que pueda alegar en adelante el oferente su desconocimiento, por lo que no será necesario la presentación de los pliegos de la contratación firmados con la oferta.

**ARTÍCULO 2°: PLAZOS.** Todos los plazos establecidos en el presente Pliego y en el Pliego de Especificaciones Técnicas se computarán en días corridos, salvo expresa disposición en contrario.

**ARTÍCULO 3°: COMUNICACIONES.** Las comunicaciones que se realicen entre el INPROTUR y los interesados, oferentes, adjudicatarios y contratistas, podrán llevarse a cabo personalmente, por correo electrónico, por fax, por carta certificada con aviso de retorno o telegrama colacionado con aviso de retorno, dirigida a la dirección de correo electrónico, número de fax o domicilio indicado por los interesados, oferentes, adjudicatarios o contratistas en su presentación.

Constituirá plena prueba de la notificación y de su fecha, el documento que en cada caso la registre: la copia certificada por el Departamento de Compras, el reporte emitido por el equipo utilizado o el aviso de retorno.

**Nota aclaratoria:** Si bien el artículo 14 del Reglamento de Compras y Contrataciones incluye como alternativa de comunicaciones el fax, se deja constancia que el INPROTUR no dispone –por el momento– de dicho medio de comunicación.

**ARTÍCULO 4°: ACLARACIONES AL PLIEGO DE BASES Y CONDICIONES PARTICULARES Y AL PLIEGO DE ESPECIFICACIONES TÉCNICAS.** Las consultas deberán ser efectuadas por correo electrónico a la dirección institucional del INPROTUR [consultas@argentina.travel](mailto:consultas@argentina.travel).



Solo serán contestadas aquellas que ingresen al Instituto hasta CUARENTA Y OCHO (48) horas hábiles antes del plazo previsto para la recepción de las ofertas.

**ARTICULO 5º: PLAZO Y LUGAR PARA PRESENTAR OFERTAS.** Las ofertas se presentarán en el lugar que se determine en la convocatoria, hasta el día y hora fijados en los avisos o invitaciones, o por medios electrónicos a la dirección [licitaciones@argentina.travel](mailto:licitaciones@argentina.travel) de acuerdo con lo previsto en el Régimen General de Compras y Contrataciones.

**ARTÍCULO 6º: REQUISITOS FORMALES PARA LA PRESENTACIÓN DE LAS OFERTAS.** Son requisitos formales para la presentación de las ofertas:

- a) Las ofertas deben estar dirigidas al Departamento de Compras del Instituto.
- b) Deberán ser redactadas en castellano o en idioma extranjero con su correspondiente traducción.
- c) Deberán estar firmadas en todas sus hojas (salvo que se hallen intervenidas por escribano público) y aclarada la firma en al menos una de ellas, salvando debidamente lo testado, raspado, enmendado o interlineado.
- d) Se presentarán con la cantidad de copias que indique el Pliego de Especificaciones Técnicas. El original constituirá el Fiel de la oferta.
- e) La documentación y/o muestras que requiera el Pliego de Especificaciones Técnicas.
- f) Deberá constituirse un domicilio especial en un radio de 100 kilómetros de la Capital Federal. También se admitirá la constitución de domicilio electrónico. En el domicilio físico o electrónico serán consideradas válidas todas las notificaciones efectuada por el INPROTUR.
- g) En caso que no se haya acreditado al momento del registro o de su actualización, se deberá presentar estatuto social vigente y acreditación de personería y facultades de quien suscribe la oferta y quien habrá de representar a la firma a los fines de la suscripción del correspondiente orden de compra o contrato.
- h) Constancia de identificación tributaria.
- i) Garantía de mantenimiento de la oferta, excepto que no corresponda.
- j) Declaración jurada de situación en relación con lo previsto en los artículos 9 y 10 del Régimen General de Compras y Contrataciones del INPROTUR. Se adjunta modelo al final de este pliego.

k) Declaración Jurada del conocimiento de los pliegos y reglamento vigente. Se adjunta modelo al final de este pliego.

**ARTÍCULO 7º: COTIZACIÓN.** La cotización se realizará conforme a las siguientes pautas:

- a) Precio unitario y cierto para bienes estandarizados, en números, con referencia a la unidad de medida establecida en las cláusulas particulares, el precio total del renglón, en números, y el total general de la oferta, expresado en letras y números, determinados en la moneda de cotización fijada en el Pliego de Especificaciones Técnicas.
- b) Como alternativa, después de haber cotizado por renglón, puede ofrecer por el total de los efectos ya propuestos o grupos de renglones, sobre la base de su adjudicación íntegra.
- c) A efectos de determinar la oferta más conveniente, se efectuará la comparación de la propuesta global o parcial por grupo de renglones, con la suma de menores precios totales a adjudicar, en la misma relación de renglones. Los descuentos que se ofrezcan por adjudicación total o parcial, se tendrán en cuenta a los efectos de la comparación de precios.
- d) Cotización por cantidades netas y libres de envase y de gastos de embalaje, salvo que el Pliego de Especificaciones Técnicas previera lo contrario.
- e) Origen del producto cotizado. Si no se indicara lo contrario, se entiende que es de producción nacional.
- f) Se entenderá que en la cotización económica está incluido todo impuesto, tasa o contribución, internacional, nacional y/o local. Se entenderá lo mismo respecto del Impuesto sobre el Valor Agregado, salvo indicación expresa en contrario.
- g) En caso que se de alguno de los supuestos enumerados en la Ley N° 27.437 “LEY DE COMPRA ARGENTINO Y DESARROLLO DE PROVEEDORES”, se procederá conforme lo indicado por esa norma.

**ARTÍCULO 8º: OMISION DE REQUISITOS FORMALES.** Cuando el defecto no sea de los regulados en el artículo 13 del presente, y proceda la posibilidad de subsanar errores u omisiones, se interpretará en todos los casos en el sentido de brindar al INPROTUR la posibilidad de contar con la mayor cantidad

de ofertas válidas posibles y de evitar que, por cuestiones formales intrascendentes, se vea privada de optar por ofertas serias y convenientes desde el punto de vista del precio y la calidad.

La subsanación de deficiencias se posibilitará en toda cuestión relacionada con la constatación de datos o información de tipo histórico obrante en bases de datos de organismos públicos, o que no afecten el principio de igualdad de tratamiento para interesados y oferentes y de que las ofertas deben ajustarse sustancialmente a los documentos de la contratación.

En estos casos la comisión evaluadora o el Departamento de Compras, deberá intimar al oferente a que subsane los errores u omisiones dentro del término de DOS (2) días hábiles, salvo que en el Pliego de Especificaciones Técnicas se fijara un plazo mayor.

La corrección de errores u omisiones no podrá ser utilizada por el oferente para alterar la sustancia de la oferta o para mejorarla o para tomar ventaja respecto de los demás oferentes.

**ARTÍCULO 9°: GARANTÍAS.** Los oferentes y contratistas deberán presentar las siguientes garantías:

**a) De mantenimiento de la oferta:** Los oferentes deberán constituir garantía de oferta por el CINCO POR CIENTO (5%) del valor total del monto de la oferta presentada. En los casos de licitaciones de etapa múltiple la garantía de mantenimiento de la oferta será establecida en un monto fijo por el INPROTUR en el Pliego de Especificaciones Técnicas.

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

**c) Contragarantía:** El adjudicatario deberá integrar una garantía equivalente al **cien por ciento (100%)** de los montos que perciba en concepto de adelanto en aquellas contrataciones en que así se hubiera previsto. El porcentaje máximo será establecido en el Pliego de Especificaciones Técnicas.

**d) Plazo de mantenimiento de la garantía de oferta.** Los oferentes deberán mantener las ofertas por el término TREINTA (30) días hábiles, contados a partir de la fecha del acto de apertura. Si no

manifestaran en forma fehaciente su voluntad de no renovar la oferta con una antelación mínima de CINCO (5) días hábiles al vencimiento del plazo, aquélla se considerará prorrogada automáticamente por un lapso igual al inicial y así sucesivamente.

**e) Formas de garantía:** Las garantías podrán constituirse de las siguientes formas, o combinaciones de ellas:

- a) En efectivo, mediante depósito bancario en la cuenta del INPROTUR, giro postal o bancario.
- b) Con cheque certificado contra una entidad bancaria, con preferencia del lugar donde se realice la contratación o del domicilio del INPROTUR, que depositará el cheque dentro de los plazos que rijan para estas operaciones.
- c) Con títulos públicos. Los mismos deberán ser depositados en una entidad bancaria a la orden del INPROTUR, identificándose el procedimiento de selección de que se trate. El monto se calculará tomando en cuenta la cotización de los títulos al cierre del penúltimo día hábil anterior a la constitución de la garantía en la Bolsa o Mercado correspondiente, lo que deberá ser certificado por las autoridades bancarias al recibir dicho depósito. En caso de liquidación de los valores a que se refiere este inciso, se formulará cargo por los gastos que ello ocasionare. El eventual excedente quedará sujeto a las disposiciones que rigen la devolución de garantías.
- d) Con aval bancario u otra fianza a satisfacción del INPROTUR, constituyéndose el fiador en deudor solidario, liso y llano y principal pagador con renuncia a los beneficios de división y excusión en los términos del artículo 2013 del Código Civil, así como al beneficio de interpelación judicial previa.
- e) Con seguro de caución, mediante pólizas aprobadas por la SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN, extendidas a favor del INPROTUR, cuyas cláusulas se conformen con el modelo y reglamentación que a tal efecto establezca el Instituto.
- f) La elección de la forma de garantía, queda a opción del oferente o adjudicatario, salvo que se exija una determinada en el Pliego de Especificaciones Técnicas.
- g) Los oferentes deberán garantizar el total cumplimiento de las obligaciones contraídas, debiendo constituirse en forma independiente para cada contratación.

**f) Excepciones a la obligación de presentar garantías:** No será necesario presentar garantía de mantenimiento de oferta en las contrataciones directas. No será necesario presentar garantía de mantenimiento de oferta ni garantía de cumplimiento del contrato en las contrataciones menores y tramites simplificados. No será necesario presentar garantía de mantenimiento de oferta, de cumplimiento de contrato ni contragarantía en los siguientes casos:

- a) En la adquisición de publicaciones periódicas.
- b) En las contrataciones con entidades estatales.
- c) En las contrataciones de avisos publicitarios.
- d) En las locaciones de inmuebles, cuando el INPROTUR actúe como locatario.
- e) En las locaciones de obra a ser realizadas por artistas o profesionales.
- f) En las contrataciones de espacios institucionales en ferias internacionales.
- g) En las contrataciones o renovaciones de membrecías internacionales.

Tampoco será exigible la garantía de cumplimiento del contrato cuando el contratista comience a ejecutar sus obligaciones dentro del plazo de integración de la garantía, salvo en caso de rechazo. Los elementos rechazados quedarán en caución y no podrán ser retirados, sin previamente integrar la garantía.

Excepcionalmente, el pliego de especificaciones podrá exigir garantías que por este artículo estén exceptuadas o exceptuar de garantías que por este artículo sean exigibles. En este caso, no será de aplicación el orden de prelación previsto en el artículo 64 del Régimen General de Compras y Contrataciones.

**ARTÍCULO 10: CRITERIO DE EVALUACIÓN Y SELECCIÓN DE LAS OFERTAS.** La forma de evaluación se encuentra regulada en el Pliego de Especificaciones Técnicas.

**ARTÍCULO 11: APERTURA DE LAS OFERTAS.** En el lugar, día y hora determinados para celebrar el acto, se procederá a abrir las ofertas en presencia de los funcionarios del Departamento de Compras, quienes asignarán a cada oferta un número correlativo, y de todos aquellos que desearan presenciarlo.

A partir de la hora fijada como término para la recepción de las ofertas no podrán recibirse otras, aun cuando el acto de apertura no se haya iniciado.

Si el día señalado deviniera inhábil, el acto tendrá lugar el día hábil siguiente y a la misma hora.

Ninguna oferta presentada en término podrá ser desestimada en el acto de apertura. Las que sean observadas se agregarán al expediente para su oportuno análisis.

Se labrará un acta, que será firmada por los funcionarios intervinientes y los oferentes presentes que desearan hacerlo.

**ARTÍCULO 12: COMISION EVALUADORA.** La Comisión Evaluadora emitirá un dictamen de carácter no vinculante, que proporcionará a la autoridad competente para adjudicar los fundamentos para el dictado del acto correspondiente, con el cual concluya el procedimiento.

El mismo será notificado a los oferentes cuando se haya recibido más de una oferta.

**ARTÍCULO 13: CAUSALES DE INADMISIBILIDAD Y DESESTIMACION DE OFERTAS.** Será declarada inadmisibile la oferta en los siguientes supuestos:

- a) Si la oferta original no estuviera firmada por el oferente o su representante legal.
- b) Si tuviere tachaduras, raspaduras o enmiendas sin salvar en las hojas de la oferta que contengan la descripción del bien, obra o servicio ofrecido, el precio, cantidad, plazo de entrega o alguna otra parte que hiciere a la esencia del contrato.
- c) Si no se acompañare la garantía de mantenimiento de la oferta, en los casos que corresponda.
- d) Si estuviera escrita con lápiz.
- e) Si fuera formulada por personas físicas o jurídicas que se hallaren inhabilitadas o suspendidas para contratar con el INPROTUR.
- f) Si contuviera condicionamientos esenciales a la oferta, se los tendrá por no escritos.
- g) Si contuviera cláusulas en contraposición con las normas que rigen las contrataciones del INPROTUR.
- h) Cuando contuviera errores u omisiones esenciales que no permitieran una exacta comparación con las restantes ofertas.

- i) Si incurriera en otras causales de inadmisibilidad que expresamente el Pliego de Especificaciones Técnicas hubiere previsto como tales.
- j) Si el total cotizado para cada renglón no respondiera a los precios unitarios, se tomarán estos últimos como precios cotizados.

**ARTÍCULO 14: IGUALDAD DE OFERTAS.** En licitaciones donde el factor de conveniencia radique en el precio, en caso de similar grado de conveniencia, es decir cuando la diferencia entre la mejor oferta y la que le sigue en orden de precios no supere el CINCO POR CIENTO (5%), se solicitará a los respectivos oferentes que, por escrito y dentro del término que se les fije, formulen una mejora de precios.

El silencio por parte del oferente invitado a mejorar, se entenderá como ratificación de su oferta. Si existiera una igualdad aritmética entre las ofertas, se procederá al sorteo de las mismas. Para ello se deberá fijar día, hora y lugar del sorteo público y notificarse por fax con aviso de recibo o por correo electrónico a los oferentes llamados a desempatar. El sorteo se realizará en presencia de los interesados, si asistieran, y se labrará el acta correspondiente.

**ARTICULO 15: IMPUGNACIONES.** Los oferentes podrán formular impugnaciones contra el dictamen de evaluación, dentro de los tres (3) días hábiles de notificado el mismo. Con cada escrito de impugnación y como condición de admisibilidad deberá haber depositado en efectivo el equivalente al TRES POR CIENTO (3%) del valor de la oferta presentada por el impugnante, el que le será devuelto en caso que ella fuera acogida favorablemente y se perderá esta suma si ella fuera desestimada, a menos que el PRESIDENTE del INPROTUR resuelva fundadamente que el impugnante pudo considerarse con derecho a sostener su posición.

**ARTÍCULO 16: ADJUDICACION.** La adjudicación será resuelta por las autoridades competentes del INPROTUR en forma fundada. En el mismo acto, deberán resolverse las observaciones y/o impugnaciones formuladas al Acta de Evaluación.

Podrá adjudicarse la contratación, aun cuando se haya presentado una sola oferta.

**ARTÍCULO 17: REVOCACIÓN DEL PROCEDIMIENTO.** El INPROTUR, podrá dejar sin efecto el procedimiento de selección con anterioridad al perfeccionamiento del contrato, sin indemnización alguna en favor de los interesados u oferentes por cualquier gasto irrogado con motivo y/o en ocasión de la presentación. La determinación de dejar sin efecto el procedimiento, podrá referirse a todos los renglones o ítems previstos en los pliegos, o sólo algunos de ellos o a partes de renglones o ítems.

**ARTÍCULO 18: PERFECCIONAMIENTO DEL CONTRATO.** Los contratos quedarán perfeccionados en el momento de notificarse la Orden de Compra o de suscribirse el instrumento respectivo. Cuando el oferente tenga domicilio fuera de la REPÚBLICA ARGENTINA, el contrato quedará perfeccionado por la notificación de la adjudicación.

Si el adjudicatario desistiere en forma expresa del contrato antes del plazo fijado para su cumplimiento, o no integrare en término la garantía de cumplimiento del contrato, el INPROTUR podrá adjudicar el mismo al que le siga en orden de mérito, y así sucesivamente, sin perjuicio de las penalidades que correspondan.

**ARTÍCULO 19: OBLIGACIONES DEL ADJUDICATARIO.** El adjudicatario deberá cumplir con las siguientes obligaciones:

a) El co-contratista deberá cumplir todas las obligaciones emergentes de la LEGISLACIÓN LABORAL y de la SEGURIDAD SOCIAL. Deberá asegurar a todo el personal que afecte al desarrollo y cumplimiento del trabajo que se contrate contra accidentes de trabajo, enfermedades profesionales y responsabilidad civil. Tales Seguros deberán ser contratados en una ASEGURADORA DE RIESGOS DEL TRABAJO (A.R.T.), cuando correspondiere. Para el caso de las contrataciones que se realizaren en el extranjero, el co-contratista deberá garantizar, mediante declaración jurada, el cumplimiento de las obligaciones emergentes de la LEGISLACIÓN LABORAL y de la SEGURIDAD SOCIAL del Estado en el que se contratare.

El co-contratista acompañará, siempre que el INPROTUR lo exija, copia de la póliza respectiva suscripta con la aseguradora, de acuerdo a lo dispuesto por la normativa específica vigente (entre otras,



la Resolución 463/09 de la Superintendencia de Riesgos del Trabajo sus complementarias y modificatorias), cuando correspondiere.

b) Todo el personal que el co-contratista afecte al servicio también deberá estar cubierto por seguros, y estar sujeto a aportes jubilatorios y demás leyes sociales, cuando correspondiere, debiendo el adjudicatario efectuar las retenciones e ingreso de los aportes y de las contribuciones pertinentes.

c) El co-contratista responderá por la conducta del personal que afecte al trabajo, servicio u obra, como así también por el personal que afecte el subcontratista con quien el adjudicatario contrate la realización de cualquier tarea, aun la esporádica.

d) El co-contratista asumirá la total y exclusiva responsabilidad por las obligaciones respecto a la higiene y seguridad en el trabajo, previstas en las normas respectivas, debiendo adoptar toda medida conducente a la seguridad del personal afectado a las tareas para evitar daños a terceros.

e) En caso que el INPROTUR lo requiera, el co-contratista deberá manifestar la identidad del personal que afecte a las obras y servicios con carácter de Declaración Jurada, y actualizar dicha lista con el que incorpore en el futuro, aun cuando revista en calidad de contratado temporario o transitorio.

f) El personal de la empresa adjudicataria deberá ser idóneo, estar provisto de indumentaria e identificación adecuada y de los elementos de seguridad establecidos por los organismos que reglamentan la actividad. El personal utilizado por la adjudicataria para efectuar los trabajos objeto de la presente contratación no tendrá ningún tipo o forma de relación de dependencia con el Instituto.

g) El co-contratista deberá respetar la confidencialidad de la información y datos inherentes a la tarea que desarrolle, tanto durante la vigencia del contrato como después de su terminación, obligándose a no divulgar, revelar, ni transmitir a terceros ninguna información empresarial y/o comercial relativa a la contratación, sin expresa autorización del INPROTUR. Sin embargo, podrá, sin autorización previa, comunicar a terceros la existencia de su contrato, salvo que en las cláusulas particulares se estipule lo contrario.

h) El contrato deberá ser ejecutado por el co-contratista por sí, quedando prohibida la cesión total y/o parcial, sin la previa autorización del INPROTUR, en cuyo caso el cedente continuará obligado solidariamente con el cesionario por los compromisos emergentes del contrato. En caso de transferirse o cederse sin mediar dicho consentimiento, se podrá dar por rescindido de pleno derecho el contrato por culpa del co-contratista. Sólo podrá aprobarse la cesión, en la medida que se verifique, a



satisfacción del INPROTUR, que el cesionario acredita condiciones de solvencia técnica, económica y moral.

- i) El Instituto podrá solicitar al adjudicatario por causas justificadas el cambio de personal que el adjudicatario asigne para el cumplimiento de este servicio. En este caso el adjudicatario se obliga a sustituir a dicho personal.
- j) Son a cargo del co-contratista, de existir, los siguientes gastos:
  - 1. Tributos que correspondan.
  - 2. Costo del despacho, derecho y servicios aduaneros y demás gastos incurridos por cualquier concepto en el caso de rechazo de mercaderías importadas con cláusulas de entrega en el país.
  - 3. Reposición de las muestras destruidas, a fin de determinar si se ajustan en su composición o construcción a lo contratado, si por ese medio se comprobaren defectos o vicios en los materiales o en su estructura. En caso contrario, los gastos pertinentes estarán a cargo del INPROTUR.
  - 4. Envases. Si el producto tuviera envase especial y éste debiera devolverse, el flete y acarreo respectivo, ida y vuelta, desde el mismo lugar y por los mismos medios de envío a emplear para la devolución. En estos casos, deberá especificarse separadamente del producto, el valor de cada envase y además estipularse el plazo de devolución de los mismos, si el INPROTUR no lo hubiere establecido en el Pliego de Especificaciones Técnicas. De no producirse la devolución de los envases en los plazos establecidos por una u otra parte, el proveedor podrá facturarlos e iniciar el trámite de cobro de los mismos, a los precios consignados en la oferta, quedando este trámite sin efecto, si la devolución se produjera en el ínterin.

**ARTÍCULO 20: INDEMNIDAD DEL INPROTUR:** El co-contratista se compromete a mantener al INPROTUR indemne de toda demanda laboral o previsional proveniente del personal que el adjudicatario afecte al cumplimiento de las tareas contratadas. El INPROTUR comunicará en forma fehaciente al adjudicatario toda demanda que provenga del personal del adjudicatario afectado a la tarea, y éste se compromete a asumir la responsabilidad por el pago de lo reclamado, a satisfacción del demandante.

Mientras el co-contratista no lo acredite, el INPROTUR podrá retener —de las sumas que deba pagar al adjudicatario— los montos reclamados por el personal con más lo que pudiera presupuestarse para costas e intereses del juicio.

Queda bajo exclusiva responsabilidad del adjudicatario todo accidente de trabajo que ocurra a su personal o a terceros vinculados o no con la prestación del servicio, como así mismo del cumplimiento de todas las obligaciones determinadas por las leyes laborales, sin excepción, impuestos, etc. El adjudicatario asume la responsabilidad de su personal, obligándose a reparar cualquier daño y/o perjuicio que se origine en el obrar, durante el transcurso de la ejecución de los trabajos.

**ARTÍCULO 21: SEGUROS.** El co-contratista deberá contratar los seguros del personal afectado a las obras y los demás necesarios para mantener indemne al Instituto Nacional de Promoción Turística frente a todo reclamo que se relacione con las obras que realice y/o subcontrate en relación con el objeto del presente trámite licitatorio, y/o con los elementos que se utilicen para su armado o instalación, y/o con los que se instalen o coloquen en el proyecto que el adjudicatario construya/arme, o toda acción que la contratación amerite.

El co-contratista deberá contratar por su cuenta y cargo los seguros que se establecen a continuación:

- a) Laborales: Los exigidos por las Leyes laborales vigentes para proteger al personal en relación de dependencia y eventual, incluyendo especialmente los accidentes de trabajo, que deberán incluir la cláusula de "no repetición"
- b) Responsabilidad civil: Por daños a terceros y sus pertenencias, por hechos ocurridos como consecuencia de la ejecución de los trabajos contratados; mediante póliza todo riesgo incluyendo responsabilidad civil por daños materiales, responsabilidad civil por lesiones, muerte, propiedad adyacente y responsabilidad civil cruzada.

Dichos seguros serán contratados por el término del plazo de la contratación y sus prórrogas, con una aseguradora autorizada, e incluirá al INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCIÓN TURÍSTICA como beneficiario de los mismos y considerándolo como tercero afectado.

**ARTÍCULO 22: ORDEN DE PRELACION.** Todos los documentos que integran el contrato serán considerados como recíprocamente explicativos. En caso de existir discrepancias entre los referidos documentos, regirá el siguiente orden de prelación:

- a) Las disposiciones del Reglamento de Compras y Contrataciones
- b) El Pliego de Bases y Condiciones Particulares.
- c) El Pliego de Especificaciones Técnicas.
- d) La oferta y las muestras que se hubieren acompañado.
- e) La adjudicación.
- f) La orden de compra.

**ARTÍCULO 23: AUMENTO O DISMINUCION DE LA PRESTACION. OPCION DE PRÓRROGA.** El INPROTUR tendrá el derecho a aumentar o disminuir la prestación objeto de la contratación la cual deberá ser realizada en forma razonable.

Cuando la modificación exceda un VEINTE POR CIENTO (20%) en más o en menos del monto total del contrato, se deberá requerir la conformidad del co-contratante y si éste no la aceptara, el contrato podrá ser rescindido sin culpa de las partes.

El aumento de las prestaciones no podrá exceder el TREINTA POR CIENTO (30%) del monto total del contrato, aún con el consentimiento del co-contratante.

Sin perjuicio de ello, en caso de aumento de las prestaciones el Instituto podrá solicitar una mejora en el precio unitario por la incidencia en los costos fijos.

1. Serán competentes para rescindir los contratos celebrados, las autoridades que suscribieron la adjudicación.
2. El porcentaje de aumento o disminución admisible según lo establecido en este artículo, se computará sobre el monto de cada renglón del contrato al que se aplique esta variación.
3. Cuando por la naturaleza de la prestación exista imposibilidad de fraccionar las unidades para entregar la cantidad exacta contratada motivo de la variación, las entregas podrán ser aceptadas en más o en menos, según lo permita el mínimo fraccionable. Estas diferencias serán aumentadas o disminuidas del monto de la facturación correspondiente, sin otro requisito.
4. Opción de prórroga a favor del INPROTUR. Los contratos de cumplimiento sucesivo y/o periódico, con las modificaciones que se hubieran introducido, podrán prorrogarse por un plazo menor o igual al del contrato inicial de acuerdo a la conveniencia del Instituto. Cuando éste fuere plurianual, no podrá

ampliarse más allá de UN (1) año adicional. La prórroga deberá realizarse en las condiciones y precios pactados originariamente.

Si los precios de mercado hubieren aumentado o disminuido, el INPROTUR deberá procurar la adecuación de los valores del contrato y, en caso de no llegarse a un acuerdo con el proveedor, deberá justificarse la conveniencia de otorgar dicha ampliación. Esta facultad podrá ejercerse hasta TRES (3) meses después de haber vencido el contrato original. El INPROTUR evaluará la eficacia y calidad de la prestación a los fines del ejercicio de la opción, debiendo justificarse estas circunstancias en las actuaciones.

**ARTÍCULO 24: RECEPCION PROVISIONAL Y DEFINITIVA.** La recepción de las mercaderías tendrá carácter provisional, y los recibos o remitos que se firmen quedarán sujetos a la recepción definitiva. La comisión deberá expedirse dentro de los CINCO (5) días hábiles de solicitada su intervención.

A los efectos de la conformidad definitiva deberá procederse previamente a la confrontación de la prestación con las especificaciones del pedido, con la muestra patrón o con la presentada por el adjudicatario, y en su caso con los resultados de la prueba que fuere necesario realizar, además de lo que disponga el Pliego de Especificaciones Técnicas.

Los empleados con competencia para otorgar la recepción definitiva podrán requerir directamente al proveedor la entrega de las cantidades o servicios faltantes.

Corresponderá a los funcionarios con competencia para otorgar la recepción definitiva remitir a la oficina ante la cual tramitaren los pagos, la certificación correspondiente.

Solo se aceptara la entrega de los productos y elementos adquiridos acompañados del respectivo remito fiscalmente valido.

**ARTÍCULO 25: CASO FORTUITO O FUERZA MAYOR.** Las penalidades establecidas en el Régimen General de Compras y Contrataciones o en los Pliegos de la contratación no serán aplicadas cuando el incumplimiento de la obligación provenga de caso fortuito o de fuerza mayor, debidamente justificado por el interesado y aceptado por el INPROTUR.

La existencia de caso fortuito o de fuerza mayor que impida el cumplimiento de los compromisos contraídos por los oferentes o los adjudicatarios, deberá ser puesta en conocimiento del INPROTUR dentro de los TRES (3) días hábiles de producida o desde que cesaren sus efectos. Transcurrido dicho plazo, no podrán invocarse.

**ARTÍCULO 26: PRESENTACIÓN DE FACTURAS.** A los fines de la percepción del pago el adjudicatario deberá presentar al INPROTUR factura “B”, “C” o “E” con el detalle de los servicios prestados y/o material entregado, en caso de corresponder.

Sólo podrá pagarse a los contratistas con domicilio en la REPÚBLICA ARGENTINA sumas mayores a PESOS QUINIENTOS MIL (\$500.000) cuando se verifique por los medios que instrumente la ADMINISTRACIÓN FEDERAL DE INGRESOS PÚBLICOS que no registra incumplimientos tributarios y/o previsionales.

La presentación de las correspondientes facturas deberá efectuarse en Suipacha 1111 Piso°12, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en el Sector de Mesa de Entradas, o en el lugar que indique el INPROTUR al contratista.

La factura deberá ser intervenida por el adjudicatario con su firma. Para el pago, se deberá adjuntar al expediente, de corresponder, el remito original pertinente, también intervenido por el adjudicatario con su firma.

Las facturas y remitos, deberán indicar el número de Expediente. También deberá indicar la provisión o servicio prestado, aclarando el renglón, ítem, descripción de los bienes, etc., al que corresponde la mercadería adquirida o servicio prestado.

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

La factura que cumpla con todos los requisitos mencionados deberá ser conformada por la Dirección correspondiente.

El pago se efectuará dentro de los 30 días hábiles de presentada la factura correspondiente o el que corresponda según lo que indique el Pliego de Especificaciones Técnicas.

El tipo de cambio que se utilizará para el pago de la factura correspondiente, es el oficial del Banco de la Nación Argentina al día de la fecha de emisión de la respectiva Orden de Compra.

En caso de transferencia al exterior, se utilizará el tipo de cambio oficial Banco de la Nación Argentina a la fecha de emisión de la Orden de Pago.

**ARTÍCULO 27: TRANSPARENCIA.** Será causal determinante del rechazo sin más trámite de la propuesta u oferta en cualquier estado de la licitación o de la rescisión de pleno derecho del contrato dar u ofrecer dinero o cualquier dádiva a fin de que:

- a) Funcionarios o empleados del INPROTUR con competencia referida a una licitación o contrato hagan o dejen de hacer algo relativo a sus funciones.
- b) O para que hagan valer la influencia de su cargo ante otro funcionario o empleado del INPROTUR con la competencia descripta, a fin de que éstos hagan o dejen de hacer algo relativo a sus funciones.
- c) Cualquier persona haga valer su relación o influencia sobre un funcionario o empleado del INPROTUR con la competencia descripta, a fin de que éstos hagan o dejen de hacer algo relativo a sus funciones.

Serán considerados sujetos activos de esta conducta quienes hayan cometido tales actos en interés del contratista directa o indirectamente, ya sea como representantes administradores, socios, mandatarios, gerentes, factores, empleados, contratados, gestores de negocios, síndicos, o cualquier otra persona física o jurídica.

Las consecuencias de estas conductas ilícitas se producirán aun cuando se hubiesen consumado en grado de tentativa.

**ARTÍCULO 28: PENALIDADES Y SANCIONES.** Los oferentes o co-contratistas podrán ser pasibles de las siguientes penalidades y sanciones, sobre las siguientes bases y de acuerdo a lo que establezca la normativa complementaria específica:

- a) PENALIDADES.
  - 1. Multa por incumplimiento de sus obligaciones.
  - 2. Rescisión por causas imputables al contratista o proveedor.
  - 3. Pérdida de la garantía de cumplimiento del contrato en caso que no se haya aplicado la penalidad prevista en el apartado anterior.

b) **SANCIONES.** Sin perjuicio de las correspondientes penalidades los oferentes o co-contratistas podrán ser pasibles de las siguientes sanciones, frente a los supuestos de incumplimiento de sus obligaciones:

1. Apercibimiento.
2. Suspensión para ser contratista del INPROTUR por un término de hasta seis (6) meses.
3. Inhabilitación para ser contratista del INPROTUR.

Las sanciones se graduarán, en atención a la gravedad y a la reiteración de la infracción, las dificultades o perjuicios que la infracción ocasionare al servicio prestado, a los usuarios, y a terceros, el grado de negligencia, culpa o dolo incurrido y la diligencia puesta de manifiesto en subsanar los efectos del acto u omisión imputados.

La determinación del incumplimiento por el INPROTUR será resuelta mediante acto debidamente motivado, indicando cual es la afectación u obligación incumplida.

A tal fin se conformará un registro de sancionados sujetos a la reglamentación que a tal efecto dicte el Presidente.

**ARTÍCULO 29: RESCISIÓN.** Vencido el plazo de cumplimiento del contrato, de su prórroga o, de su rehabilitación en su caso, sin que los bienes fueran entregados o prestados los servicios de conformidad, el INPROTUR declarará la rescisión del contrato con la pérdida de la garantía de cumplimiento. El proveedor será responsable por los daños y perjuicios que sufiere el INPROTUR con motivo de la celebración de un nuevo contrato con el mismo objeto. Excepcionalmente, cuando los incumplimientos del contratista no sean sustanciales, el INPROTUR podrá optar por mantener el contrato y descontar del pago las sumas correspondientes a los bienes y servicios no cumplidos, o readecuar las prestaciones del mismo.

**ARTÍCULO 30. DERECHOS PERTENECIENTES AL INPROTUR.** Todos aquellos elementos gráficos, diseños, videos, cuyas imágenes hayan sido facilitadas por el INPROTUR y que se utilicen para la prestación del servicio, seguirán en propiedad del INPROTUR y/o de quién el INPROTUR lo obtuvo con el permiso correspondiente. Salvo disposición en contrario, los derechos de propiedad intelectual sobre los bienes o servicios objeto del contrato pasarán en propiedad exclusiva del INPROTUR.



**ARTÍCULO 31. CONTRATACIÓN CON PERSONAS FÍSICAS O JURÍDICAS DOMICILIADAS EN EL EXTERIOR.** Los oferentes deberán fijar una dirección de correo electrónico en la cual serán válidas las comunicaciones y notificaciones asociadas al procedimiento de contratación.

1. Será de aplicación lo establecido en el CAPÍTULO IX del Régimen General de Compras y Contrataciones del INPROTUR, con excepción de lo establecido en el artículo 41 FORMALIDADES DE LA OFERTA.

2. Las ofertas sólo serán admitidas hasta el día y la hora fijados en el llamado para realizar el acto de apertura de las mismas.

3. No será obligatorio presentar garantía de mantenimiento de oferta, a menos que sea requerido expresamente por el Pliego de Especificaciones Técnicas. Las garantías podrán ser constituidas mediante carta de crédito o *stand by letter of credit* abierta ante banco de primera línea. La garantía de ejecución del contrato deberá constituirse y presentarse dentro de los QUINCE (15) días hábiles de notificada la adjudicación.

4. Serán requisitos formales para la recepción de ofertas:

a) Las cotizaciones serán redactadas con carácter general en idioma español. Cuando se trate de firmas domiciliadas en el exterior, las cotizaciones se admitirán en idioma inglés o portugués. Las ofertas que no se presenten en esos idiomas podrán ser traducidas por el área solicitante del INPROTUR, quedando bajo su responsabilidad la fidelidad de la traducción.

b) Presentar la documentación y/o muestras que requiera el Pliego de Especificaciones Técnicas.

c) Constituirse un domicilio electrónico donde serán consideradas válidas todas las notificaciones efectuada por el INPROTUR.

d) Declaración jurada de situación en relación con lo previsto en los artículos 9 y 10 del Régimen General de Compras y Contrataciones del INPROTUR. Se adjunta modelo que integra este Pliego.

e) Declaración Jurada del conocimiento de los pliegos y reglamento vigente. Se adjunta modelo que integra este Pliego.

f) Declaración Jurada de aceptación de la normativa de la República Argentina y sometimiento voluntario a la jurisdicción nacional. Se adjunta modelo que integra este Pliego.

g) Declaración Jurada Decreto N° 312/2010.

h) La sola presentación de cotización supondrá indefectiblemente y sin lugar a prueba en contrario la aceptación de las Declaraciones Juradas de los incisos anteriores.

i) Si no lo hubiere hecho al momento de inscribirse en el Registro, suministrar por correo electrónico lo detallado a continuación:

I. Personas físicas y apoderados:

- 1.-) Nombre completo.
- 2.-) Domicilio legal.
- 3.-) Número de Código de Identificación Tributaria del país de residencia.
- 4.-) Certificado de residencia fiscal (de corresponder).
- 5.-) Correo electrónico donde serán válidas todas las notificaciones.
- 6.-) Poder legal.

II. Personas Jurídicas:

- 1.-) Estatuto social.
- 2.-) Designación del representante legal firmante de la oferta.
- 3.-) Domicilio legal.
- 4.-) Constancia de Identificación Tributaria del país de residencia.
- 5.-) Certificado de residencia fiscal (de corresponder).
- 6.-) Correo electrónico donde serán válidas todas las notificaciones.

5. Las personas jurídicas serán exceptuados de la obligación de presentar estatuto social y designación del representante legal firmante de la oferta, y el poder legal en el caso de las personas físicas, en los siguientes casos:

- a- Contrataciones que no superen los MÓDULOS CIEN (€ / USD 100.000), según la moneda que establezca el Pliego de Especificaciones Técnicas.
- b- Contrataciones de Stands en el exterior.
- c- Membrecías a organismos del exterior (Cámaras, asociaciones, etc).
- d- Convenios de cooperación, reciprocidad o asistencia con compañías aéreas nacionales o extranjeras.
- e- Contrataciones de avisos promocionales con empresas prestadoras de servicios digitales.

## **DECLARACIÓN JURADA SOBRE INCOMPATIBILIDADES, INHABILITACIONES Y CONFLICTO DE INTERESES (\*)**

En mi carácter de **TITULAR / APODERADO / REPRESENTANTE LEGAL (1)** del oferente, con mismo domicilio, manifiesto que el oferente no se encuentra comprendido en ninguna de las causales de inhabilitación previstas por el Régimen General de Compras y Contrataciones del INPROTUR:

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

---

**Aclaración:**.....

**(\*) Esta nota tiene carácter de Declaración Jurada. Una vez firmada el oferente no podrá eximirse del conocimiento de la misma.**

**(1) Tachar lo que no corresponda.**

## **DECLARACIÓN JURADA DEL CONOCIMIENTO DE LOS PLIEGOS Y REGLAMENTACIÓN VIGENTE (\*)**

En mi carácter de **TITULAR / APODERADO / REPRESENTANTE LEGAL (1)** del oferente, con mismo domicilio, declaro bajo juramento conocer el Régimen General de Compras y Contrataciones del INPROTUR, el Pliego de Bases y Condiciones Particulares y de Especificaciones Técnicas que rigen la presente contratación, y toda otra normativa que rige el llamado a contratación, la evaluación de todas las circunstancias, la previsión de sus consecuencias y la aceptación en su totalidad de las bases y condiciones estipuladas, sin que pueda alegar en adelante su desconocimiento.

---

**Aclaración:**.....

**(\*) Esta nota tiene carácter de Declaración Jurada. Una vez firmada el oferente no podrá eximirse del conocimiento de la misma.**

**(1) Tachar lo que no corresponda.**

## **DECLARACIÓN JURADA DE CONTAR CON NO MENOS DEL 4% DE TRABAJADORES DE PERSONAS CON CAPACIDADES DIFERENCIALES (\*)**

En mi carácter de **TITULAR / APODERADO / REPRESENTANTE LEGAL (1)** del oferente, con mismo domicilio, declaro bajo juramento dar cumplimiento con la obligación de ocupar a personas con discapacidad en una proporción no inferior al CUATRO POR CIENTO (4%) de la totalidad del personal afectado a la misma, en los casos previstos por el artículo 7 del Decreto N° 312/2010.

---

**Aclaración:**.....

**(\*) Esta nota tiene carácter de Declaración Jurada. Una vez firmada el oferente no podrá eximirse del conocimiento de la misma.**

**(1) Tachar lo que no corresponda.**

## **DECLARACIÓN JURADA PARA OFERENTES DOMICILIADOS EN EL EXTERIOR (\*)**

En mi carácter de **TITULAR / APODERADO / REPRESENTANTE LEGAL (1)** del oferente, con mismo domicilio, declaro bajo juramento que la documentación aportada es verídica y fiel a la original. Asimismo, acepto que la normativa que rige el procedimiento de selección, la oferta y contrato es la legislación de la República Argentina y acepto de la competencia de los tribunales federales de la Capital Federal, rechazando cualquier otra jurisdicción que pudiera corresponder.

Asimismo, declaro bajo juramento que el oferente cumple obligaciones emergentes de la LEGISLACIÓN LABORAL y de la SEGURIDAD SOCIAL del Estado de su residencia y/o en el que efectuará la prestación en caso que resulte contratista y no coincida con el Estado de su reincidencia.

---

**Aclaración:**.....

**(\*) Esta nota tiene carácter de Declaración Jurada sólo para oferentes con domicilio en el exterior de la República Argentina. Una vez firmada el oferente no podrá eximirse del conocimiento de la misma. Se deberá acompañar junto al resto de las Declaraciones Juradas que integran el presente Pliego.**

**(1) Tachar lo que no corresponda.**

## **CONSTITUCIÓN DE DOMICILIO Y CORREO ELECTRÓNICO PARA NOTIFICACIONES. (\*)**

En mi carácter de **TITULAR / APODERADO / REPRESENTANTE LEGAL (1)** del oferente, constituyo domicilio a los efectos del presente en:

..... N°..... Piso N° ..... Oficina N°  
..... Capital Federal / Provincia de.....

Asimismo, constituyo correo electrónico en: .....

Acepto que las notificaciones que allí se practiquen, indistintamente, se considerarán válidas y suficientes a todos los efectos legales.

---

**Aclaración:**.....

**(\*) Esta nota tiene carácter de Declaración Jurada. Una vez firmada el oferente no podrá eximirse del conocimiento de la misma (artículos 14, 25, 36 y concordantes –según corresponda- del Régimen General de Compras y Contrataciones).**

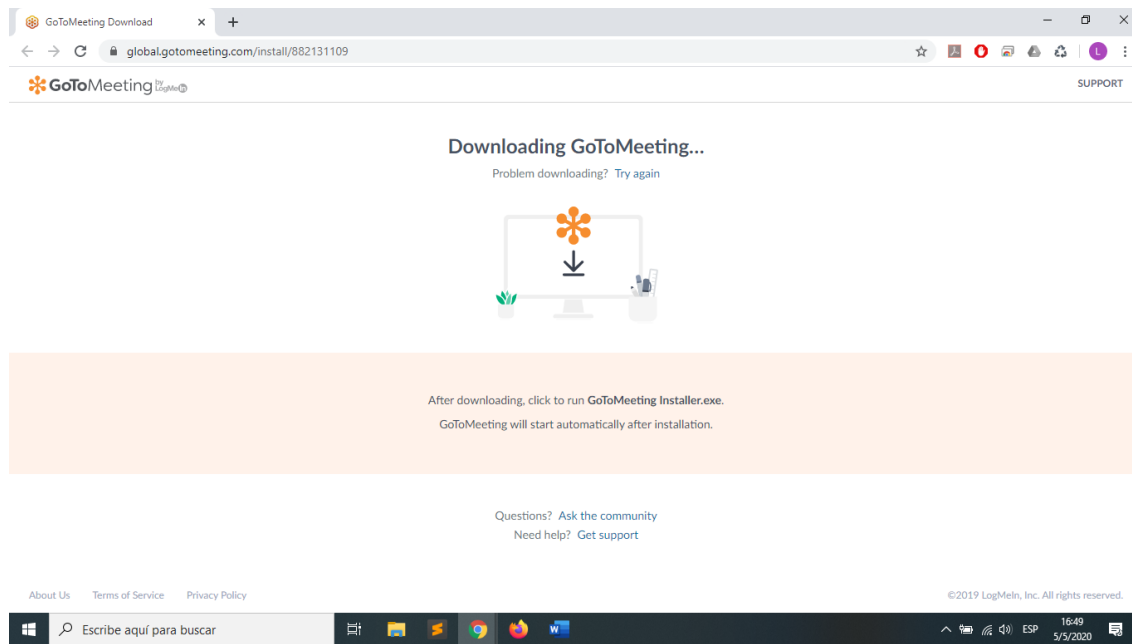
**(1) Tachar lo que no corresponda.**

## ANEXO I

### Descarga e instalación de GoToMeeting

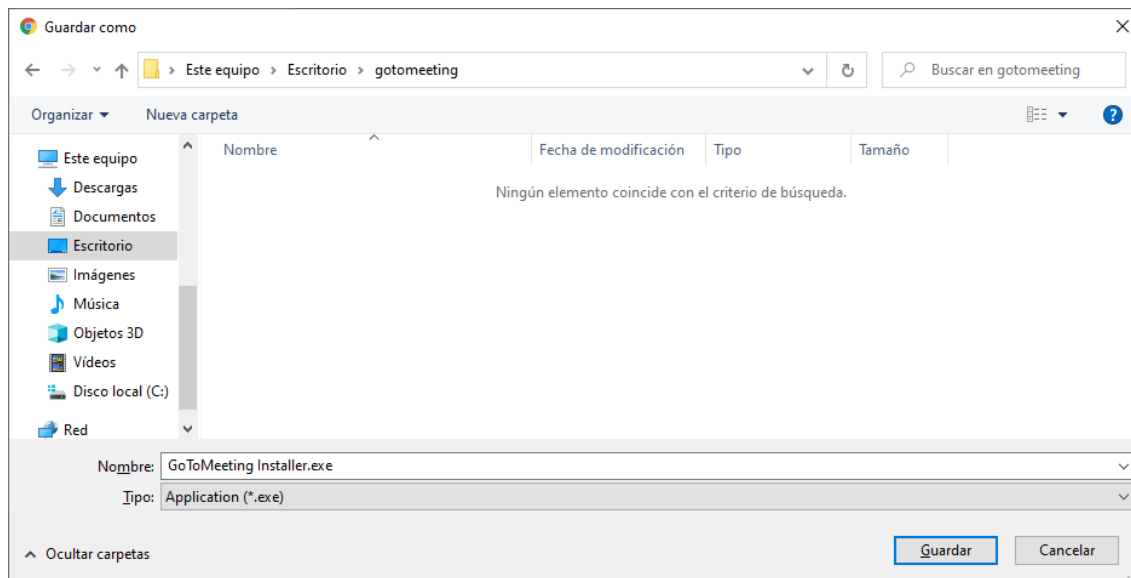
Link de descargar

<https://global.gotomeeting.com/install/882131109>

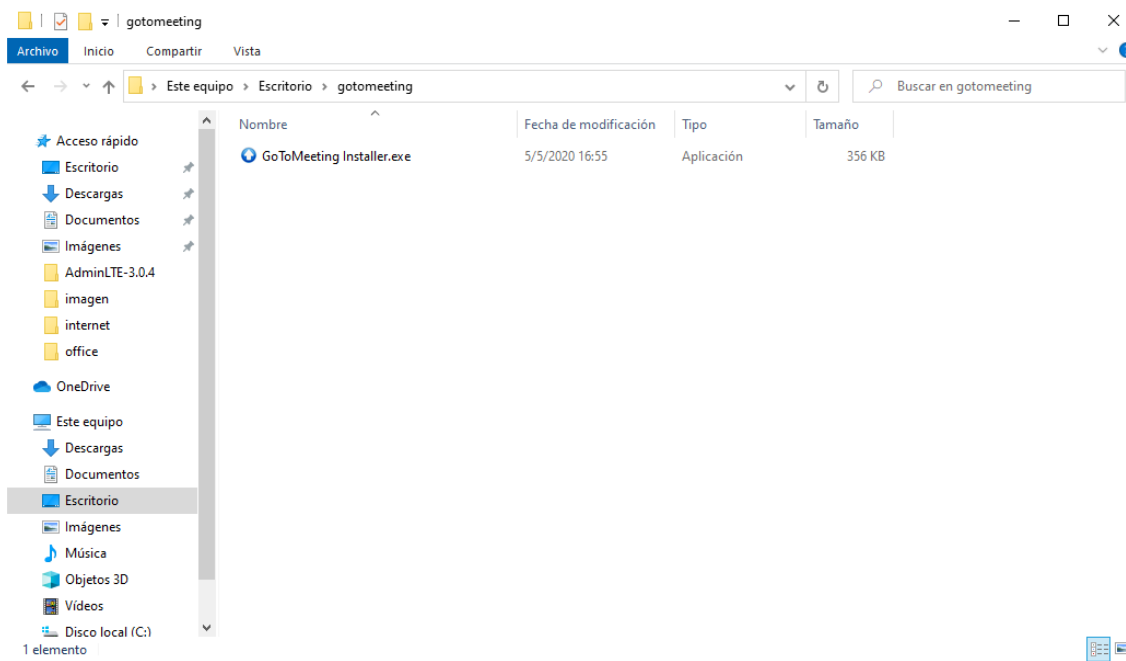


Descargar el archivo, en una carpeta a elección..

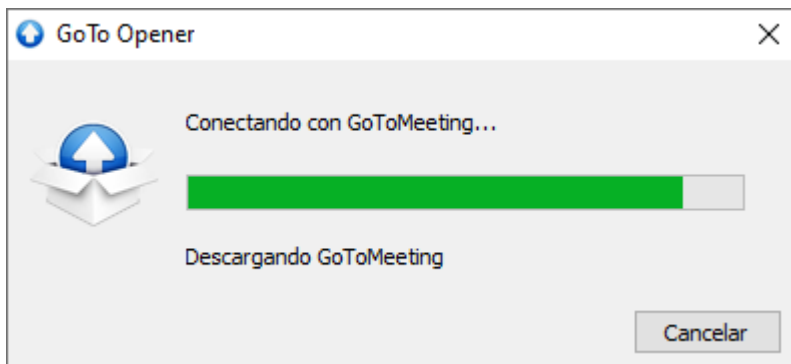




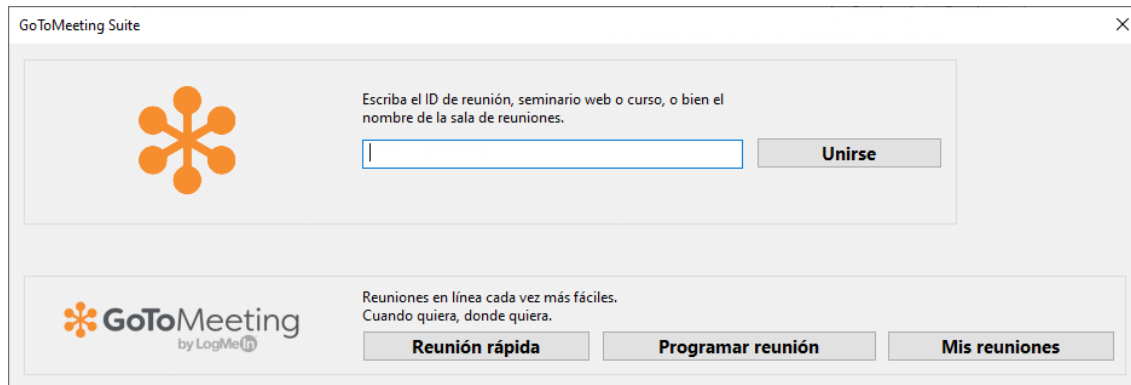
Ejecutar el archivo descargado para iniciar la instalación.



Proceso de instalación.



Instalación terminada, ingresar los datos proporcionados para el ingreso a la reunión.





República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional  
Las Malvinas son argentinas

**Hoja Adicional de Firmas**  
**Pliego**

**Número:**

**Referencia:** Pliego de Condiciones Particulares - Expediente Electrónico EX-2022-117195130- -APN-  
INPROTUR#MTYD

---

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 31 pagina/s.

Digitally signed by Gestion Documental Electronica  
Date: 2022.11.02 09:59:15 -03:00

Digitally signed by Gestion Documental  
Electronica  
Date: 2022.11.02 09:59:16 -03:00

## Presentación de ofertas:

Lugar/Dirección	Plazo y Horario
Suipacha 1111 Piso 12° – Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Dpto. Compras. Email: <a href="mailto:licitaciones@argentina.travel">licitaciones@argentina.travel</a>	Plazo: Hasta el 25 de noviembre de 2022 – 11:00 hs.

## Apertura de ofertas:

Por intermedio de app Go To Meeting	Plazo y Horario
Suipacha 1111 Piso 12° – Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Dpto. Compras. Email: <a href="mailto:licitaciones@argentina.travel">licitaciones@argentina.travel</a>	Plazo: El 25 de noviembre de 2022 – 14:00 hs.

En caso de que la presentación sea digital, se exige que tengan a bien enviar un único correo electrónico. El mismo debe contener toda la documentación de la oferta más la documentación legal requerida en formato PDF. Tengan a bien enviarlo en un único archivo unificado, para lo cual deberán unir todos los documentos necesarios firmados y aclarado en todas las hojas.

Si el tamaño del correo electrónico supera los 18MB deberán enviar un westrasfer adjuntado dicha documentación, siendo que por el peso del documento podría poner el riesgo la entrega de su oferta.

Téngase presente que deben cumplir con todos estos requisitos de presentación.

**El acto de apertura se realizará de manera presencial y mediante la aplicación Go To Meeting.**



La participación en dicho acto no es obligatoria, sin perjuicio de lo cual, quien desee participar podrá descargarse la aplicación en el link: <https://meet.goto.com/install>, el instructivo se encuentra en: [https://www.gotomeeting.com/es-ar/meeting/online-meeting-upport?sc\\_lang=es-ar](https://www.gotomeeting.com/es-ar/meeting/online-meeting-upport?sc_lang=es-ar) (anexo I), se puede acceder al acto desde su equipo, tablet o smartphne: <https://meet.goto.com/157995797>, también puede acceder desde su teléfono: Estados Unidos: +1 (312) 757-3121 Código de acceso: 157-995-797.

A efectos de garantizar la máxima transparencia del procedimiento, se hace saber que el acto será grabado por medios digitales y almacenado informáticamente por el INPROTUR para su eventual consulta

## CONDICIONES PARTICULARES DE CONTRATACIÓN

Nombre del organismo contratante	INPROTUR – INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
----------------------------------	--

### Procedimiento de selección:

Tipo: CONCURSO PÚBLICO NACIONAL N° 1	Ejercicio: 2022
Clase: Etapa Única (Un Sobre).	
Expediente N°: EX-2022-117195130- -APN-INPROTUR#MTYD	

### Consultas:

Solo serán respondidas las consultas recibidas al correo electrónico: [consultas@argentina.travel](mailto:consultas@argentina.travel)

A fin de dar cumplimiento al Decreto N° 202/2017 se informa que el INPROTUR por voluntad propia amplía la nómina de autoridades según el siguiente detalle;

CARGO	NOMBRE	APELLIDO
Presidente	Matías	Lammens
Secretario Ejecutivo	Rubén Ricardo	Sosa
Director de Promoción Internacional	Hernán Alberto	Vanoli
Director de Productos Turísticos	Pablo Teodoro	Sismanian
Directora de Administración y Finanzas	Valeria Soledad	Martinez

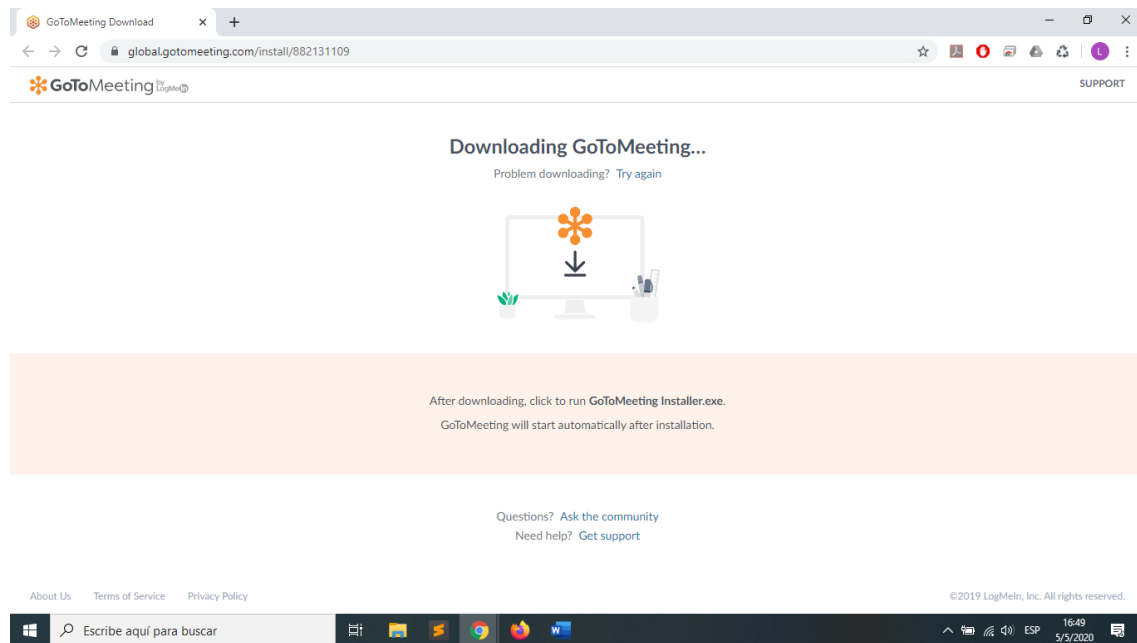
Asesor Legal	Juan	Kassargian
Auditor Interno	Ricardo Gonzalo	Santos
Coordinador de Compras y Contrataciones	Sebastián Tomás	Nallar

## ANEXO I

### Descarga e instalación de GoToMeeting

Link de descargar

<https://global.gotomeeting.com/install/882131109>



GoToMeeting Download

global.gotomeeting.com/install/882131109

GoToMeeting LogMeIn

SUPPORT

Downloading GoToMeeting...

Problem downloading? Try again

After downloading, click to run GoToMeeting Installer.exe.  
GoToMeeting will start automatically after installation.

Questions? Ask the community  
Need help? Get support

About Us Terms of Service Privacy Policy

©2019 LogMeIn, Inc. All rights reserved.

Escribe aquí para buscar

16:49 5/5/2020

Descargar el archivo, en una carpeta a elección..

Instituto Nacional de Promoción Turística - INPROTUR - (+54 11) 4850 1400  
Suipacha 1111 12° (C1008AAW) - Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina

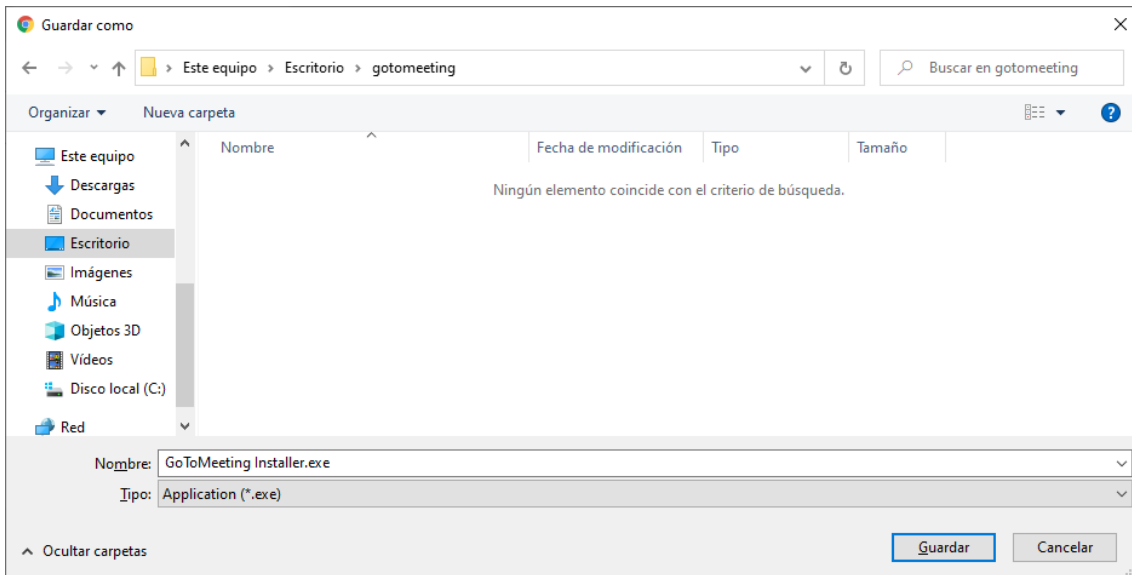


@InproturArg

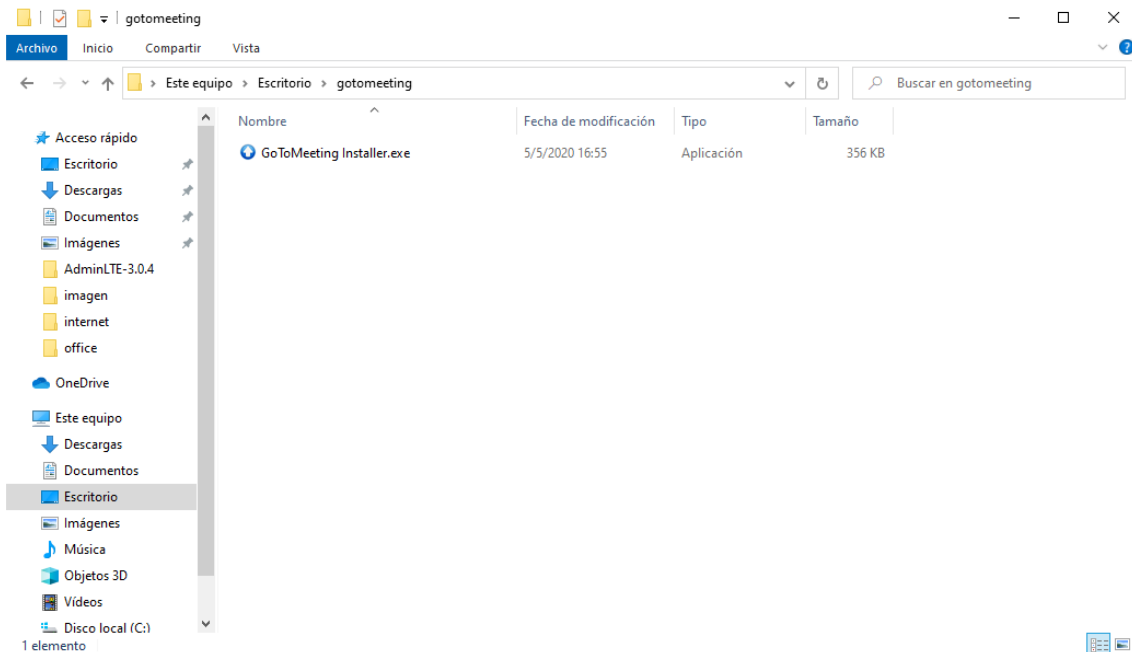


[www.argentina.travel](http://www.argentina.travel)

[Página 3](#)

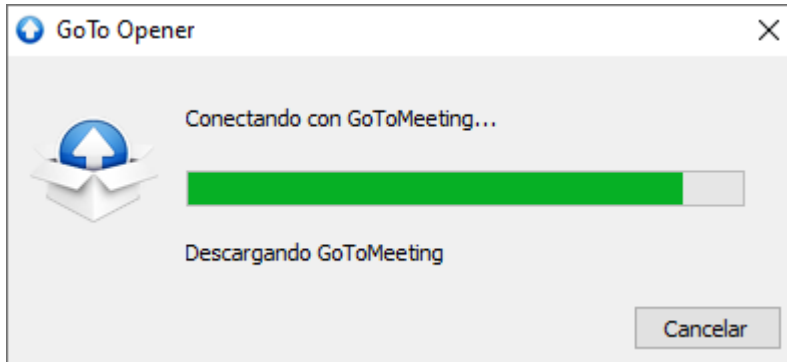


Ejecutar el archivo descargado para iniciar la instalación.

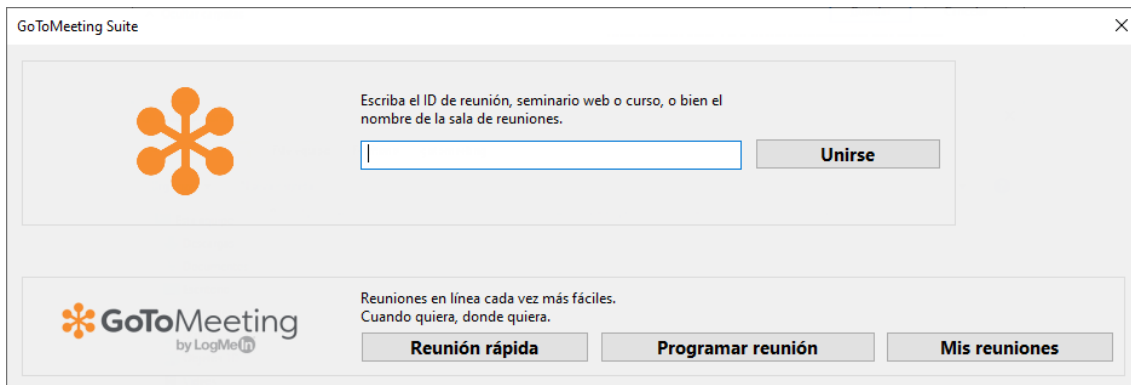




Proceso de instalación.



Instalación terminada, ingresar los datos proporcionados para el ingreso a la reunión.





República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional  
Las Malvinas son argentinas

**Hoja Adicional de Firmas**  
**Anexo**

**Número:**

**Referencia:** Fecha y hora de presentación de ofertas y de actp de apertura - Expediente Electrónico EX-2022-117195130- -APN-INPROTUR#MTYD

---

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 5 pagina/s.

Digitally signed by Gestion Documental Electronica  
Date: 2022.11.03 10:32:16 -03:00

Digitally signed by Gestion Documental  
Electronica  
Date: 2022.11.03 10:32:17 -03:00



**Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos  
Oficina Anticorrupción**

**ANEXO I**

**DECLARACIÓN JURADA DE INTERESES - DECRETO 202/2017**

**Tipo de declarante: Persona humana**

Nombres	
Apellidos	
CUIT	

**Vínculos a declarar**

¿La persona física declarante tiene vinculación con los funcionarios enunciados en los artículos 1 y 2 del Decreto n° 202/17?

*(Marque con una X donde corresponda)*

SI	NO
En caso de existir vinculaciones con más de un funcionario se deberá repetir la información que a continuación se solicita por cada una de las vinculaciones a declarar.	La opción elegida en cuanto a la no declaración de vinculaciones implica la declaración expresa de la inexistencia de los mismos, en los términos del Decreto n° 202/17.

**Vínculo**

¿Con cuál de los siguientes funcionarios?

*(Marque con una X donde corresponda)*

Presidente	
Vicepresidente	
Jefe de Gabinete de Ministros	
Ministro	
Autoridad con rango de ministro en el Poder Ejecutivo Nacional	
Autoridad con rango inferior a Ministro con capacidad para decidir	

*(En caso de haber marcado Ministro, Autoridad con rango de ministro en el Poder Ejecutivo Nacional o Autoridad con rango inferior a Ministro con capacidad para decidir complete los siguientes campos)*

Nombres	
Apellidos	
CUIT	
Cargo	
Jurisdicción	

IF-2017-09333029-APN-OA#MJ



**Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos  
Oficina Anticorrupción**

Tipo de vínculo

*(Marque con una X donde corresponda y brinde la información adicional requerida para el tipo de vínculo elegido)*

Sociedad o comunidad	Detalle Razón Social y CUIT
Parentesco por consanguinidad dentro del cuarto grado y segundo de afinidad	Detalle qué parentesco existe concretamente.
Pleito pendiente	Proporcione carátula, n° de expediente, fuero, jurisdicción, juzgado y secretaría intervinientes.
Ser deudor	Indicar motivo de deuda y monto
Ser acreedor	Indicar motivo de acreencia y monto
Haber recibido beneficios de importancia de parte del funcionario	Indicar tipo de beneficio y monto estimado.
Amistad pública que se manifieste por gran familiaridad y frecuencia en el trato	No se exige información adicional

Información adicional


La no declaración de vinculaciones implica la declaración expresa de la inexistencia de los mismos, en los términos del Decreto n° 202/17.

\_\_\_\_\_  
Firma

\_\_\_\_\_  
Aclaración

\_\_\_\_\_  
Fecha y lugar

IF-2017-09333029-APN-OA#MJ



**Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos  
Oficina Anticorrupción**

**DECLARACIÓN JURADA DE INTERESES - DECRETO 202/2017**

**Tipo de declarante: Persona jurídica**

Razón Social	
CUIT/NIT	

**Vínculos a declarar**

¿Existen vinculaciones con los funcionarios enunciados en los artículos 1 y 2 del Decreto n° 202/17?

*(Marque con una X donde corresponda)*

SI	NO
En caso de existir vinculaciones con más de un funcionario, o por más de un socio o accionista, se deberá repetir la información que a continuación se solicita por cada una de las vinculaciones a declarar.	La opción elegida en cuanto a la no declaración de vinculaciones implica la declaración expresa de la inexistencia de los mismos, en los términos del Decreto n° 202/17.

**Vínculo**

Persona con el vínculo

*(Marque con una X donde corresponda y brinde la información adicional requerida para el tipo de vínculo elegido)*

Persona jurídica (si el vínculo a declarar es directo de la persona jurídica declarante)	No se exige información adicional
Representante legal	Detalle nombres apellidos y CUIT
Sociedad controlante	Detalle Razón Social y CUIT
Sociedades controladas	Detalle Razón Social y CUIT
Sociedades con interés directo en los resultados económicos o financieros de la declarante	Detalle Razón Social y CUIT
Director	Detalle nombres apellidos y CUIT
Socio o accionista con participación en la	Detalle nombres apellidos y CUIT

IF-2017-09333029-APN-OA#MJ



**Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos  
Oficina Anticorrupción**

formación de la voluntad social		
Accionista o socio con más del 5% del capital social de las sociedades sujetas a oferta pública		Detalle nombres apellidos y CUIT

Información adicional


¿Con cuál de los siguientes funcionarios?

*(Marque con una X donde corresponda)*

Presidente	
Vicepresidente	
Jefe de Gabinete de Ministros	
Ministro	
Autoridad con rango de ministro en el Poder Ejecutivo Nacional	
Autoridad con rango inferior a Ministro con capacidad para decidir	

*(En caso de haber marcado Ministro, Autoridad con rango de ministro en el Poder Ejecutivo Nacional o Autoridad con rango inferior a Ministro con capacidad para decidir complete los siguientes campos)*

Nombres	
Apellidos	
CUIT	
Cargo	
Jurisdicción	

Tipo de vínculo

*(Marque con una X donde corresponda y brinde la información adicional requerida para el tipo de vínculo elegido)*

Sociedad o comunidad		Detalle Razón Social y CUIT.
Parentesco por consanguinidad dentro del cuarto grado y segundo de afinidad		Detalle qué parentesco existe concretamente.
Pleito pendiente		Proporcione carátula, nº de expediente, fuero, jurisdicción, juzgado y secretaría intervinientes.

IF-2017-09333029-APN-OA#MJ



**Ministerio de Justicia  
y Derechos Humanos  
Oficina Anticorrupción**

Ser deudor	Indicar motivo de deuda y monto.
Ser acreedor	Indicar motivo de acreencia y monto.
Haber recibido beneficios de importancia de parte del funcionario	Indicar tipo de beneficio y monto estimado.

Información adicional


La no declaración de vinculaciones implica la declaración expresa de la inexistencia de los mismos, en los términos del Decreto n° 202/17.

\_\_\_\_\_  
Firma y aclaración del declarante

\_\_\_\_\_  
Carácter en el que firma

\_\_\_\_\_  
Fecha



República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional  
2017 - Año de las Energías Renovables

**Hoja Adicional de Firmas**  
**Anexo**

**Número:** IF-2017-09333029-APN-OA#MJ

CIUDAD DE BUENOS AIRES  
Viernes 19 de Mayo de 2017

**Referencia:** Anexo I. Resolución complementaria Decreto n° 202/17. Formularios

---

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 5 pagina/s.

Digitally signed by ALONSO Laura  
Date: 2017.05.19 16:33:29 ART  
Location: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Laura Alonso  
Secretaria de Ética Pública, Transparencia y Lucha contra la Corrupción  
Oficina Anticorrupción  
Ministerio de Justicia y Derechos Humanos





# INPROTUR

## INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

### PLIEGO DE ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

**“Contratación de empresa idónea para el diseño, construcción, decoración, armado y gestión de medios para la participación del año 2023 en la feria FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO (FITUR) en Madrid, España, en su espacio institucional.”**

## INTRODUCCIÓN

Con el objeto de continuar con el cumplimiento de las políticas orientadas a la promoción del turismo internacional receptivo, posicionando a la REPÚBLICA ARGENTINA en el contexto internacional como destino y como marca, más específicamente en el mercado de ESPAÑA, resulta necesario llevar a cabo la contratación de una empresa idónea para el diseño, construcción, decoración, armado y gestión de medios, para la participación en el espacio institucional de la feria FITUR (Madrid, ESPAÑA), que tendrá lugar del 18 al 22 de enero del 2023.

Las ferias internacionales, además de ser una importante herramienta del marketing, son espacios comerciales donde los diversos actores (públicos y privados) tienen la oportunidad de exhibir y comercializar sus productos y servicios, así como conseguir contactos de potenciales compradores, conocer la competencia, las tendencias de los mercados, nuevos productos, todo ello en un breve periodo de tiempo.

Por otra parte, las ferias actúan como una política de imagen global, que puede colaborar, por ejemplo, a un destino turístico para darse a conocer en el exterior. En esta oportunidad, el objetivo del INPROTUR apunta a mostrar la extensa oferta que posee el destino ARGENTINA en materia de turismo e impulsar el fortalecimiento territorial con el objeto de fortificar su posicionamiento turístico a nivel internacional, considerando como objetivo estratégico el desarrollo económico a través de la actividad turística.

Asimismo, es importante resaltar que en el marco de la participación en eventos internacionales, especialmente mediante la presencia del destino en ferias generales y/o enfocada a segmentos, y con el objeto de promover el posicionamiento global del país con miras a otorgar competitividad y darle impulso en la búsqueda de un desarrollo equilibrado de su territorio, partiendo de la consideración de aquellas localidades que se ubican en sitios de gran atractivo turístico y que aún no han logrado aprovechar los beneficios económicos del sector; es que el INPROTUR considera el mercado de ESPAÑA como prioritario y estratégico para la realización de acciones de promoción institucional, comercial y de productos específicos que permitan dar a conocer internacionalmente la diversidad de cada una de las provincias que la componen, sus atractivos y opciones de viaje que tienen los turistas extranjeros al visitar ARGENTINA.



**DISEÑO CONCEPTUAL, CONSTRUCCIÓN, DECORACIÓN, ARMADO Y GESTIÓN DE MEDIOS**

**1- Objeto de la contratación**

Contratación de una empresa idónea para el desarrollo de una propuesta de diseño conceptual, construcción, decoración, armado y gestión de medios, para la participación en la feria FITUR 2023.

Se deberá considerar especialmente que las propuestas incluyan innovación tecnológica, interiorismo e incorporación de elementos decorativos representativos del país, objetos estéticos, ideas disruptivas capaces de proponer una experiencia inmersiva para los visitantes, decoración con estímulos sensoriales, audiovisuales e interactivos que inviten a que, el recorrido por el stand, sea documentado y recordado, compartido a través de redes sociales y diferentes expresiones de cobertura del evento. Se deberá considerar un diseño de stand que ofrezca una estética abierta, amplia, sustentable, liviana y que permita el flujo de participantes, que invite a la circulación ordenada y fluida.

Es importante considerar que el posicionamiento marcario de la Argentina turística se viene perfilando en relación a los ejes de “Pasión”, como la esencia de lo que nos hace únicos, teniendo en cuenta la riqueza de sus mitos y la relevancia de sus figuras artísticas y deportivas y “Argentina Infinita” por la diversidad y multiplicidad de productos y experiencias que ofrece el país a sus visitantes, teniendo en cuenta el concepto de Argentina Infinita se valorará la incorporación y variedad de elementos y productos de los destinos.

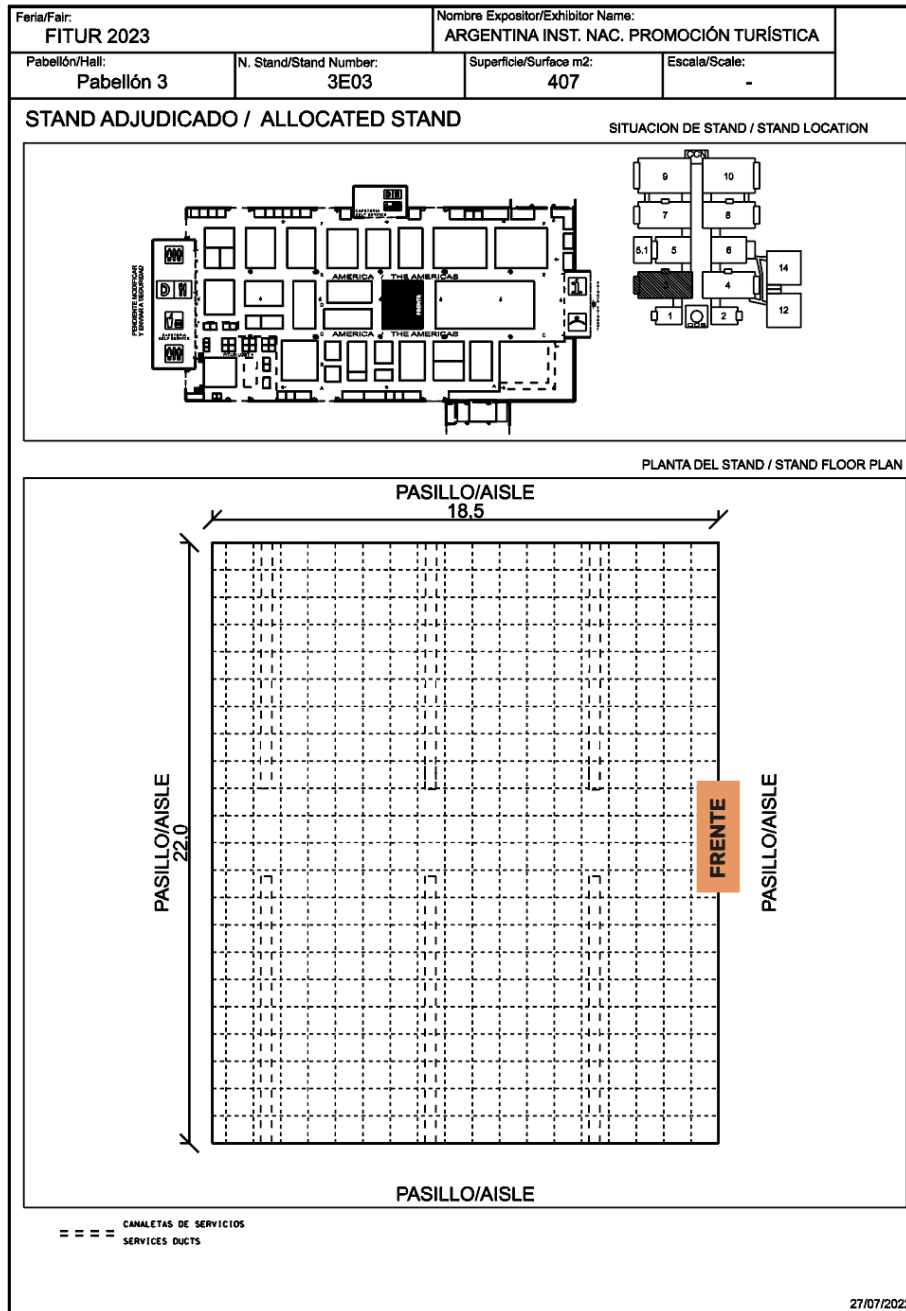
Asimismo, en línea con los ejes de “Naturaleza” y en el marco de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, aprobada en septiembre de 2015 por la Asamblea General de las Naciones Unidas, donde se fijaron 17 Objetivos de desarrollo sostenible, se recomienda prestar especial atención sobre la Guía de participación sostenible en ferias/eventos indicada por la organización de la feria.

**REGLÓN 1: FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO (FITUR), MADRID - ESPAÑA**

**Fecha: 18 al 22 de enero de 2023**

**Stand: 3E03**

**Metros: 407 mts<sup>2</sup> + 80 mts<sup>2</sup> (segunda planta)**



## A- DISEÑO CONCEPTUAL

Se solicita una propuesta creativa de diseño y conceptual para la construcción de un espacio promocional de la República Argentina en la feria FITUR. Los oferentes deberán remitir en su oferta el detalle de la propuesta, los renders en formato PDF con inclusión de videos interactivos 360°, como así también el costo total final por la idea creativa propuesta.

Los diseños creativos podrán o no contemplar la colocación de cerramientos parciales o totales del stand, quedando sujeta a la libre creatividad del proyectista la posibilidad de utilizar distintos

materiales constructivos, los cuales deberán ajustarse a la Guía Normativa de la feria FITUR.

## **B- CONSTRUCCIÓN, DECORACIÓN y ARMADO**

El stand se dispone en una isla de 407 mts<sup>2</sup>, con 4 caras de perímetro libre, uno de los lados del frente del stand está ubicado sobre una de las calles principales de flujo en el pabellón de países de Latinoamérica consideradas “zonas calientes” y estratégicas para ingreso y flujo de los visitantes.

En cuanto a la construcción del stand debe contener como mínimo las siguientes características, debiendo cada empresa exponer con mayor detenimiento estos requisitos:

### **B.1 ASPECTOS GENERALES**

**B.1.a. SISTEMA ESTRUCTURAL:** deberán especificarse en la documentación gráfica, adaptando las soluciones constructivas a los lineamientos de diseño y requerimientos funcionales.

**B.1.b. SOLADO:** deberá estar realizado con tarima de 10 cm de altura aproximadamente, con 4 (CUATRO) rampas, una en cada cara del stand, señalizadas en los lugares correspondientes a los accesos.

**B.1.c. BANDA DECORATIVA VISIBLE DEL STAND:** Se deberá cotizar una banda decorativa colgante con pantalla LED FULL HD en sus cuatro lados en altura. En este sentido, se deberán contemplar terminaciones cuidadas sin dejar a la vista el cableado y conexiones técnicas de las pantallas, y se deberá incluir iluminación decorativa con la paleta de colores de Marca País, según manual de marca. Se deberá incorporar en las 4 caras del stand visibilidad de la Marca País con la palabra Argentina. Se debe garantizar la utilización de plena altura permitida para mayor visibilidad.

Se podrán presentar otras propuestas de banda decorativa visible o diferentes estructuras que no estén contempladas en los párrafos anteriores, pero sí deben cumplir con los objetivos de visibilizar el stand de Argentina en altura.

En caso de presentar 2 (DOS) propuestas diferentes, las mismas deberán identificarse como “Propuesta A” y “Propuesta B” y se deberá completar 1 (UNA) PLANILLA DE COTIZACIÓN por cada propuesta. En caso de presentar sólo una propuesta, deberá ser la “Propuesta A” con lo solicitado en dicho punto (banda decorativa colgante con pantalla FULL LED HD en sus cuatro lados en altura), en caso que se presente sólo la “Propuesta B” quedará desestimado el Renglón N°1.

**B.1.d. GRÁFICAS** Se deberá contemplar la impresión y montaje de gráficas en diferentes tamaños y en alta definición y calidad, con el objetivo de mostrar la diversidad de paisajes, experiencias y segmentos turísticos de Argentina. La cantidad de gráficas y ubicación de las mismas dependen del diseño propuesto. Asimismo se solicita contemplar 2 (DOS) Back de prensa con los logos de marca Visit Argentina y Marca País en la siguiente proporción: marca país 70% del espacio - Visit Argentina 30% del espacio, esto no implica la asignación de 1 solo logo en ese espacio sino la cantidad de logos que se estimen convenientes y que sean visualizables en cada toma gráfica donde participen autoridades. El contenido y ubicación de las mismas en espacios del stand, será definido en reuniones de ajuste.

**B.1.e. DISPOSITIVOS PARA PROYECCIÓN DE IMÁGENES FULL HD:** Se deberá contemplar la colocación de dispositivos para proyección de imágenes en pantallas LED de alta definición (con una mínima resolución de 1024 x 640 píxeles, Full HD) en formato vertical. A su vez, para el frente del stand, considerar una pantalla LED de alta definición que se deberá ubicar en el lugar de mayor visibilidad del stand (con una mínima resolución de 1024 x 640 píxeles, Full HD) cuyas medidas se ajusten a la propuesta de diseño del oferente y su tamaño sea como mínimo de 3 metros de alto por 7 metros de ancho.

**B.1.f. CONEXIÓN A INTERNET:** Deberá asegurarse la conexión a Internet (Enlace mínimo de internet de download 300 Mbps, Upload 100 Mbp) por un sistema que permita el acceso como mínimo a 2 (DOS) dispositivos por persona (máximo de 200 personas), garantizando su funcionalidad, para todo tipo de dispositivo independientemente de su modelo. Dicho servicio deberá estar contemplado para uso de los operadores (escritorios), el área de atención institucional (organismos, líneas aéreas y autoridades) para los usuarios de la sala de reuniones.

**B.1.g. PROVISIÓN DE REGALOS:**

Se deberá proveer 200 (DOSCIENTAS) Libretas A5 de 21 cm x 14.5 cm de 80 hojas lisas con tapa dura personalizadas con logo de Marca país y/o Visit Argentina (el cual será provisto y definido por INPROTUR) en bajo relieve; papel de 70g/m - hojas lisas, encuadernación cosido, calidad y diseño tipo Moleskine [https://www.moleskine.com/\(detalle a modo referencial\)](https://www.moleskine.com/(detalle a modo referencial)).

Se deberá proveer de 250 (DOSCIENTAS CINCUENTA) lapiceras metálicas de tinta azul con impresión de logo Visit Argentina.

Se deberá proveer de 200 (DOSCIENTAS) remeras de tela algodón orgánico INTERLOCK TUBULAR o



similar, personalizadas con logo/marca de Marca país y/o Visit Argentina (el cual será provisto y definido por INPROTUR) para distribución masiva durante los días de feria.

Se deberá proveer de 20 (VEINTE) regalos de alta calidad: manta 100% algodón estilo rustico simil lana de oveja/llama de 150 x 130 cm para uso individual.

También se solicitarán 200 (DOSCIENTAS) bolsas de friselina con impresión de logo Marca País y Visit Argentina y 20 (VEINTE) bolsas tipo mochila de tela bolsa con logo de marca país acorde al estilo de la manta.

Además proveer 20 (VEINTE) vinos argentinos en botellas de 750 ml de calidad premium. Los mismos serán validados por el INPROTUR.

Se valoran las propuestas con bajo impacto al medio ambiente y prácticas de sustentabilidad.

El diseño de los regalos requeridos será definido por INPROTUR en reuniones de ajuste.

**B.1.h. INSTALACIÓN ELÉCTRICA, ILUMINACIÓN, ELECTRICIDAD:** Se deberá prever iluminación en todo el stand de Argentina con elementos de innovación y donde prevalezca la sustentabilidad, que sea acorde a los planteos de diseño y funcionalidad del espacio. Se recomienda no utilizar artefactos que generen calor y aplicar los protocolos y medidas de bioseguridad impuestos por la organización de la feria. Se tendrá en cuenta la iluminación, tanto como elemento decorativo como su creatividad para cumplir con la plena funcionalidad del stand.

**B.1.i. LOGÍSTICA:**

-Coordinación y dirección de: diseño, decoración y armado y optimización de componentes.

-Se deberá contar con los seguros correspondientes solicitados por la organización de la feria, como así también siguiendo las normas y protocolos de bioseguridad impuestos ante el contexto de pandemia durante el armado, desarrollo de la feria y desmontaje del stand.

-Acreditaciones del personal de la empresa para montaje y contratados por la empresa para el desarrollo de las tareas pertinentes durante los días de la feria.

**B.2 ESPACIOS DEL STAND**

Se deberá proveer 10 dispensers de alcohol en gel en espacios comunes del stand, preferentemente fijos. A su vez, se deberá proveer de 130 (CIENTO TREINTA) botellas plásticas/metálicas reutilizables, con impresión de logo Marca País para la delegación argentina, de 500ml. Se deberá proveer de dispensers de agua mineral asegurando la provisión durante los días de la feria para la delegación Argentina.

**B.2.a. POSICIONES DE TRABAJO: Espacio para la atención y trabajo para 60 (SESENTA) empresas privadas (operadores y prestadores de servicio):**

La estética, distribución y localización de los espacios de atención para el sector privado dependerá de la propuesta de diseño planteada por la empresa, aún así se deberá considerar que 30 escritorios sean perimetrales en los dos laterales y contrafrente y los restantes 30 en una segunda línea interna, TODOS deben mirar hacia el exterior. Cada uno de los escritorios deberá contar con espacio para que puedan reunirse 2 personas sentadas, enfrentadas entre sí.

Se recomienda que los escritorios, estén distribuidos en bloques de dos con una mampara divisoria entre ambos, para garantizar un correcto aprovechamiento de los espacios, considerando un mínimo espacio de paso cada dos escritorios.

Cada escritorio deberá contar con iluminación, espacio de guardado bajo llave en cada posición con capacidad de hasta un carry on de viaje, espacio superior donde se visualice el nombre de la empresa en vinilo de corte impreso a color.

A su vez, cada escritorio deberá contar con 1 (UNA) mesa de uso diario e incorporar mapa color de la República Argentina, deberá ser una impresión vinilo con laca o encapado de polipropileno preferentemente mate cuyo diseño será acordado entre las partes en reuniones de ajuste, y 2 (DOS) sillas (una para representante de empresa argentina y una para su cliente). Deberá contar con 2 tomacorrientes y adaptadores universales como así también puertos USB.

Se deberá incluir servicio de bebidas calientes (infusiones, café, leche regular y vegetal), galletas dulces y crackers, snacks, como así también vajilla e insumos descartables para los escritorios de las empresas argentinas y sus clientes con el fin de atender a un máximo de 120 (CIENTO VEINTE) personas por día durante los días de la feria.

**B.2.b. ESPACIO PARA LA ATENCIÓN DE LOS DESTINOS**

La estética y distribución del espacio de atención institucional dependerá de la propuesta de diseño planteada por la empresa, pero será necesario un sector de atención a los visitantes por parte de los organismos de turismo de Argentina totalizando **20 (VEINTE)** puestos de trabajo en dos espacios de atención ubicados en el frente del stand. Se requiere que el frente de los mostradores tengan, en lo posible, pantalla LED de alta definición para proyección de videos en alta resolución. Deberá contar con 20 (VEINTE) tomacorrientes y adaptadores universales como así también puertos USB. El mobiliario utilizado en esta área deberá contar con espacios de guardado con cerramiento y llave. Este espacio debe ocupar un lugar protagónico en el stand, ubicado sobre la calle de mayor circulación de



gente. Deberá contar con 20 (VEINTE) banquetas o sillas altas para la atención.

Se deberá incluir servicio de bebidas calientes (infusiones, café, leche regular y vegetal), galletas dulces y crackers, snacks, como así también vajilla e insumos descartables para los participantes argentinos que se ubicarán en los mostradores de atención institucional para 30 (TREINTA) personas por día durante los días de la feria.

#### **B.2.c. SALAS DE REUNIONES:**

##### **DOS (2) SALA DE REUNIONES de hasta 8 personas en planta alta.**

Se solicita que contemplen 2 (DOS) espacios semi abiertos que permitan una mayor ventilación y distancia entre los asistentes. Cada espacio deberá contar con sillas operativas y mesa funcional, percheros, mueble de guardado con llave, banderas argentina y española. Se valorará la presentación de diferentes opciones creativas para poder cubrir con dicha necesidad. Deberá contar con tomacorrientes y adaptadores universales como así también puertos USB, conexión a Internet por cable, Notebook (con sistema operativo acorde, con programas instalados – paquete Office versión oficial y navegador de Internet), impresora color en funcionamiento con toner y provisión de hojas A4, elementos de librería (tijera, lápices, lapiceras, pegamento, regla, etc) y aire acondicionado frío/calor y al menos 2 (DOS) catenarias para control de acceso. En la sala de reuniones se deberá contemplar la aplicación de identidad de Marca País y Visit Argentina, para que sea visible en fotos de prensa.

Se deberá incluir bebidas frías (aguas, gaseosas, jugos, hielo) y calientes (infusiones, café, leche), galletas dulces y crackers, snacks, como así también vajilla e insumos descartables (preferentemente de cartón) para la sala de reuniones con el fin de atender a un máximo de 25 (VEINTICINCO) personas por día durante los días de la feria.

Se deberá considerar una opción de almuerzo ligero para 10 (DIEZ) personas por día.

#### **B.2.d. ESPACIOS DE LIVINGS Y MESAS ALTAS:**

Una propuesta de livings de hasta 4 personas por cada unidad. Estimar 4 (CUATRO) unidades de livings con butacas bajas y mesas bajas en un espacio abierto que permita un mayor flujo. Se solicita la presentación de diferentes opciones creativas para poder cubrir con dicha necesidad.

Se deberán contemplar 4 (CUATRO) mesas altas con 3 (TRES) taburetes cada una para generar un espacio de encuentro y posibles reuniones informales.

Se deberá incluir bebidas frías (aguas, gaseosas, jugos, hielo) y calientes (infusiones, café, leche), galletas dulces y crackers, snacks, como así también vajilla e insumos descartables (preferentemente de cartón) para el espacio de livings con el fin de atender a un máximo de 15 (QUINCE) personas por

día durante los días de la feria.

**B.2.e. ESPACIO PARA PRESENTACIONES/CAPACITACIONES:** Este espacio deberá contar con televisor tipo plasma LCD de 65', Full HD, 2 micrófonos de mano, sonido y pasador de diapositivas, técnico especial para este espacio/momentos, también sillas para 20 (VEINTE) personas máximo. Considerar un espacio semi abierto que posibilite el ingreso a sumarse más personas en las presentaciones/capacitaciones.

**B.2.f. SECTOR DEPÓSITO Y SALA TÉCNICA:** Este espacio debe estar provisto de al menos un mueble de guardado con llave y una estantería para el guardado del material. Se deberá garantizar la limpieza y el orden del mismo durante los días de feria. Debe contar con cerradura con llave. Debe contar con una señalización en la puerta: PRIVADO – DEPÓSITO en idioma español. A su vez el mismo deberá funcionar como sala técnica con ventilación para la cual debe contemplarse conexión a internet y todos los elementos necesarios para el buen funcionamiento del stand. Se deberá garantizar la plena seguridad de las personas que ingresen.

**B.2.g. SALA DE PRENSA** Se deberá contemplar un espacio semi privado para un máximo de 3 personas, con mobiliario acorde a 4 (CUATRO) puestos de trabajo con silla y un mueble de guardado con llave. Deberá contar con tomacorrientes y adaptadores universales como así también puertos USB, conexión a Internet por cable, impresora color en funcionamiento con tóner y provisión de hojas A4.

**B.2.h. ACTIVACIONES CREATIVAS** que permitan junto a herramientas e instalaciones de última tecnología realizar un viaje sensorial con recorrido e interacción de los visitantes del stand, con el objetivo de provocar un vínculo directo con las redes y comunidades sociales de Visit Argentina. Se solicita incluir en este punto todos los elementos necesarios para el correcto funcionamiento de las mismas (Ej. Técnico, pantallas, iluminación, equipo de sonido, efectos, etc).

Tanto para el diseño y decoración del stand como para el desarrollo de las activaciones que se propongan, es importante tener en cuenta los objetivos de comunicación de Argentina en el mercado de ESPAÑA, para los cuales se identifican como los principales destinos y experiencias que decide visitar y conocer el turista español: Ciudad de Buenos Aires, Iguazú, Patagonia (principalmente El Calafate, Ushuaia y Bariloche) y Norte.

Dentro de los segmentos destacados para el turista español los más importantes son: actividades culturales, urbanas y nocturnas y de gastronomía y vinos, también actividades de naturaleza y áreas



protegidas (avistaje fauna marina principalmente). El turista español es un turista cada vez más digital, exigente y sostenible, que busca experiencias en áreas abiertas y no masificadas, en contacto con la naturaleza.

**B.2.i. ACTIVACIONES ARTÍSTICAS/ DE ENTRETENIMIENTO PARA FIN DE SEMANA (días dirigidos al público general)**

Se solicitan incluir propuestas creativas y artísticas, profesionales y de alta calidad, show en vivo con músicos y/o bailarines profesionales, deberán incluirse diversos tipos de melodías y ritmos nacionales, sonido instrumental y sonidos ambientales característicos de argentina (cataratas, tango, olas, viento, selva, cancha, hinchada de fútbol, aves, ríos, música, folclore, fauna, instrumentos argentinos, etc), como así también danzas tradicionales del país con ritmo vivo y alegre, desde tango, folclore, etc. Deberán contemplar la inclusión de por lo menos 2 (DOS) parejas de baile que realicen las variedades más dinámicas y entretenidas con gran impacto y por lo menos 2 (DOS) músicos en vivo. Se deberá estimar como mínimo 2 (DOS) performances por día. Deberá contemplar todo el personal, equipamiento, elementos de decoración y los requerimientos técnicos necesarios para la realización y función en vivo de cada show. La empresa podrá sugerir otras alternativas que se ajusten a opciones innovadoras y creativas tal lo indicado anteriormente. El repertorio será validado con el INPROTUR.

**B.3 PERSONAL:**

Se deberá contemplar y aplicar las normas y protocolos durante el armado, desarrollo de la feria y desmontaje del stand, como así también los seguros necesarios exigidos por la organización de la feria.

**B.3.a. COORDINADOR DE LA EMPRESA CONSTRUCTORA (representante):** para atención, coordinación y resolución de temas constructivos y de mantenimiento general del espacio durante el montaje y los días de feria. Además, durante los días de armado del stand el personal debe ubicar los elementos de exhibición en los depósitos o lugar indicado por el personal del INPROTUR.

**B.3.b. PERSONAL TÉCNICO:** personal idóneo y profesional que garantice el correcto funcionamiento de elementos de proyección LED, instalación eléctrica general, iluminación, etc.

**B.3.c. PERSONAL DE LIMPIEZA:** limpieza general del espacio previo al inicio y durante todos los días de feria. Debe garantizar la limpieza diaria en el stand (no debe obstaculizar el normal funcionamiento del mismo). Asimismo, debe garantizar la limpieza previa a la apertura, durante el desarrollo de la feria y posterior al cierre a fin de que quede en condiciones para el día siguiente - incluir proveeduría de artículos de limpieza y cestos y bolsas de basura para todo el stand y sus espacios.

**B.3.d. PERSONAL DE ATENCIÓN:** se deberá contemplar la contratación de personal dividida por turnos para la atención general del Stand. Por lo menos 10 (DIEZ) personas para asistir en diversas tareas de atención, camareros, servicio a expositores e información a visitantes.

Al menos 1 (UNA) de las personas de atención deberán cumplir con las siguientes características para la atención en el mostrador institucional:

- Nacionalidad Argentina.
- Idiomas: español e inglés fluidos.
- Conocimientos de Argentina, su oferta turística, destinos, productos y experiencias.
- Experiencia en participación en ferias y eventos internacionales.
- Experiencia en atención al público, expositores, co-expositores y profesionales.

Se deberá incluir el CV de la persona.

La empresa adjudicada deberá entregar un manual de construcción y, además, fundamentar la propuesta de stand desde el punto de vista conceptual y creativo.

## **C - SERVICIO DE FOTOGRAFÍA, VIDEO Y PRENSA**

### **C.1 FOTOGRAFÍA Y VIDEO**

Este servicio deberá contemplar al menos los siguientes ítems:

#### **C.1.a. FOTOS**

-Se deberá de proveer de 100 (CIEN) imágenes en alta definición (alternadas entre formato horizontal y vertical), más las mismas 100 (CIEN) imágenes en baja definición las cuales deben ser entregadas como máximo hasta las 18 horas de Argentina de cada día feria. La entrega puede ir realizándose en forma parcial durante el día, citando en cada caso un texto adjunto con la explicación del contenido de las imágenes (reuniones, activaciones, presentaciones o situaciones dentro del evento).

-La cobertura de las fotografías será de la participación de Argentina en la feria y, en caso de llevarse a cabo, de los eventos especiales relacionados (INPROTUR INFORMARÁ PREVIAMENTE CUÁLES SON LOS EVENTOS ESPECIALES EN CASO DE REALIZARSE AL PROVEEDOR QUE RESULTE ADJUDICADO). Los eventos especiales relacionados podrán ser un día antes, un día posterior o durante los días de la feria, en misma zona geográfica.

-Las fotografías deben contemplar la cesión de derechos para uso promocional y comercial a fin de utilizar en diferentes herramientas de comunicación (ONLINE y OFFLINE).

-El servicio de fotografía debe contemplar 2 (DOS) fotografías profesionales para cubrir la participación de autoridades del Ministro de Turismo y Deportes y del INPROTUR y el resto de actividades del INPROTUR. Además deberá haber fotos generales del Stand y fotos de la feria.

-Formatos de entregables: Para las FOTOS en alta resolución la calidad mínima deberá ser de 6000x4000px a 300dpi.

### **C.1.b. VIDEOS**

-Se debe contemplar la edición y entrega de 1 (UNA) pieza final de hasta 3 minutos en formato WIDE y RRSS, en alta y baja calidad, a modo de resumen de toda la participación de Argentina en la feria FITUR. Las ediciones deben de contemplar banda musical libre de derechos y animaciones y también deben de contemplar la aplicación de logo de Visit Argentina y Marca País. Para estas entregas, se deberá coordinar con el equipo del INPROTUR los ajustes finales de la edición.

-Entrega de 3 (TRES) videos diarios (cada día) en formato WIDE y RRSS hasta 45 segundos de duración, cada uno cuya realización contempla, en algunos casos, la toma de testimonios implicando por ello contar con soportes micrófonos para tal realización. Las ediciones deben de contemplar aplicación de logo de Visit Argentina y Marca País. Objetivo: mostrar en nuestras redes institucionales: Instagram: @inprotur\_arg / YouTube: INPROTURA Argentina / Twitter: @InproturArg y acercar la acción promocional y la participación de Argentina en la misma a los usuarios del mundo que nos siguen en nuestras rrss y a través de Whatsapp. Se sugiere que un video sea dedicado a la actividad general del stand, otro video a la actividad de las autoridades, y un tercer video al resumen diario. Los tres videos deberán tener formato wide y vertical (para RRSS). Esta sugerencia puede ser modificada por el equipo del INPROTUR.

-Entrega de 1 (UN) video de 1 minuto, con su versión de treinta segundos, en formato WIDE y RRSS, de eventos especiales relacionados (INPROTUR INFORMARÁ PREVIAMENTE CUÁLES SON LOS EVENTOS ESPECIALES EN CASO DE REALIZARSE AL PROVEEDOR QUE RESULTE ADJUDICADO). Los eventos especiales relacionados podrán ser un día antes, un día posterior o durante los días de la feria, en misma zona geográfica. Las ediciones deben de contemplar banda musical libre de derechos y animaciones y también deben de contemplar la aplicación de logo de Visit Argentina y Marca País. Para estas entregas, se deberá coordinar con el equipo del INPROTUR los ajustes finales de la edición.

-Formatos de entregables: Para los vídeos formato Wide tiene que ser 16x9, resolución 1920x1080, en formato .mp4 o .mov. En el caso de los videos para Redes Sociales deberán presentarse dos opciones: 4x5, resolución 1080 x 1350 en formato .mp4, y 9x16, resolución 1080x1920, formato .mp4

Los videos deben ser entregados como máximo hasta las 18 horas de Argentina de cada día feria.

Todas las fotografías y videos que el contratista realice en ejecución del contrato serán cedidos al INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCIÓN TURÍSTICA, quien podrá reproducirlos, adaptarlos, aplicarles marcas y escudos y licenciarlos, sin ninguna limitación temporal, geográfica ni de medio de comunicación.

En resumen - servicio de videos: 3 videos por día de hasta 45 segundos (en wide y vertical cada uno); 1 video general resumen de toda la feria de hasta 3 minutos; 1 video de 1 minuto de un evento especial (y su versión de 30 segundos).

**C.1.c. Generación y entrega de todo el material (fotos y videos) en** bruto producido para su archivo y utilización posterior.

## **C.2 PRENSA**

Cobertura, convocatoria y gestión de prensa y relaciones públicas para la participación Argentina en la feria de referencia y eventos especiales relacionados en el marco de la misma. Este servicio deberá contemplar al menos los siguientes ítems:

**C.2.a. Mínimo de 2 (DOS) entrevistas con algunos de los siguientes medios:** ABC, EL PAÍS, EL MUNDO, LA VANGUARDIA, EL CONFIDENCIAL, MARCA, SPORT, 20 MINUTOS, EL ESPAÑOL, EL PERIODICO DE CATALUNYA, EL DIARIO, LA RAZÓN, TELECINCO, OK DIARIO con la autoridad de Argentina que designe INPROTUR. Las entrevistas quedarán sujetas a aprobación por el INPROTUR en reuniones de ajustes previas a la realización de la feria. Las entrevistas que se lleven a cabo deben ser publicadas dentro de un período de 10 días una vez realizadas.

**C.2.b. Convocatoria de al menos 20 medios locales a las actividades que desarrolle el INPROTUR:** En el marco de FITUR, se realizarán presentaciones y conferencias de prensa para contar las novedades del país. La empresa deberá asegurar la presencia de al menos 20 periodistas de 20 medios de comunicación locales para cubrir los eventos que el INPROTUR indique. La cantidad de 20 periodistas debe interpretarse como un número global durante toda la feria. Las fechas y sedes de los eventos, serán informados por el INPROTUR. La empresa deberá enviar el flyer de invitación de los eventos con convocatoria, realizar el seguimiento de confirmados, y enviar el listado de medios confirmados al INPROTUR.

**C.2.c. Envío de, al menos, dos (2) gacetillas** sobre la participación de Argentina en la feria a un mínimo

de 50 (CINCUENTA) medios de comunicación de ESPAÑA. El postulante deberá presentar en su propuesta una lista de medios que recibirán las respectivas gacetillas. La divulgación de las gacetillas quedará sujeta a aprobación por parte del INPROTUR. Las mismas podrán ser enviadas como anuncio, durante la feria o posterior a la feria. También podrá ser referente al evento que se realice en el marco de FITUR. Se coordinará los envíos con el INPROTUR

**C.2.d. Realización y entrega de clipping final a** INPROTUR de todo lo publicado mediáticamente en España motivo de la participación Argentina en la feria y en un plazo no mayor a 7 días de transcurrido el evento. El INPROTUR brindará el formato de cómo debe de hacerse el entregable.

Para todo el servicio de prensa y fotografía y video se deberá contemplar el personal idóneo y el equipamiento necesario para brindar el servicio de manera adecuada. La gestión y costos derivados de las acreditaciones y demás cargos están a cargo del adjudicatario.

El monto final cotizado deberá contemplar todos los gastos de producción y logística para la realización. El INPROTUR no realizará ninguna erogación adicional a lo que se presente en la oferta.

**NOTAS A TENER EN CUENTA:**

- I. Previo a la feria, en reuniones de ajuste oportunamente acordadas entre el área técnica del INPROTUR y la empresa adjudicataria, se acordarán los cambios necesarios para adaptar los requerimientos a las cuestiones que puedan surgir en los preparativos del evento, de manera de poder lograr los requerimientos específicos de la feria y objetivo de la participación. Habrá un plazo límite de modificaciones y/o ajustes que no alteren de manera sustancial el diseño original del proyecto que será de 7 (SIETE) días corridos previos al inicio de cada feria. En caso de modificaciones y/o ajustes se deberá presentar el proyecto y los respectivos renders actualizados del stand en cuestión, con dichas adaptaciones.
- II. En reuniones de ajuste, antes del inicio cada feria, se deberá enviar al área técnica del INPROTUR, una planta de distribución, con los escritorios de trabajo numerados y la implantación en el predio ferial, con los nombres de los organismos que ocupan los lotes vecinos, de forma tal de confirmar las orientaciones y lugares de trabajo acordados. Esta planta, será distribuida a los operadores que participan en el stand.
- III. La contratación incluye el diseño, construcción, decoración, armado, desmontaje y gestión



de medios, de todos los elementos que componen el stand, el suministro de equipamiento, mobiliario, servicios y personal técnico y de atención necesaria. Todos los servicios feriales que deban contratarse deben estar incluidos en la oferta (potencia eléctrica adicional y 24hs, conexión a canaletas, rigging, servicio de internet, acreditaciones, seguros, permiso de montaje, etc.)

IV. Las fechas de inicio del armado serán definidas por el adjudicatario, de acuerdo al reglamento de la feria, e informada al área técnica del INPROTUR.

V. La contratación de los espacios es responsabilidad de INPROTUR y el metraje y lote que se facilita en el presente pliego puede sufrir ajustes y modificaciones, sin que los mismos alteren los requerimientos funcionales y estéticos. En caso de existir modificaciones en las superficies contratadas por el INPROTUR, la oferta económica se ajustará contemplando el precio ofertado por metro cuadrado.

VI. Todos los costos derivados de la construcción y uso de la superficie construida en el stan, corren por cuenta de la empresa adjudicataria y deben ser contemplados en la oferta económica. Asimismo, se deberán incluir las acreditaciones del personal de la empresa y contratados por la empresa para todos los servicios solicitados en el presente pliego. Se deberán contemplar los requerimientos y seguros que exijan los organizadores de la feria para el ingreso al predio ferial tal como se indica en la normativa de la feria.

VII. Los derechos de propiedad de autor y reproducción, como cualquier otro derecho intelectual, propios de la empresa que resulte co-contratista o incluso de terceros, deberán ser cedidos a perpetuidad, en el marco de este contrato, al Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR).

VIII. El stand deberá estar totalmente terminado a las **18 HS del día anterior** al inicio de cada feria.

IX. La empresa adjudicada deberá entregar un manual de construcción y, además, fundamentar la propuesta de stand desde el punto de vista conceptual y creativo.

## **2. Derechos y uso de imágenes**

En caso de que las propuestas de creatividad contengan imágenes fotográficas y/o audiovisuales, las mismas como los derechos para su difusión, deberán ser cedidas en su totalidad al INPROTUR para que puedan ser utilizadas a perpetuidad y sin límite geográfico. Idénticas consideraciones deberán tenerse en cuenta para el caso de que se contraten actores o de que se utilicen imágenes de terceros.

Los derechos de propiedad intelectual sobre el diseño del stand que resulte contratado, serán cedidos en su totalidad al INPROTUR al momento de la adjudicación, incluyendo las facultades reservadas por el artículo 55, in fine, de la Ley N° 11.723 – Régimen Legal de la Propiedad Intelectual.



En consecuencia, el INPROTUR, en su carácter de titular del derecho de propiedad de la obra arquitectónica tendrá “la facultad de disponer de ella (...), de ejecutarla, de representarla, y exponerla en público, de enajenarla, (...) de adaptarla o de (...) reproducirla en cualquier forma” (artículo 2° de la Ley N° 11.723).

Por otra parte, el contratista asume todos los deberes y obligaciones contemplados en la Ley 11.723 Régimen Legal de la Propiedad Intelectual. A su vez, será responsable por los daños y perjuicios que deriven de la inobservancia de la presente ley y de las sanciones penales que correspondan durante el cumplimiento del contrato.

Si el INPROTUR fuese citado a proceso judicial o a un método alternativo de resolución de conflictos, voluntario u obligatorio, por la presunta violación de alguno de los derechos mencionados a lo largo de este acápite, podrá citar por evicción al contratista, sin necesidad de unificar la representación procesal ni de delegarle la dirección técnica del proceso. El contratista asume los gastos de defensa y de condena, aun cuando estime que la sentencia, el acto transaccional o el laudo arbitral no se ajusta a derecho.

### **3. Plazo de la contratación**

La contratación tendrá vigencia desde la notificación de acto administrativo de adjudicación, hasta el cumplimiento de la totalidad de los ítems solicitados en el presente pliego.

### **4. Moneda de cotización**

#### **EUROS**

A las empresas residentes de Argentina, sólo podrá pagarse en moneda nacional (conforme artículo 45 del Régimen de Compras y Contrataciones).

### **5. Modalidad de Pago:**

Los pagos serán efectuados contra la presentación final (certificación) de todos los trabajos realizados. Luego y previa aprobación de la dirección técnica del Inprotur, el área contable solicitará oportunamente la factura por el total para emitir el pago.

**CERTIFICACIÓN:** La empresa contratista deberá presentar los documentos entregables con sus respectivos informes de certificación con el detalle de los trabajos realizados según lo establecido en las especificaciones y en las condiciones del presente pliego de manera digital con los links para la descarga de los documentos y /o archivos en los formatos que corresponda. Los informes deben incluir detalles exigidos en el pliego permitiendo una lectura integral y clara. Dichos informes deberán estar en formato PDF, firmados y aclarados en la totalidad de sus hojas por el apoderado y /o titular de la empresa, y deberán ser presentados al INPROTUR máximo 7 días posteriores a la finalización de la feria

**FACTURA ORIGINAL:** Letra ("B", "C" o "E"): la misma deberá ser elevada al INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCIÓN TURÍSTICA, CUIT 30-70950075-5, SUIPACHA 1111 Piso 12, CÓDIGO POSTAL (1008), CAPITAL FEDERAL, expresando en su detalle el número de expediente.

**6. Seguros adicionales al Pliego de condiciones Particulares.**

Se deberá contar con los seguros correspondientes exigidos por la organización de cada feria, según normas y protocolos de bioseguridad impuestos ante la pandemia del Covid-19 durante el armado, desarrollo de cada feria y desmontaje del stand.

**7. Cantidad de copias en que los oferentes deben presentar su oferta.**

Los oferentes deberán presentar UN (1) solo original de su oferta.

**8. Tipo de garantía a presentar.**

A elección del oferente conforme lo estipula el Régimen de Contrataciones y el Pliego de Condiciones Particulares del Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR).

**9. Lugar de cumplimiento del contrato:**

Reino de España

**10. Modalidad Llave en Mano**

En virtud del análisis efectuado por el área técnica del INPROTUR y considerando que el objeto de la contratación contempla, además de la provisión de elementos o sistemas complejos a entregar instalados en el STAND, la prestación de servicios relacionados con la puesta en marcha, operación, coordinación y funcionamiento de dichos bienes, resulta conveniente concentrar la adjudicación en un

único proveedor la responsabilidad de la realización del renglón del presente Pliego de Especificaciones Técnicas.

## 11. Criterios de Evaluación

Teniendo en cuenta los criterios estéticos de diseño definidos y las especificaciones funcionales definidas, se evaluarán los servicios que se enumeraron previamente y se clasificará a cada uno de acuerdo al esquema de calificación que se especifica debajo. La puntuación máxima posible de ser obtenida es de 100 puntos.

Se calificará de 0 a 100 puntos de acuerdo al siguiente esquema de calificación:

### A. Propuesta Técnica recibida: HASTA 60 PUNTOS

Consideraciones de evaluación:

- Pertinencia de la propuesta
- Originalidad
- Factibilidad y ejecución
- Coherencia

A su vez el criterio de evaluación "A. Propuesta Técnica recibida: HASTA 60 PUNTOS" se divide en dos:

A.1 . Concepto creativo de la Propuesta Técnica recibida. HASTA 50 PUNTOS

A.2. Servicio de fotos y videos y gestión de prensa. HASTA 10 PUNTOS

#### A.1 . Concepto creativo de la Propuesta Técnica recibida. HASTA 50 PUNTOS

En este punto se evaluará la originalidad y creatividad, el cumplimiento de todos los ítems solicitados y también el uso de tecnologías innovadoras. Aquí se exceptúa el requerimiento de prensa ya que será analizado por separado . Se calificarán con:

- 0 (mala)
- 15 (regular)
- 30 (Bueno)
- 45 (Muy bueno)
- 50 (Excelente)

#### A.2. Servicio de fotos y videos y gestión de prensa. HASTA 10 PUNTOS

En este punto se evaluará el cumplimiento de los ítems detallados. Las acciones a cotizar se calificarán con:



- 0 (mala)
- 3 (regular)
- 5 (Bueno)
- 8 (Muy bueno)
- 10 (Excelente)

#### **B. Antecedentes: HASTA 10 PUNTOS**

Trabajos similares previos. La acreditación de los trabajos se acredita a través de cartas o notas membretadas y firmadas por las empresas contratadas. No se tendrán en cuenta trabajos previos que hayan sido realizados para el INPROTUR o para el MINISTERIO DE TURISMO Y DEPORTES DE LA NACIÓN.

- Más de 8 trabajos 10 puntos
- De 5 a 7 trabajos 7 puntos
- De 2 a 4 trabajos 3 puntos
- De 0 a 1 trabajos 0 puntos

#### **C. Oferta económica: HASTA 30 PUNTOS**

La oferta económica tendrá una evaluación por puntaje, aplicando el criterio inversamente proporcional; esto es, a menor precio, mayor puntaje.

La asignación de puntajes a las ofertas se realizará con base en los “Valores de Comparación de las Ofertas” mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

$$X = (\text{puntaje total (30 puntos)} \times \text{oferta más económica}) / \text{oferta evaluada}$$

El resultado de la ecuación será asignado como puntaje económico total, redondeando hasta las centésimas del siguiente modo: hacia arriba si la milésima es igual o mayor a (5) cinco; y hacia abajo si es menor.

- **Las ofertas que no reúnan como mínimo 40 puntos en la totalidad de los criterios de evaluación NO SERÁN TENIDAS EN CUENTA Y SE PROCEDERÁ OPORTUNAMENTE A SU DESESTIMACIÓN.**

#### **12. Condiciones de Presentación de la Propuesta:**

- El formato de presentación es únicamente digital, no se aceptarán propuestas impresas en las

oficinas del INPROTUR

- La propuesta técnica debe ser presentada respetando el orden de los puntos según lo solicitado. Deberá incluir un detalle y/o desarrollo de cada ítem ofertado en la propuesta.

- La propuesta debe tener la información que se detalla, sin excepción:

- 1) Carátula con nombre de cada feria, superficie, etc.
- 2) Oferta económica, en la moneda correspondiente, con todos los impuestos incluidos, para cada subtotal por separado y el total sumado.
- 3) Se deberá completar correctamente la Planilla de cotización por cada renglón. No se tendrán en cuenta las propuestas que no contengan su respectiva planilla de cotización.
- 4) Memoria técnica, detallando materialidades, sistemas constructivos y propuesta de estructura para cenefa según todas las especificaciones técnicas que correspondan.

- 5) Índice de láminas:

- Plano de distribución en planta (esc. 1:100 o 1:50). Cada espacio debe estar definido con su funcionalidad.
- Planta y vistas acotadas en esc. 1:100
- Planimetría de distribución gráfica y soporte audiovisual con medidas y tipo de gráfica
- Renders de la propuesta

### 13. CLÁUSULA COVID

La sola presentación de la oferta implica que los oferentes conocen y aceptan que la contratación de la referencia podría verse condicionada en razón de la PANDEMIA declarada durante el año 2020 por la propagación del nuevo coronavirus "SARS-COV-2", causante de la enfermedad denominada "COVID-19".

Consecuentemente, la presente contratación podrá quedar sin efecto, sin devengar indemnización alguna para el co-contratante, en caso que el INPROTUR vea frustrada su participación en la feria por haber sido vedada la salida o el reingreso al territorio nacional por parte de las autoridades de la REPÚBLICA ARGENTINA, y/o por limitaciones impuestas por autoridades del país en cuestión o la ciudad de Madrid, que impidan el desarrollo de las actividades, frustrando o desnaturalizando el objeto de la presente contratación (véase punto N° 1 – "Objeto de la contratación").

En caso que la empresa contratista (el constructor del stand) ya haya avanzado las tareas que le fueran encomendadas, sólo tendrá derecho a percibir el pago proporcional por las labores efectivamente realizadas, contra la presentación de la correspondiente certificación de servicios.

La empresa contratista declara conocer y aceptar las normas de montaje emitidas por la organización de cada feria, documento que describe las medidas y protocolos de obligado cumplimiento para prevenir y contener la propagación del COVID-19, en cada feria.

En relación a ello, la sola presentación de la oferta implica que los oferentes conocen y aceptan que la normativa puede sufrir variaciones que afecten el diseño original ofertado, debiéndose adaptar el mismo en todo momento a las necesidades sanitarias exigidas por la normativa vigente emitida por el propietario o administrador del predio ferial o la ciudad de Madrid.

#### **14. Documentación que se adjunta al presente.**

Anexo I: PLANIMETRÍA DE FERIA FITUR: IF-2022-115850448-APN-DM#INPROTUR

Anexo II: Manual de marca VISIT ARGENTINA - IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR

Anexo III: Manual de marca MARCA PAÍS - IF-2022-68656609-APN-DM#INPROTUR

Anexo IV: Planilla de cotización - IF-2022-117043287-APN-DM#INPROTUR

Anexo V: Normas generales de participación IFEMA - IF-2022-71709485-APN-DM%INPROTUR

En este link podrán encontrar la Normativa de participación de IFEMA MADRID - <https://www.ifema.es/soporte/normativa>

Anexo VI: Guía FITUR Participación Sostenible IF-2021-113618314-APN-DM#INPROTUR



República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional  
Las Malvinas son argentinas

**Hoja Adicional de Firmas**  
**Pliego**

**Número:**

**Referencia:** PLIEGO DE ESPECIFICACIONES TÉCNICAS “Contratación de empresa idónea para el diseño, construcción, decoración, armado y gestión de medios para la participación del año 2023 en la feria FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO (FITUR) en Madrid, España, en s

---

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 22 pagina/s.

Feria/Fair:  
**FITUR 2023**

Nombre Expositor/Exhibitor Name:  
**ARGENTINA INST. NAC. PROMOCIÓN TURÍSTICA**

Pabellón/Hall:  
**Pabellón 3**

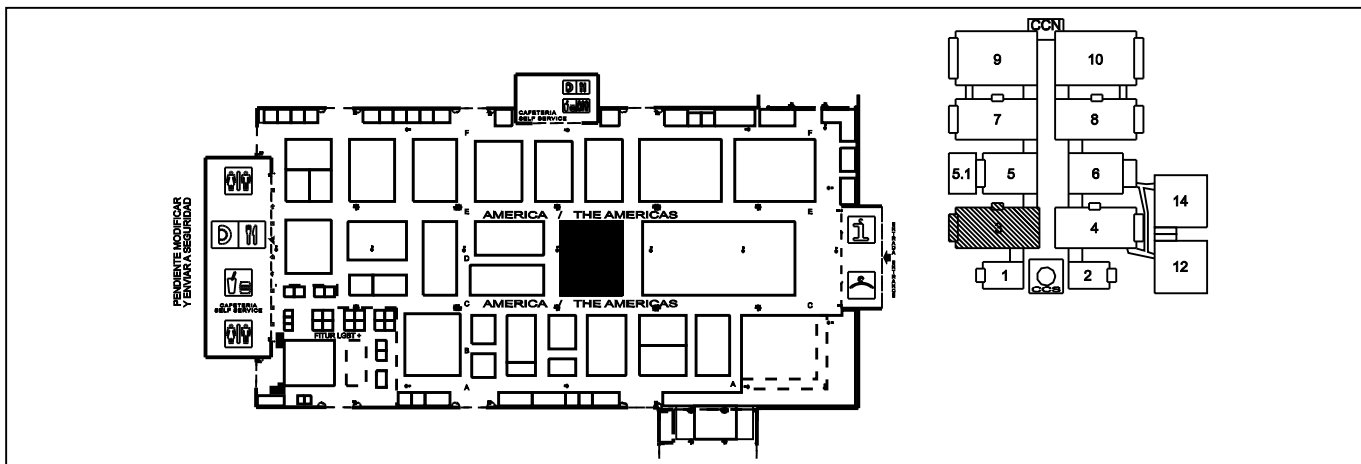
N. Stand/Stand Number:  
**3E03**

Superficie/Surface m2:  
**407**

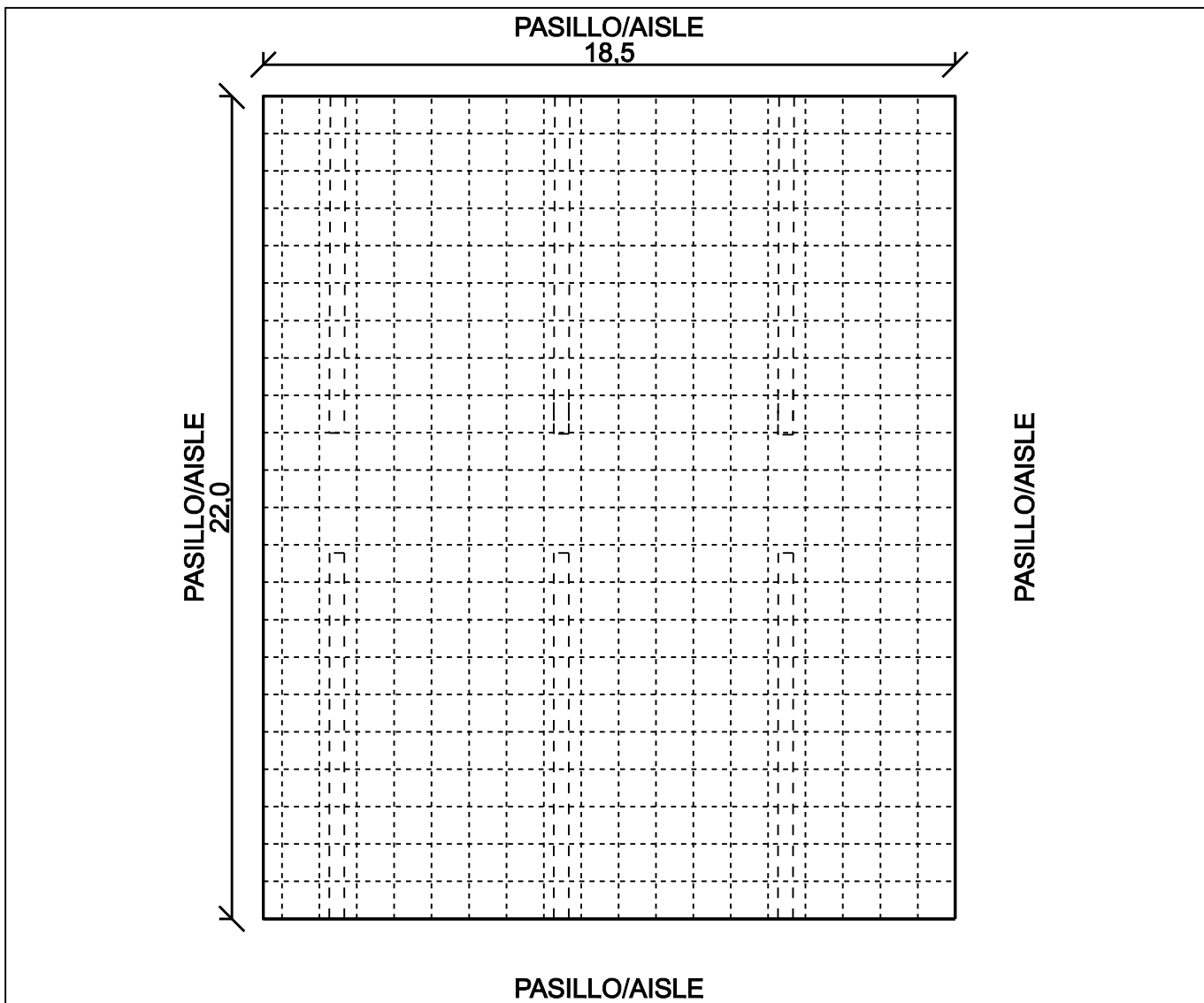
Escala/Scale:  
**-**

**STAND ADJUDICADO / ALLOCATED STAND**

**SITUACION DE STAND / STAND LOCATION**



**PLANTA DEL STAND / STAND FLOOR PLAN**



== == == CANALETAS DE SERVICIOS  
SERVICES DUCTS





República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional  
Las Malvinas son argentinas

**Hoja Adicional de Firmas**  
**Anexo**

**Número:**

**Referencia:** Planimetría FITUR 2023

---

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 1 pagina/s.

Digitally signed by Gestion Documental Electronica  
Date: 2022.10.28 17:26:17 -03:00

Digitally signed by Gestion Documental  
Electronica  
Date: 2022.10.28 17:26:17 -03:00

# Sistema de Identidad



“Un país moderno donde la naturaleza, los mitos y la vanguardia conviven de forma singular, conformando una verdadera Perla del hemisferio Sur.”



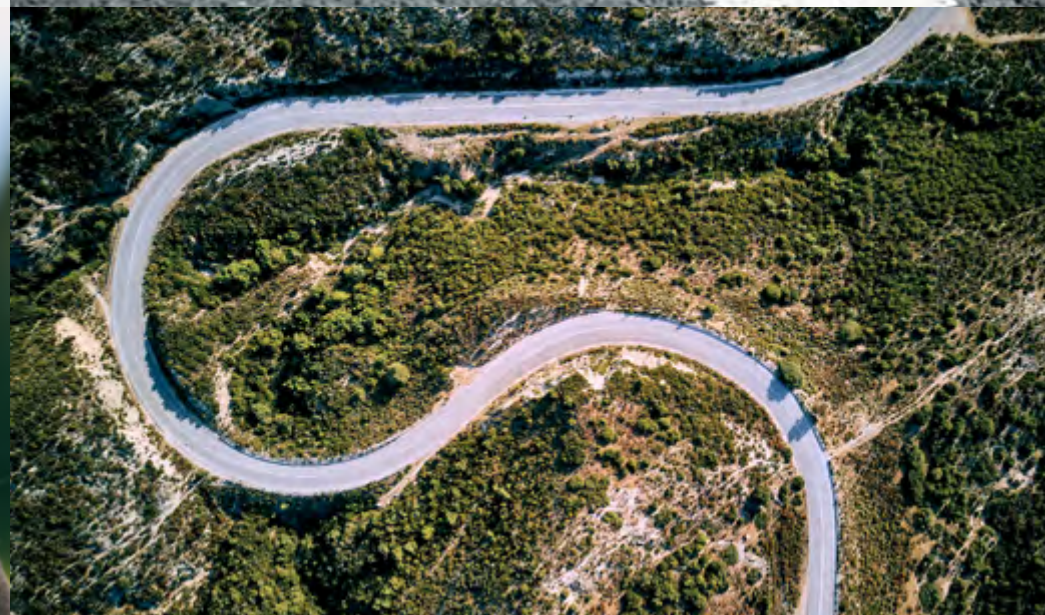
El concepto del Sistema de Identidad está basado en la idea de diversidad que proponen las múltiples ofertas de nuestro país.

# Diversidad infinita

Argentina,  
país excepcional













El objetivo es desarrollar un signo para representar de forma clara y contundente los valores de Visit Argentina.

## Concepto

Argentina es un país excepcional. Extensión, diversidad y contrastes son sus características distintivas. Cultura, mitos, leyendas, naturaleza, arquitectura, gastronomía, la calidez de nuestra gente; vanguardia y tradición, conforman la experiencia turística que propone Argentina.

Tomamos como ícono principal el infinito para representar esta multiplicidad de opciones para los viajeros que van a visitar Argentina.

Este infinito, que también es un un binocular, unas ruedas de un auto para recorrer el país, una bicicleta, unas olas de nuestro mar, unos ojos atentos de nuestra gente, representa esta diversidad cultural, la multiplicidad de sus habitantes, la extensa gastronomía, la variedad de climas y paisajes infinitos.

Reforzamos esta idea con las iniciales de la marca "V" y "A", que forman flechas contrapuestas que invitan a recorrer tanto estas distintas opciones como la inmensidad de nuestro país.





# Guía de estilo



# Sistema de Identidad



El objetivo de esta guía es presentar de forma clara y sencilla un lenguaje flexible que identifique las comunicaciones de Visit Argentina. Un idioma coherente que a partir de un sistema de marca integral y dinámico posibilite la creación de piezas que se reconozcan rápidamente, funcionen globalmente y sean fáciles y eficientes de ejecutar. Este manual proporciona las herramientas necesarias para dar vida a este lenguaje.

# Sistema de Identidad



El sistema de identidad de Visit Argentina proporciona elementos claros y distintivos que fueron diseñados para trabajar en conjunto, de modo de poder combinar los diferentes elementos con flexibilidad creando un lenguaje visual.

Este lenguaje consta de tres elementos principales: el isologotipo, la tipografía y la paleta de colores.

## Isologotipo

5 >



## Tipografías

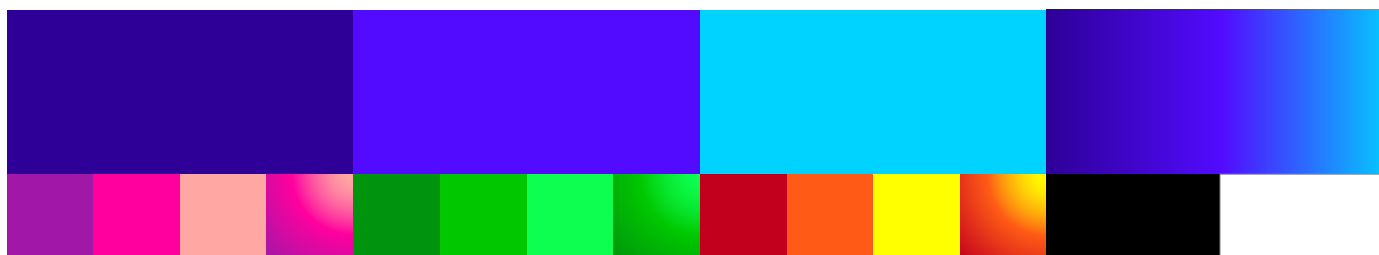
22 >

Quicksand

Light  
Regular  
Medium  
Bold

## Colores

24 >



# Aplicación del isologotipo



Para las comunicaciones sugerimos siempre el uso de la versión principal del isologotipo.

**Versión Principal Color**



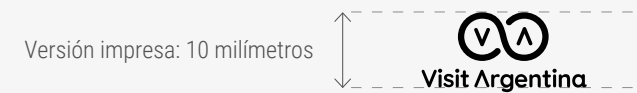
# Tamaño del isologotipo

Para garantizar la legibilidad en entornos reducidos, el isologotipo debe ser de al menos de 10 mm de alto para versiones impresas y 40 píxeles de alto para versiones digitales.

## Tamaños mínimos

La reducción mínima aconsejada se refiere a situaciones de comunicación estándar. Pueden existir aplicaciones especiales que merezcan un análisis particular. En ese caso, comunicarse con el equipo de Comunicación.

### Reducción Mínima



# Espacio del isologotipo

El isologotipo siempre debe tener un espacio libre alrededor para garantizar una separación aceptable de elementos que atenten contra la visibilidad o entren en conflicto con los estándares de la legibilidad. El espacio mínimo requerido en los cuatro lados es equivalente a una vez el alto de la tipografía del logotipo.

Ningún elemento gráfico, texto o imagen de ningún tipo debe interferir en esta área.

## Área de Protección



Área de protección: altura del logotipo

# Color del isologotipo



Para garantizar el contraste y favorecer la mejor experiencia del usuario recomendamos, salvo casos excepcionales, el uso del isologotipo en color sobre fondos de color claro o blanco según corresponda en cada caso.

Preferentemente usar el isologotipo en color, salvo que el contraste con el fondo no lo permita, en ese caso usar blanco.

El negativo siempre se aplica en blanco, para todas las versiones de la marca.

## Aplicación de color en fondos plenos



Positivo, isologotipo color sobre fondos de color claro



Negativo, isologotipo blanco sobre fondos de color oscuro

# Color del isologotipo



Salvo casos excepcionales, para el uso del isologotipo monocromático, recomendamos, azul o blanco según corresponda en cada caso.

Preferentemente usar el isologotipo en color azul, salvo que el contraste con el fondo no lo permita, en ese caso usar blanco.

## Aplicación de color monocromática



Positivo, isologotipo azul sobre fondos de color claro



Negativo, isologotipo blanco sobre fondos de color oscuro



# Color del isologotipo



Para situaciones en blanco y negro se usará la versión monocromática negra.

Preferentemente usar el isologotipo en color negro, salvo que el contraste con el fondo no lo permita, en ese caso usar blanco.

## Aplicación blanco y negro



Positivo, isologotipo negro  
sobre fondos de color claro



Negativo, isologotipo blanco  
sobre fondos de color oscuro

# Color del isologotipo



Preferentemente, sobre fondos con imágenes, usar el isologotipo en color, salvo que el contraste con el fondo no lo permita. En ese caso usar blanco. El negativo siempre se aplica en blanco, para todas las versiones de la marca.

## Aplicación de color en fondos con imágenes



Positivo, isologotipo color  
sobre fondos de color claro



Negativo, isologotipo blanco  
sobre fondos de color oscuro

# Usos incorrectos

El isologotipo no debe ser alterado, ni modificado. Para reproducirlo se deben usar siempre los archivos provistos.

A modo de guía se ejemplifican algunas restricciones.

## Archivos originales

En ese caso de necesitar los archivos originales para la reproducción correcta de la marca de Visit Argentina solicitarlos al equipo de Comunicación.

Pueden existir aplicaciones especiales que merezcan un análisis particular. En ese caso, comunicarse con el equipo de Comunicación.

### Aplicaciones incorrectas



No está permitido cambiar la tipografía del isologotipo.

Visit Argentina



No está permitido cambiar el orden de los elementos del isologotipo.



No está permitido cambiar el color de uno de los elementos del isologotipo.



No está permitido girar alguno de los elementos del isologotipo.



No está permitido eliminar alguno de los elementos del isologotipo.



No está permitido cambiar las distancias de los elementos del isologotipo.

# Color del isologotipo



El isologotipo también puede usarse en sus versiones secundarias de color, magenta, verde y naranja según distintas necesidades.

Salvo casos excepcionales, el isologotipo en versiones secundarias de color se aplica sobre fondos claros.

Las versiones en colores secundarios del isologotipo nunca se usan en negativo.

## Versión Principal Colores Secundarios



Isologotipo magenta sobre fondos de color claro



Isologotipo verde sobre fondos de color claro



Isologotipo naranja sobre fondos de color claro

# Versiones del isologotipo

Para las comunicaciones donde convenga aprovechar el espacio horizontalmente sugerimos el uso de la versión horizontal del isologotipo.

## Versión Horizontal Color



Visit Argentina 

The image shows the horizontal color version of the Visit Argentina logo. The word "Visit" is in a smaller, blue, sans-serif font. The word "Argentina" is in a larger, bold, blue, sans-serif font. To the right of "Argentina" is the logo symbol, which consists of two overlapping circles. The left circle contains a white lowercase letter 'v' and the right circle contains a white uppercase letter 'a'. The circles are filled with a gradient of blue and purple.

# Versiones del isologotipo

La versión horizontal del isologotipo también puede usarse en sus versiones secundarias de color, magenta, verde y naranja según distintas necesidades.

Salvo casos excepcionales, el isologotipo en versiones secundarias de color se aplica sobre fondos claros.

Las versiones en colores secundarios del isologotipo nunca se usan en negativo.

## Versión Horizontal Colores Secundarios

The logo consists of the word "Visit" in a magenta sans-serif font, followed by "Argentina" in a blue sans-serif font. To the right of "Argentina" are two overlapping circles: the left one is magenta with a white 'V' inside, and the right one is blue with a white '^' inside.

The logo consists of the word "Visit" in a green sans-serif font, followed by "Argentina" in a blue sans-serif font. To the right of "Argentina" are two overlapping circles: the left one is green with a white 'V' inside, and the right one is blue with a white '^' inside.

The logo consists of the word "Visit" in an orange sans-serif font, followed by "Argentina" in a blue sans-serif font. To the right of "Argentina" are two overlapping circles: the left one is orange with a white 'V' inside, and the right one is blue with a white '^' inside.

# Versiones del isologotipo



Para las comunicaciones donde convenga aprovechar el espacio verticalmente sugerimos el uso de la versión vertical del isologotipo.

**Versión Vertical Color**



# Versiones del isologotipo

La versión vertical del isologotipo también puede usarse en sus versiones secundarias de color, magenta, verde y naranja según distintas necesidades.

Salvo casos excepcionales, el isologotipo en versiones secundarias de color se aplica sobre fondos claros.

Las versiones en colores secundarios del isologotipo nunca se usan en negativo.

## Versión Vertical Colores Secundarios





# Versiones del isologotipo

Para determinadas comunicaciones donde es necesario usar una versión resumida de la marca sugerimos el uso de la versión abreviada del isologotipo.

## Versión Abreviada Color



# Versiones del isologotipo

La versión abreviada del isologotipo también puede usarse en sus versiones secundarias de color, magenta, verde y naranja según distintas necesidades.

Salvo casos excepcionales, el isologotipo en versiones secundarias de color se aplica sobre fondos claros.

Las versiones en colores secundarios del isologotipo nunca se usan en negativo.

## Versión Abreviada Colores Secundarios



# Isotipo



Para determinadas comunicaciones donde no es necesario usar el logotipo de Visit Argentina sugerimos el uso del isotipo.

**Isotipo**

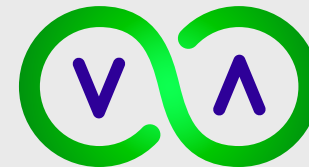
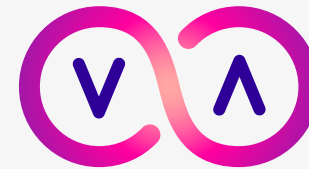


El isotipo también puede usarse en sus versiones secundarias de color, magenta, verde y naranja según distintas necesidades.

Salvo casos excepcionales, el isotipo en versiones secundarias de color se aplica sobre fondos claros.

Las versiones en colores secundarios del isotipo nunca se usan en negativo.

## Isotipo Colores Secundarios



Para ampliar las posibilidades expresivas de la marca, pueden incorporarse pictogramas al isotipo.

Pueden reemplazarse la V de acuerdo a las necesidades de cada aplicación.

Nunca reemplazar la A de Argentina.

Pueden existir aplicaciones especiales que merezcan un análisis particular. En ese caso, comunicarse con el equipo de Comunicación.

## Aplicación de Pictogramas en Isotipo



Pictograma en reemplazo de la letra V.

# Tipografía institucional

La tipografía unifica mensajes y crea familiaridad. El uso consistente de la tipografía es esencial para crear una identidad distintiva en todas las comunicaciones internas o externas de Visit Argentina.

Quicksand es la tipografía institucional, una fuente rounded con un estilo moderno y atemporal, que es versátil y legible en soportes digitales.

En la familia Quicksand, las fuentes están optimizadas para facilitar su lectura en pantallas en una amplia variedad de dispositivos y entornos de lectura.

## Tipografía institucional

En caso de necesitar descargar la tipografía original dirigirse a:  
[https://fonts.google.com/specimen/Quicksand?preview.text\\_type=custom](https://fonts.google.com/specimen/Quicksand?preview.text_type=custom)

## Tipografía institucional

Quicksand es  
nuestra familia  
tipográfica.

Light / Regular / Medium / **Bold**

# Tipografía institucional



Quicksand es la tipografía principal, se usa para titulares, subtítulos y textos.

Los diferentes pesos de Quicksand pueden combinarse para obtener una amplia gama de resultados.

Quicksand Regular es la fuente principal que debería ser utilizada en textos.

Quicksand Medium o Light pueden usarse cuando sea necesario.

Cuando se necesita un énfasis especial se puede usar un peso más, Quicksand Bold.

## Tipografías institucionales

Pueden existir aplicaciones especiales que merezcan un análisis particular. En ese caso, comunicarse con el equipo de Comunicación.

### Quicksand Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
1234567890 !@+(\$#%&/-

### Quicksand Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
1234567890 !@+(\$#%&/-

### Quicksand Medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
1234567890 !@+(\$#%&/-

### Quicksand Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
1234567890 !@+(\$#%&/-

# Paleta cromática



La paleta de colores es una herramienta fundamental para desarrollar una imagen de marca consistente y generar parentesco entre todas las comunicaciones. Al mismo tiempo, es lo suficientemente flexible como para permitir diferenciaciones y variaciones creativas entre las distintas piezas.

El uso constante y preciso de la paleta de colores propicia la coherencia del sistema y beneficia la presencia de la marca.

Para reproducir los colores, utilizar siempre los los códigos Pantone y HEX, y valores CMYK y RGB proporcionados en estas pautas.

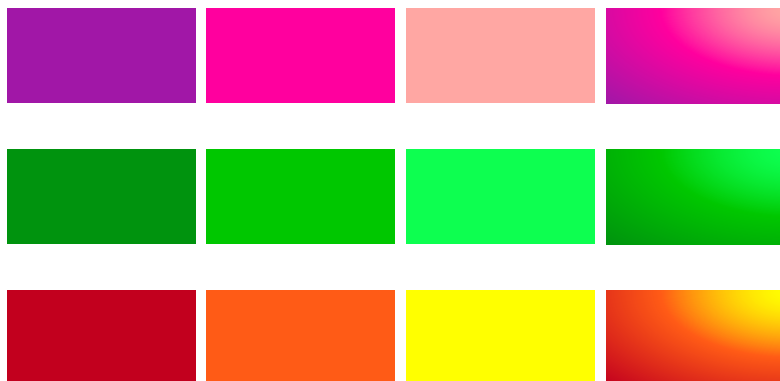
## Colores institucionales

No usar valores de color de archivos electrónicos que hayan sido convertidos automáticamente entre modos de color. Los programas de software no siempre crean conversiones iguales a los valores enumerados en el tabla de especificaciones.

### Colores Institucionales



### Colores Secundarios





# Paleta cromática



Los colores principales de la identidad son los azules, celeste, negro y blanco.

El azul más oscuro es el color principal, generalmente el predominante.

El azul intermedio se usa para acentos y enfatizar el contraste.

Los gradientes sirven para dar movimiento y profundidad a los elementos, generalmente se usan en fondos, pero también podrían aplicarse en textos.

## Colores Institucionales



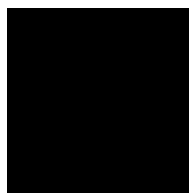
**PANTONE 281 C**  
**CMYK 100.75.0.40**  
**RGB 046.000.152**  
**HEX #2E0098**



**CMYK 85.75.0.0**  
**RGB 082.011.255**  
**HEX #520BFF**



**CMYK 100.17.0.0**  
**R=000 G=211 B=255**  
**HEX #00D3FF**



**PANTONE BLACK C**  
**CMYK 0.0.0.100**  
**RGB 000.000.000**  
**HEX #000000**



**R=255 G=255 B=255**  
**HEX #ffffff**



**DEGRADÉ AZUL**

# Paleta cromática



Los colores secundarios combinados con los institucionales deben ser utilizados únicamente para generar acentos y/o contrastes.

También pueden usarse como colores predominantes para situaciones especiales.

No combinarlos entre sí, solo combinar las distintas gamas con los azules institucionales.

## Colores Secundarios



CMYK 0.86.0.38  
RGB 161.023.167  
HEX #A117A7



CMYK 100.0.90.42  
RGB 000.147.014  
HEX #00930E



CMYK 0.10.85.24  
RGB 194.000.030  
HEX #C2001E



CMYK 0.100.38.0  
RGB 255.000.158  
HEX #FF009E



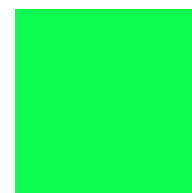
CMYK 100.0.100.22  
RGB 000.199.000  
HEX #00C700



CMYK 0.64.91.0  
RGB 255.091.022  
HEX #FF5B16



CMYK 0.35.36.0  
R=255 G=167 B=163  
HEX #FFA7A3



CMYK 95.0.69.0  
R=013 G=255 B=080  
HEX #0DFF50



CMYK 0.0.100.0  
R=255 G=255 B=000  
HEX #FFFF00



DEGRADÉ  
MAGENTA



DEGRADÉ  
VERDE



DEGRADÉ  
NARANJA

# Aplicación en fondos



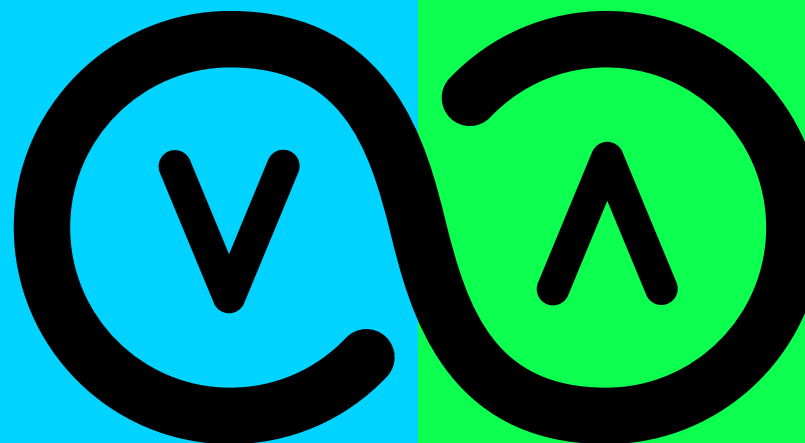
Para enfatizar el contraste sugerimos partir los fondos al medio y combinar colores o imágenes contrastantes.

Aplicar el isotipo en el centro de la composición.

Usar siempre las versiones blanco y negro del isotipo para garantizar la legibilidad.

Pueden existir aplicaciones especiales que merezcan un análisis particular. En ese caso, comunicarse con el equipo de Comunicación

Aplicación sobre Fondo Partido Vertical



Isotipo blanco o negro sobre fondos de color partidos

# Aplicación en fondos



Para enfatizar el contraste sugerimos partir los fondos al medio y combinar colores o imágenes contrastantes.

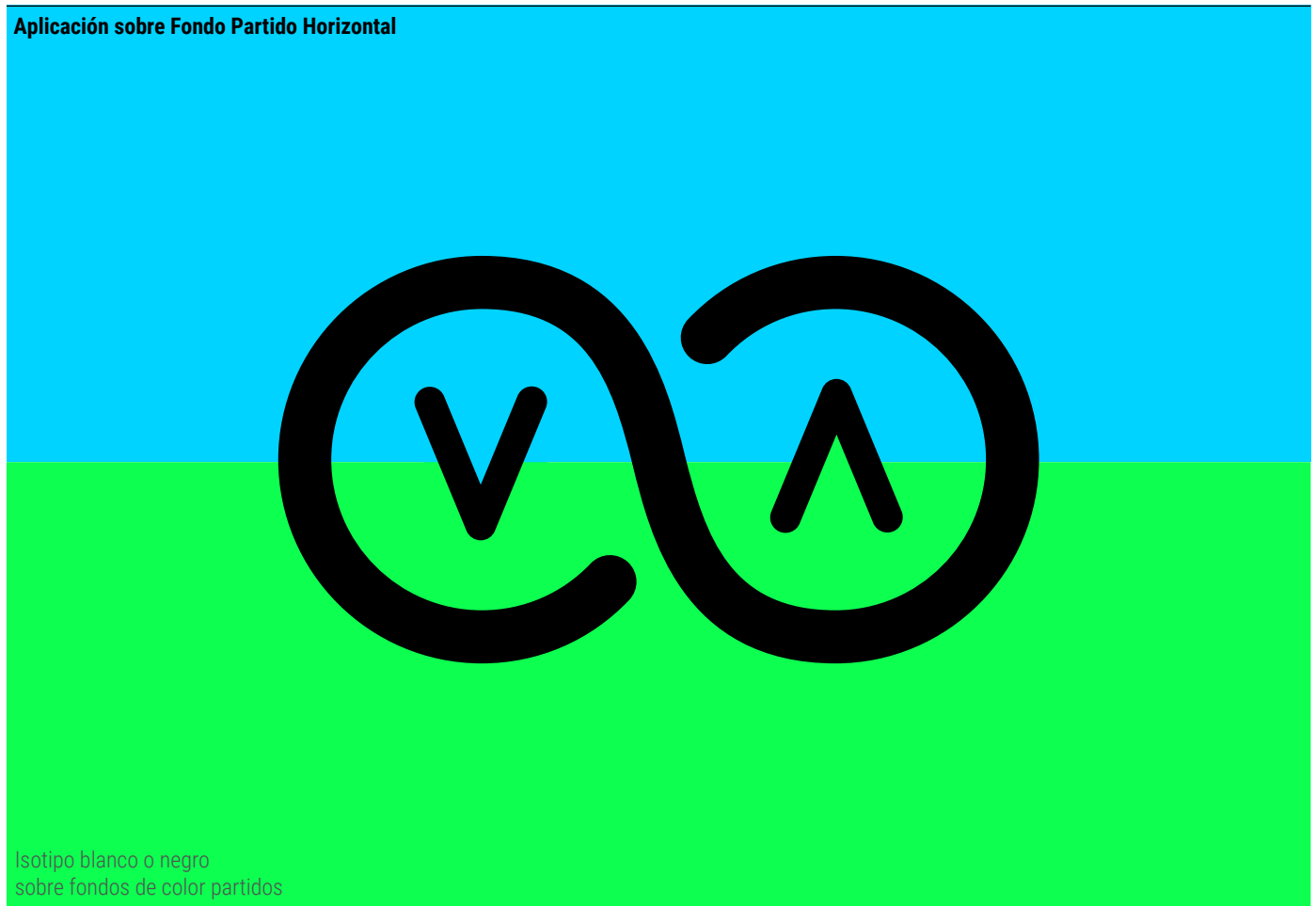
Cuando el fondo se divide en dos planos horizontales y se coloca el isotipo en el centro, debe realizarse un ajuste para que las contraformas de las letras V y A continúen del mismo color del fondo y no se vea un corte.

Aplicar el isotipo en el centro de la composición.

Usar siempre las versiones blanco y negro del isologotipo para garantizar la legibilidad.

Pueden existir aplicaciones especiales que merezcan un análisis particular. En ese caso, comunicarse con el equipo de Comunicación.

Aplicación sobre Fondo Partido Horizontal



Isotipo blanco o negro sobre fondos de color partidos

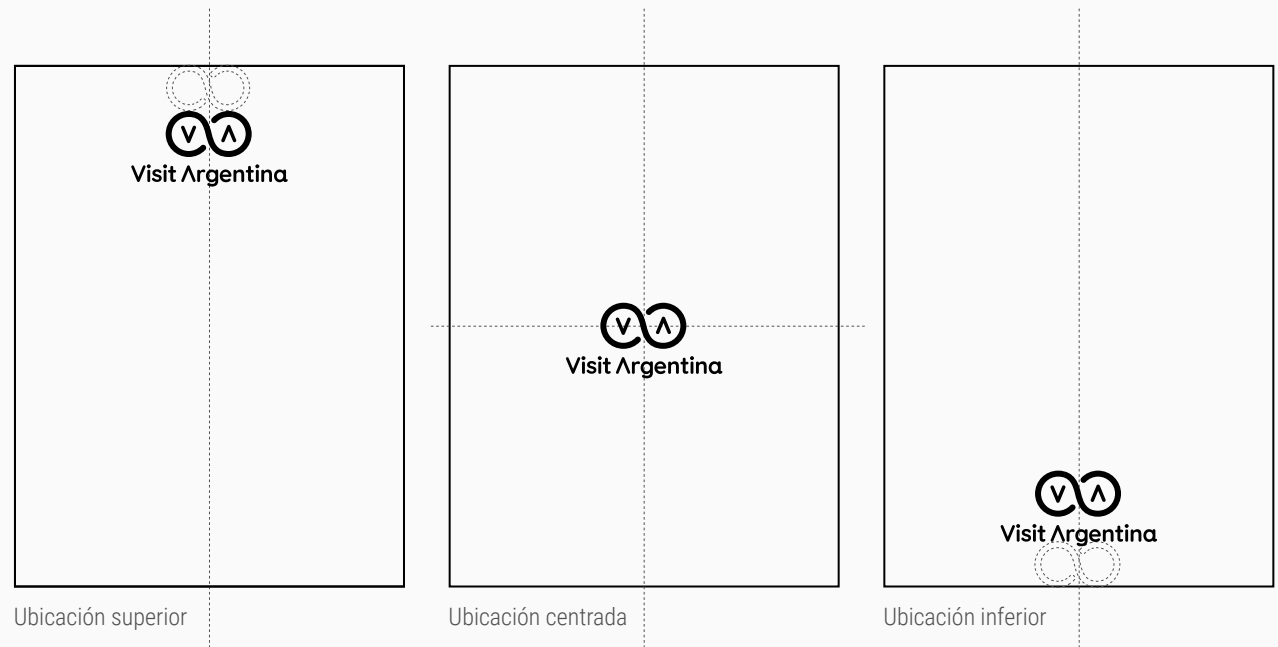
La ubicación del logotipo depende del tipo de comunicación y uso.

Deberá estudiarse en cada caso particular.

Como generalidad podemos establecer estos parámetros de aplicación del isologotipo centrado.

Los parámetros de aplicación son los mismos para las diferentes versiones del isologotipo.

## Ubicación del isologotipo centrado



La ubicación del logotipo depende del tipo de comunicación y uso.

Deberá estudiarse en cada caso particular.

Como generalidad podemos establecer estos parámetros de aplicación del isologotipo marginado a izquierda.

Los parámetros de aplicación son los mismos para las diferentes versiones del isologotipo.

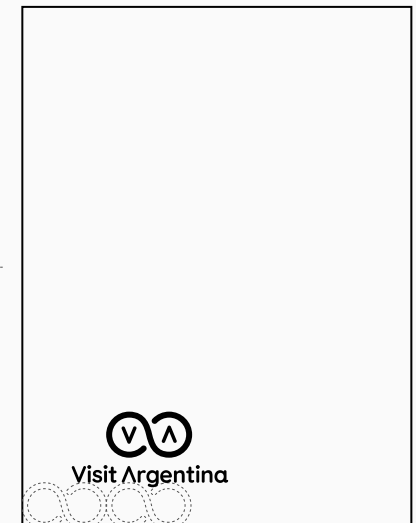
## Ubicación del isologotipo marginado a izquierda



Ubicación superior



Ubicación centrada



Ubicación inferior

La ubicación del logotipo depende del tipo de comunicación y uso.

Deberá estudiarse en cada caso particular.

Como generalidad podemos establecer estos parámetros de aplicación del isologotipo marginado a derecha.

Los parámetros de aplicación son los mismos para las diferentes versiones del isologotipo.

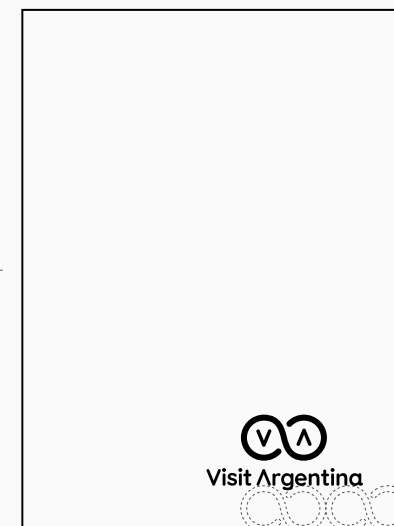
## Ubicación del isologotipo marginado a derecha



Ubicación superior



Ubicación centrada



Ubicación inferior



La alineación de los logotipos de asociaciones debe seguir las reglas del espacio libre. La distancia de separación entre logotipos se puede crear usando dos veces la altura de X mayúscula de la palabra INPROTUR Arg.

Pueden existir aplicaciones especiales que merezcan un análisis particular. En ese caso, comunicarse con el equipo de Comunicación

## Área de Relación





# Sistema de pictogramas



Inspirados en la iconografía del mundo turístico global y en las mismas formas de nuestro tipo de letra.

Siempre deben utilizarse monocromáticos en línea, nunca plenos. La línea puede tener cualquiera de los colores de la paleta.

## Pictogramas



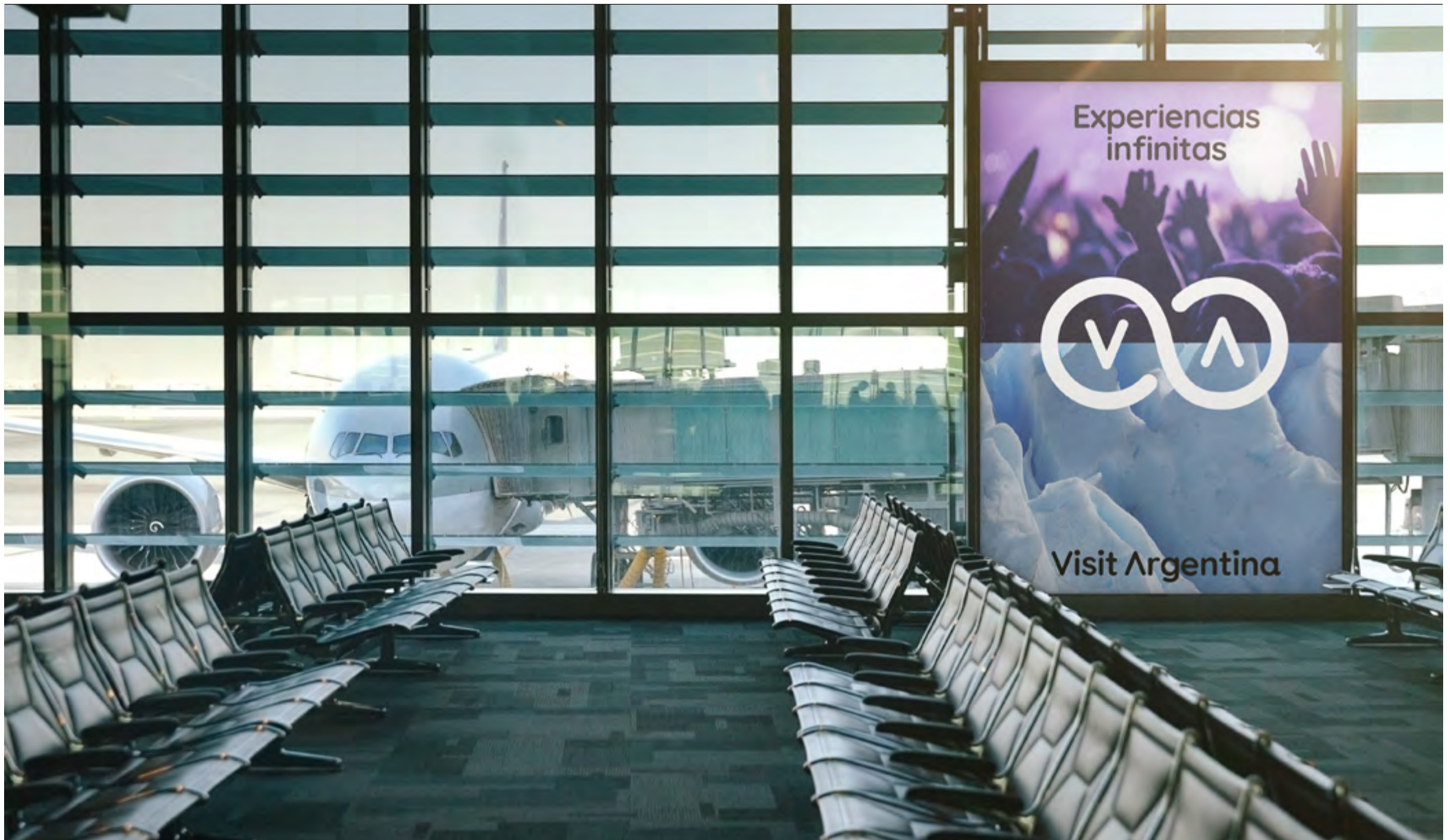


# Ejemplos de aplicación

































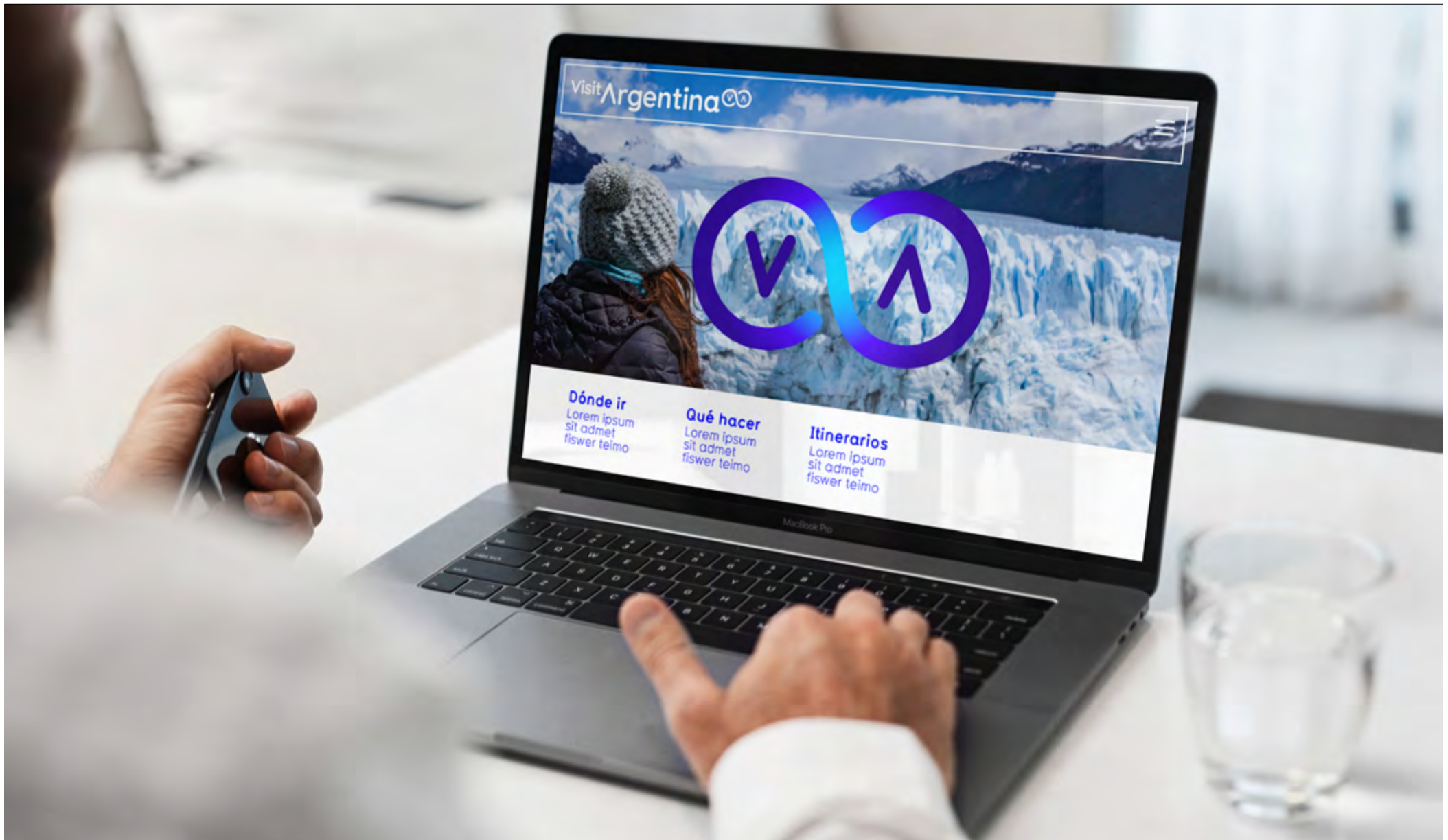




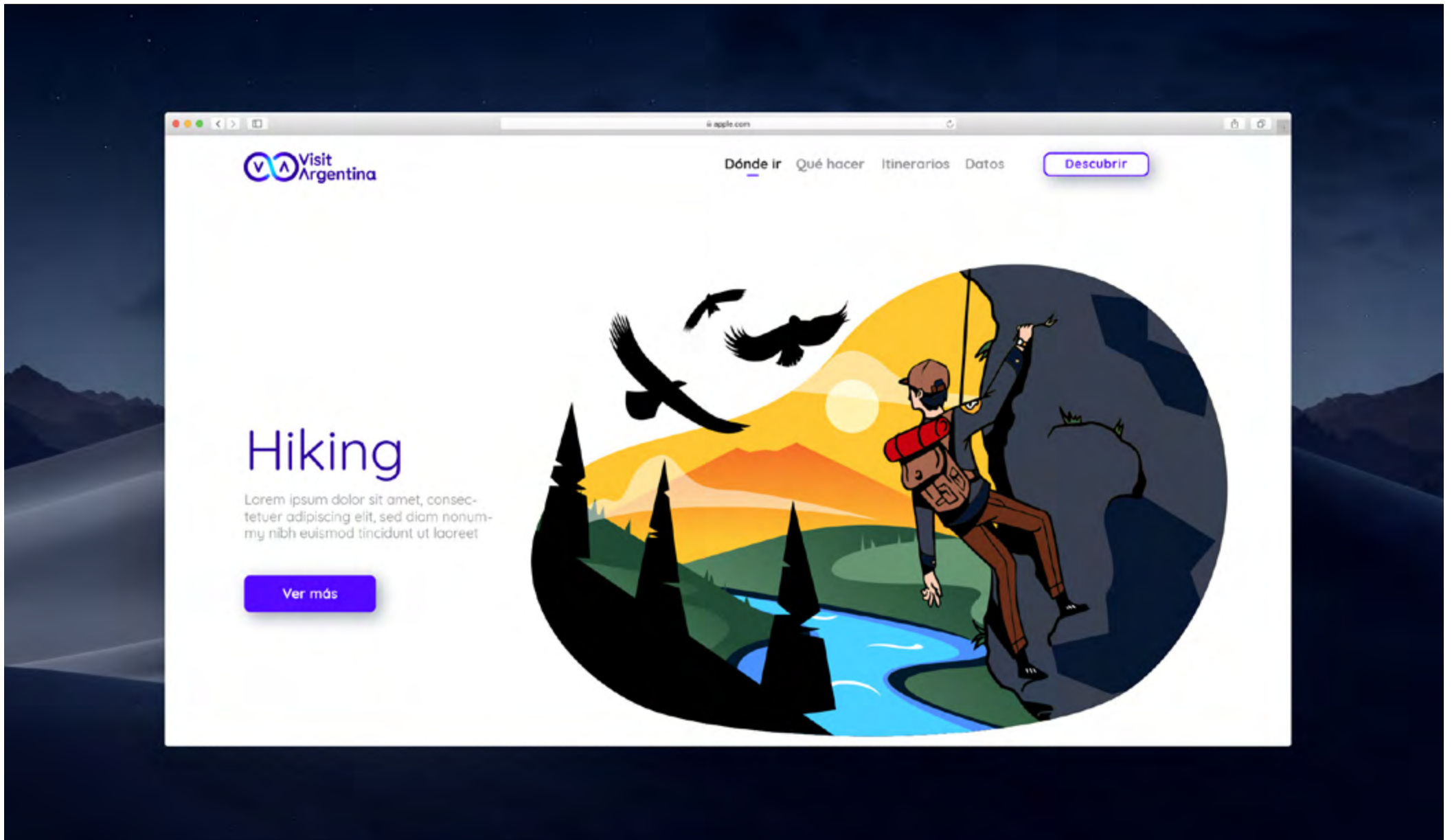
















**Visit Argentina**

[HOME](#) [SPECIAL PRICE](#) [TESTIMONIAL](#) [BLOG](#) [CONTACT US](#)

# Choose The Perfect Destinations

People are wanting to fly to international destinations for vacations but planning a holiday getaway can easily turn into a stressful venture when the matter of costs comes up.

DESTINATION TRAVELERS DATE

All Destination Number of Travelers Check in | Check out

[Check](#)



















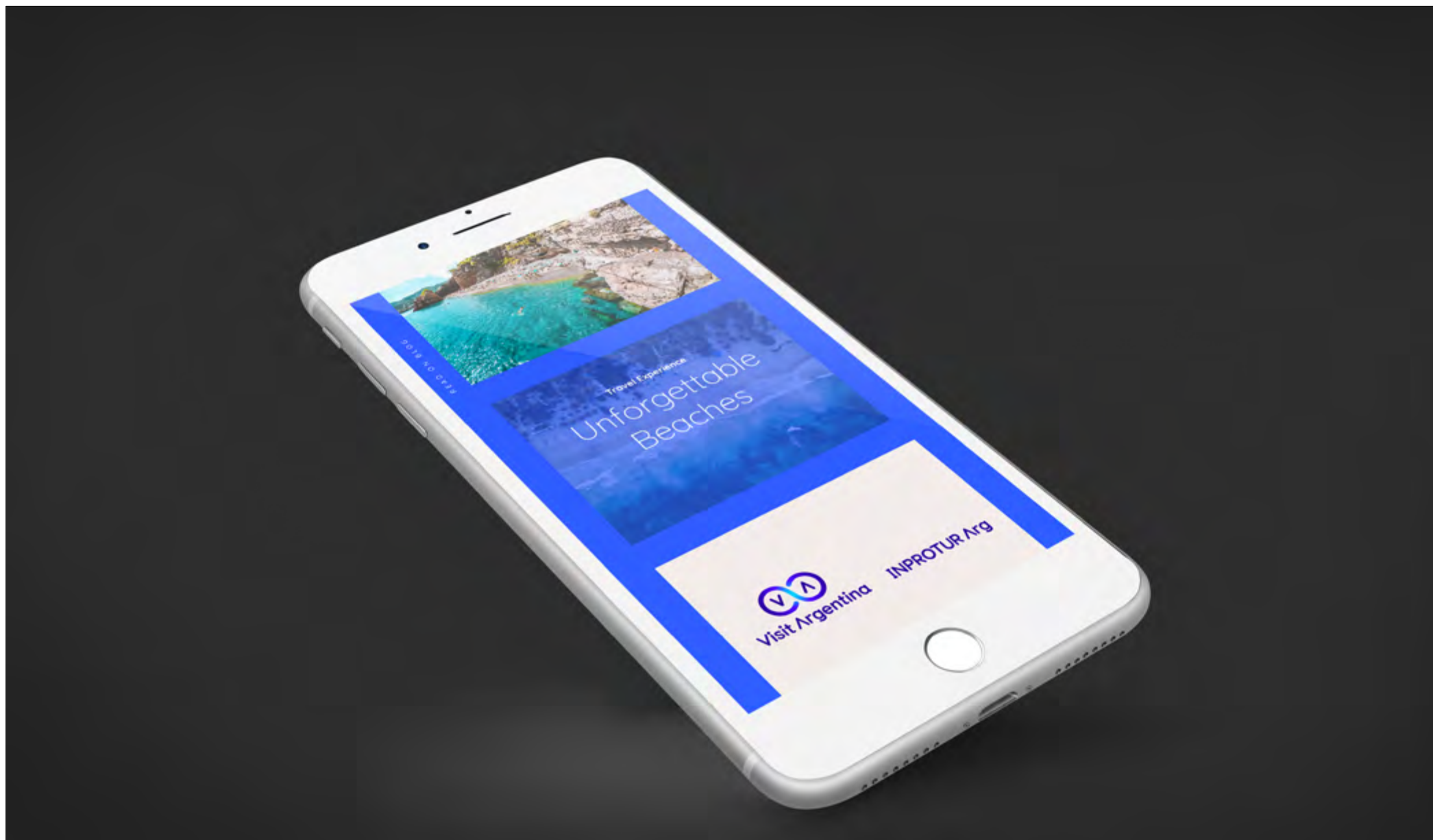


# Camiseta deportiva













Visit Argentina

INPROTUR Arg

# ¡Gracias!

**Más información o consultas**

Dirección de Comunicación Visit Argentina





República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional  
Las Malvinas son argentinas

**Hoja Adicional de Firmas**  
**Anexo**

**Número:**

**Referencia:** Manual de marca VISIT ARGENTINA

---

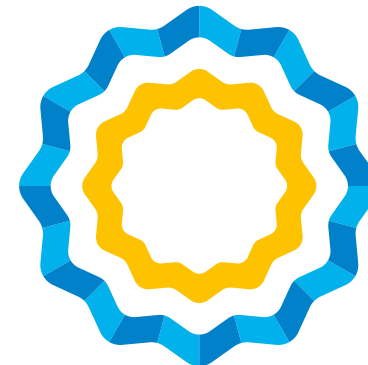
El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 68 pagina/s.

Digitally signed by Gestion Documental Electronica  
Date: 2022.07.04 15:19:54 -03:00

Digitally signed by Gestion Documental  
Electronica  
Date: 2022.07.04 15:19:56 -03:00

# Argentina

MANUAL DE USO DE LA  
MARCA PAÍS ARGENTINA



## INTRODUCCIÓN

Este manual conjuga las normativas de aplicación de la identidad visual de la Marca País Argentina (MPA) con los lineamientos a seguir al momento de crear las comunicaciones. Por lo tanto, constituye una herramienta sumamente útil para aquellos que deban aplicarla y se recomienda su consulta permanente. Aquí se define todo un sistema de formas, colores, conceptos y principios para contribuir a la construcción de una imagen consistente y ordenada.

El propósito de este manual es brindar las pautas generales para el correcto uso de las normas y principios de identidad.





# Índice

## 1. ESTRATEGIA DE DISEÑO

Concepto	05
Símbolos patrios	06
Voz de marca	07

## 2. LA MARCA

2.1. Aplicación Principal	09
• Articulación vertical	10
2.2. Isotipo	11
2.3. Estructura y proporciones	12
• Articulación tipográfica	13
2.4. Área de resguardo y tamaños mínimos	14
• Versión horizontal	14
• Versión vertical	15
• Versión isotipo y logotipo	16
2.5. Versión color sobre fondo oscuro	17
2.6. Versión Pluma (1 tinta) (18)	18
• Sobre fondos de color institucionales	19
• Sobre fondos de color alternativos	20
2.7. Aplicación en valores de negro	21
2.8. Aplicación sobre fondos fotográficos	22
2.9. Usos incorrectos	23

## 3. COLOR

3.1. Paleta de colores principales	26
3.2. Paleta de colores complementarios	27

## 4. TIPOGRAFÍA

4.1. Familia tipográfica principal	29
4.2. Familia tipográfica complementaria	30

## 5. ESTILO FOTOGRÁFICO

5.1. Criterios generales	32
5.2. Paisajes	33
5.3. Personas	35
5.4. Riquezas naturales	38
5.5. Cultura	39
5.6. Talento	40

## 6. LAYOUT Y DIAGRAMACIÓN

6.1. Ubicación de marca	42
6.2. Desacople de la marca	43
6.3. Convivencia de marcas en comunicaciones propias	44
6.4. Convivencia de marcas en comunicaciones de terceros	45

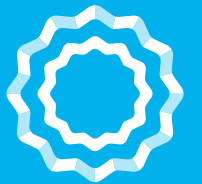
## 7. MÓDULOS Y TRAMAS

7.1. Presentación y combinaciones	47
7.2. Apertura gráfica	48
7.3. Ejemplos de uso	49

## 8. APLICACIONES

8.1. Papelería	
• Tarjetas personales	51
• Hoja membretada	52
• Carpeta A4	53
• Sobre	54
8.2. Redes Sociales	
• Forma de uso de la marca en redes sociales	55
• Publicaciones 1x1	56
• Publicaciones 2x1	59
• Publicaciones en historias	63
8.3. Stands	
• Promoción comercial	68

# 01 Estrategia de diseño



# Concepto

## **Marca País, una política de Estado**

Constituye una realidad permanente, no circunstancial, ajena a los objetivos particulares del gobierno y comprometidos con los propósitos de la Nación.

**Es un patrimonio de todos los argentinos y las argentinas** con independencia de los cambios políticos, administrativos o coyunturales.

**Cuenta con versatilidad gráfica** que le permite responder y adaptarse a los cambios que continuamente surgen ante el devenir de los tiempos.

**Actúa como identificador nacional.** Difunde los atributos nacionales y acompaña a las acciones estratégicas de posicionamiento. En convivencia con otras marcas, identificando productos y servicios, conforma un respaldo institucional que da cuenta del origen y la garantía de calidad.

**A partir de su carácter integrador** asume la diversidad propia de la Nación.

# Símbolos patrios

Son los ejes simbólicos de pertenencia y procedencia argentina.

Estos identifican a la Nación en su conjunto, incorporando las distintas visiones y singularidades que la integran.

Los más de 200 años de representatividad nacional e internacional constituyen el sustento histórico.

Sus rasgos visuales garantizan la amplitud y facilidad de reconocimiento de la Marca País.



ESCUDO NACIONAL



BANDERA ARGENTINA

## Voz de marca

La propuesta parte de la fuerte representatividad que poseen el Sol de Mayo y la escarapela, símbolos inobjetable de identificación nacional.

Se ha procurado la generación de una marca con amplia identificación por parte del pueblo argentino, buscando fomentar y consolidar el orgullo patrio y el sentido de pertenencia.

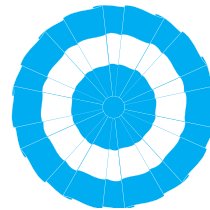
El Sol de Mayo es el ícono de la bandera nacional y se encuentra presente en la gran mayoría de los escudos nacionales y provinciales. Es un elemento distintivo, muy poco frecuente en otras banderas del mundo.

La escarapela es un emblema de nacionalidad que produce orgullo a su portador y fortalece nuestra identidad.

A través de estos símbolos patrios, el pueblo argentino queda bajo un mismo sol y una misma bandera, transmitiendo así su carácter integrador para el robustecimiento de la unidad.

### DISEÑO

La cinta de colores patrios, constituida por 24 módulos que se generan a partir de los rayos del sol, tiene un recorrido envolvente de carácter integrador que plasma el federalismo.



ESCARAPELA NACIONAL



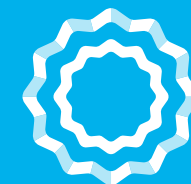
SOL DE MAYO



FEDERALISMO

02

## La marca





## 02

### La marca 2.1 Versión principal



El imagotipo es la representación gráfica de la marca de uso común en todas las aplicaciones.

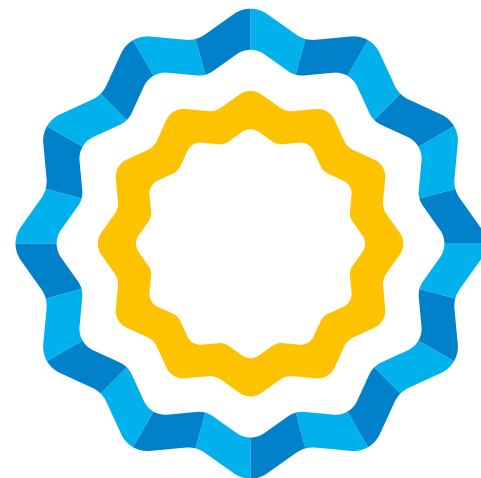
Su versión horizontal es la prioritaria y posee 3 tintas, siempre sobre fondo blanco. Cuando estas condiciones no sean posibles de aplicar, se utilizarán las distintas versiones alternativas que aparecen en este manual, y es preciso que se respeten en su totalidad para una correcta utilización de la imagen institucional.

#### IMPORTANTE

La relación entre los elementos es fija e inalterable y sólo puede reproducirse, en todos los casos, a partir de un documento original digital.

## 02

### La marca 2.1 Versión principal



# Argentina

#### ARTICULACIÓN VERTICAL

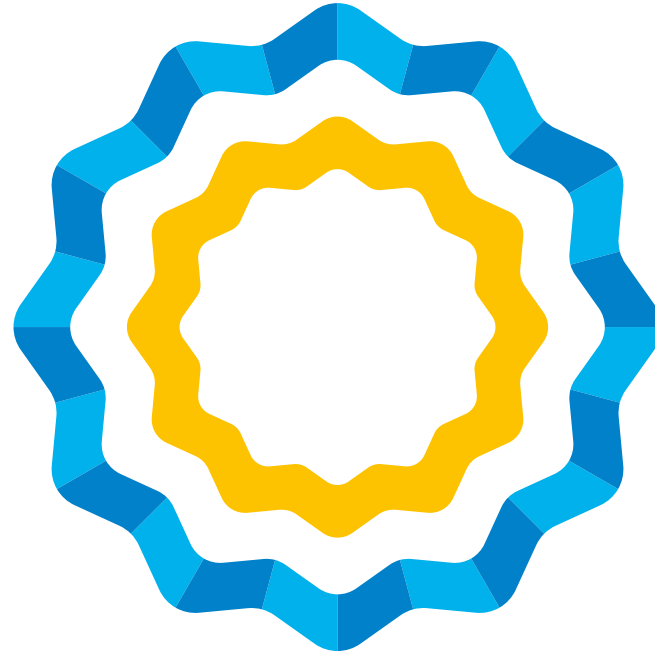
Se debe utilizar la versión vertical del imagotipo cuando el contexto y el espacio horizontal disponible no sea el adecuado y pueda afectar su legibilidad.

#### IMPORTANTE

La relación entre los elementos es fija e inalterable y sólo puede reproducirse, en todos los casos, a partir de un documento original digital.

## 02

La marca  
2.2 Isotipo



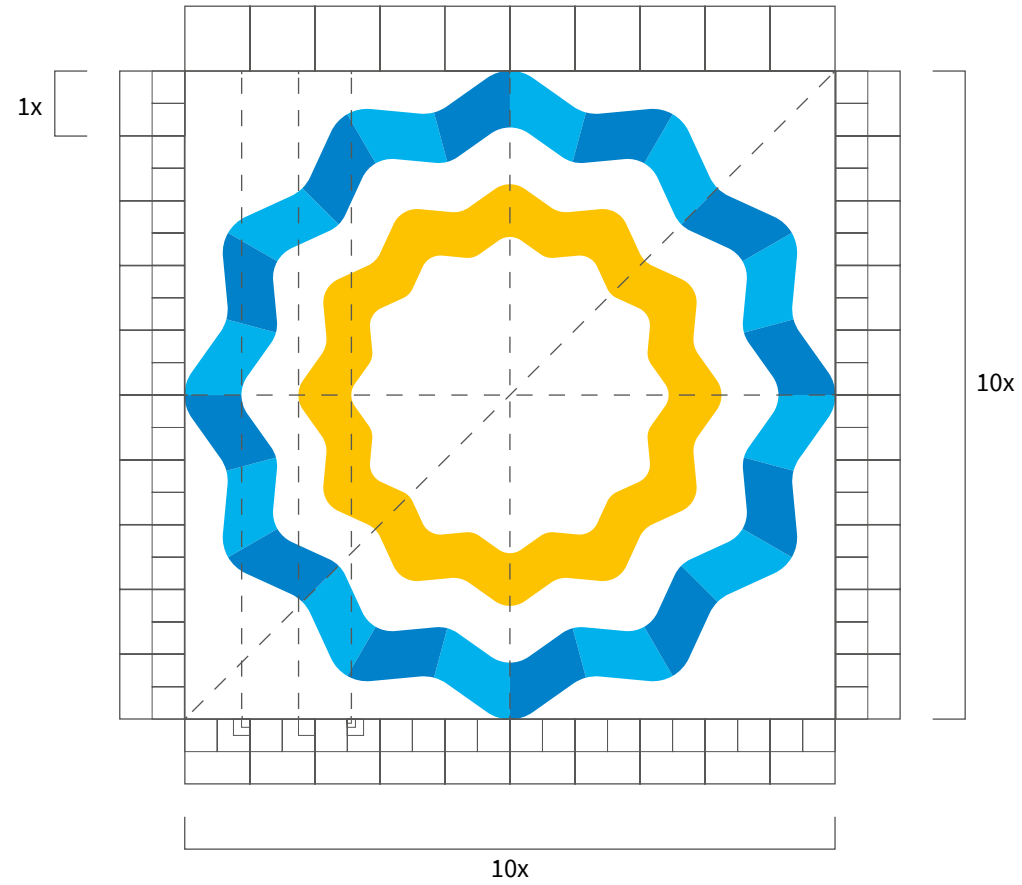
La escarpela-sol es el elemento central de nuestra imagen de marca

**IMPORTANTE**

La relación entre los elementos es fija e inalterable y sólo puede reproducirse, en todos los casos, a partir de un documento original digital.

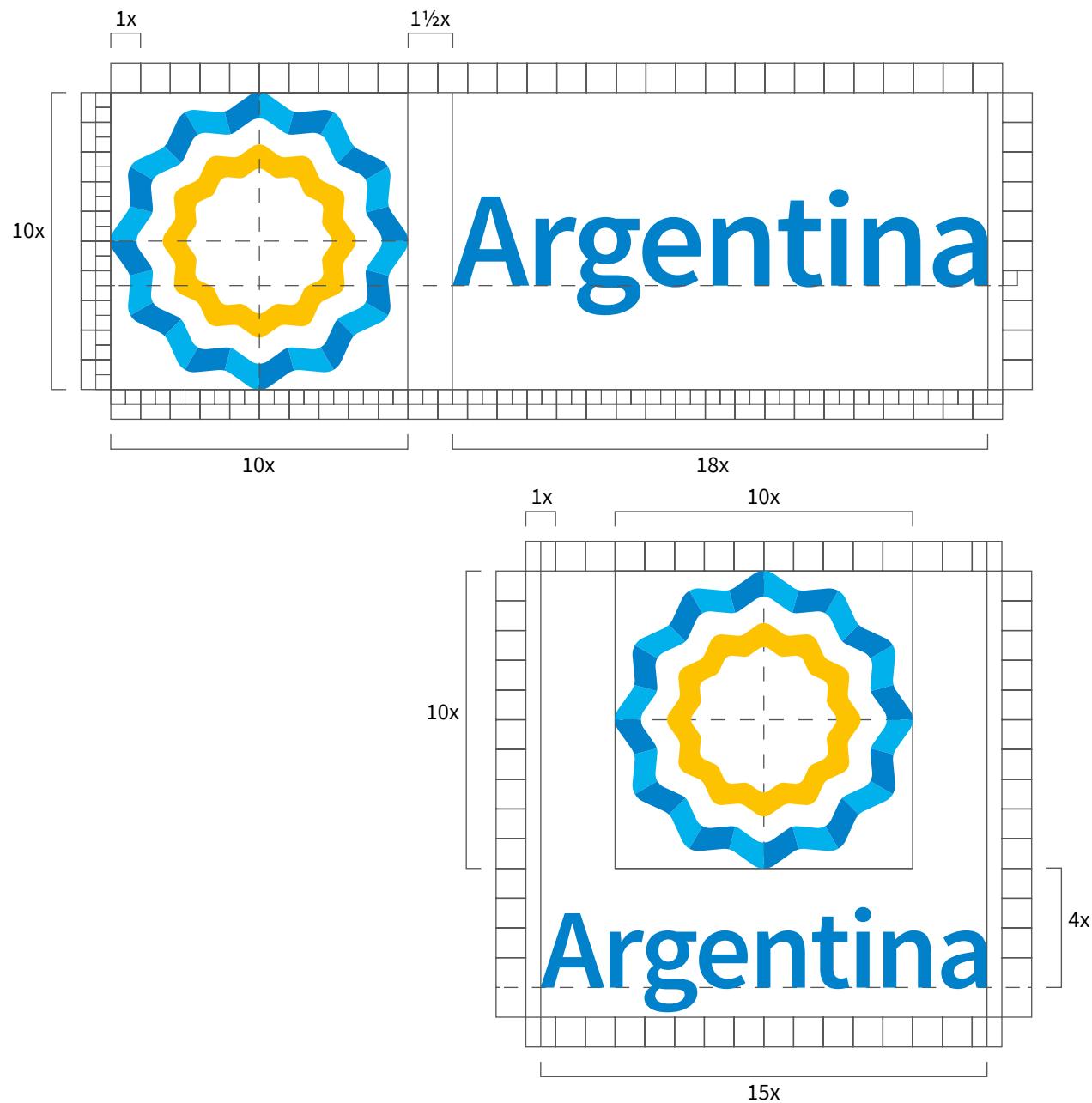
## 02 La marca

### 2.3 Estructura y proporciones



El isotipo se construye en una superficie modular de proporciones 10x10. El valor "X" establece la unidad de medida. De esta manera, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y escala.

## 02

La marca  
2.3 Estructura y proporciones**ARTICULACIÓN (HORIZONTAL Y VERTICAL)**

En base a esta modulación, se extiende la grilla para proporcionar las relaciones fijas e inalterables entre el isotipo y el logotipo tanto para su versión horizontal como vertical.

## 02

La marca  
2.4 Área de resguardo y tamaños mínimos**VERSIÓN HORIZONTAL**

Se establece un área de protección en torno a la superficie modular. El área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en la percepción y lectura de la marca.

La construcción del área de resguardo, en base a la grilla constructiva y a la unidad de medida "X", queda determinado en 36x16 unidades.

**REDUCCIÓN MÍNIMA**

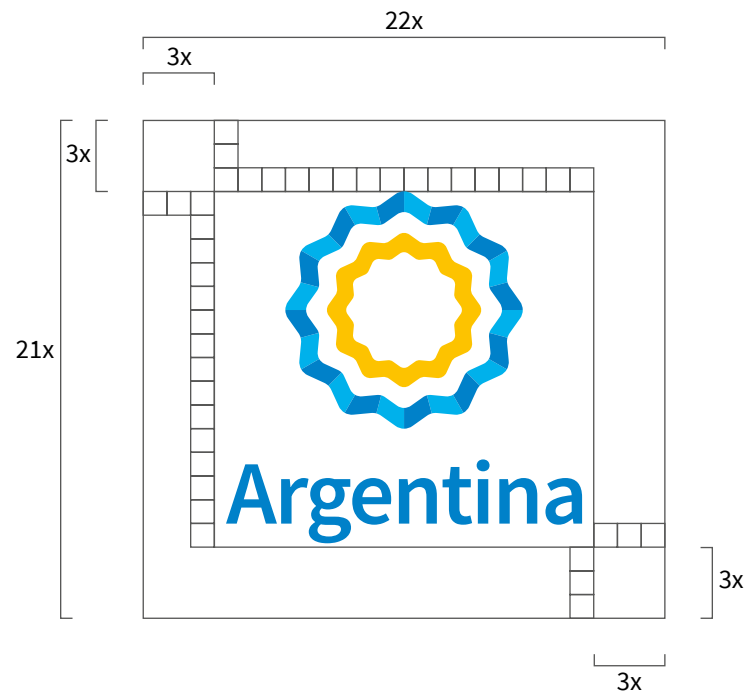
Como norma general, para una correcta visualización y legibilidad del imagotipo, se establece la utilización de un tamaño mínimo, tanto para su impresión como para su aplicación en plataformas digitales.

Los tamaños mínimos se aplican sobre las áreas de resguardo.





## 02

La marca  
2.4 Área de resguardo y tamaños mínimos**VERSIÓN VERTICAL**

Se establece un área de protección en torno a la superficie modular. El área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en la percepción y lectura de la marca.

La construcción del área de resguardo, en base a la grilla constructiva y a la unidad de medida "X", queda determinado en 22x21 unidades.

**REDUCCIÓN MÍNIMA**

Como norma general, para una correcta visualización y legibilidad del imagotipo, se establece la utilización de un tamaño mínimo, tanto para su impresión como para su aplicación en plataformas digitales.

Los tamaños mínimos se aplican sobre las áreas de resguardo.

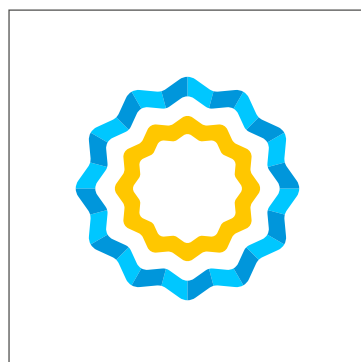
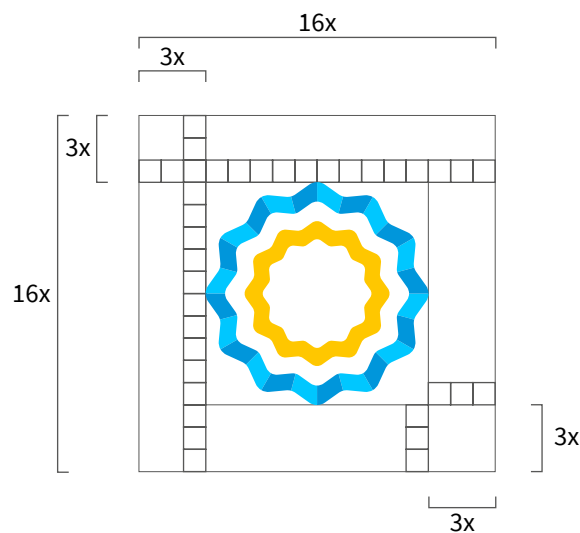


1,5 cm



45px

## 02

La marca  
2.4 Área de resguardo y tamaños mínimos**ISOTIPO Y LOGOTIPO**

Se establece un área de protección en torno a la superficie modular. El área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en la percepción y lectura de la marca.

La construcción del área de resguardo, en base a la grilla constructiva y a la unidad de medida "X", queda determinado en 22x21 unidades.

**REDUCCIÓN MÍNIMA**

Como norma general, para una correcta visualización y legibilidad del imagotipo, se establece la utilización de un tamaño mínimo, tanto para su impresión como para su aplicación en plataformas digitales.

Los tamaños mínimos se aplican sobre las áreas de resguardo.



## 02

### La marca 2.5 Versión color sobre fondo oscuro



# Argentina

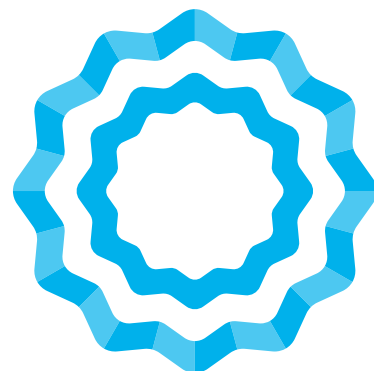
La versión negativa a color, solo se puede aplicar sobre el fondo institucional MPA Azul Oscuro.

Para una correcta lectura óptica del isotipo sobre fondos oscuros, se aplicó una corrección en el ancho de las cintas.

#### IMPORTANTE

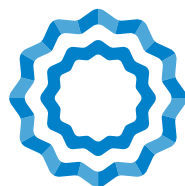
La relación entre los elementos es fija e inalterable y sólo puede reproducirse, en todos los casos, a partir de un documento original digital.

## 02

La marca  
2.6 Versión pluma (1 tinta)

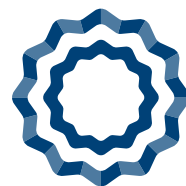
# Argentina

MPA CELESTE



## Argentina

MPA AZUL



## Argentina

MPA AZUL OSCURO

El imagotipo en su aplicación positiva a 1 tinta solo debe ser utilizada en los colores institucionales ejemplificados en este manual. La utilización de cualquier otro color es errónea y atenta contra la identidad de la marca.

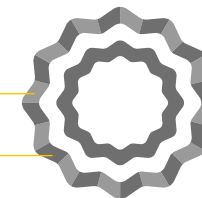
El color preferencial para aplicar la versión pluma positiva es el MPA Celeste.

#### NOTA

Para mantener el contraste de la cinta exterior en las versiones pluma, se reduce la opacidad a 70% de la tinta a utilizar sobre los módulos que aplica el color MPA Celeste.

Opacidad 70%

Opacidad 100%



#### IMPORTANTE

La relación entre los elementos es fija e inalterable y sólo puede reproducirse, en todos los casos, a partir de un documento original digital.

## 02

La marca  
2.6 Versión pluma (1 tinta)**SOBRE FONDOS DE COLOR  
INSTITUCIONALES**

El imago tipo en su aplicación sobre fondos de color a 1 tinta debe ser utilizado calando en blanco sobre los colores institucionales.

El color preferencial para aplicar de fondo en la versión pluma negativa es el MPA Celeste.

**NOTA**

Para la versión pluma negativa, se aplica la misma corrección óptica de reducción de cintas que la ejemplificada en la versión color negativa.

**IMPORTANTE**

La relación entre los elementos es fija e inalterable y sólo puede reproducirse, en todos los casos, a partir de un documento original digital.

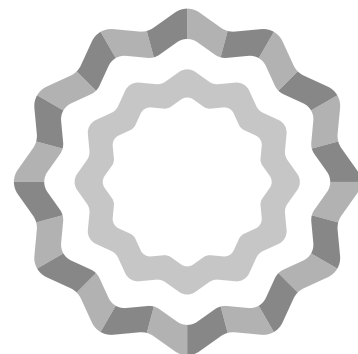
## 02

La marca  
2.6 Versión pluma (1 tinta)**SOBRE FONDOS DE COLOR ALTERNATIVOS**

En caso de ser necesario, la aplicación del imagotipo en su versión negativa pluma sobre fondos alternativos a los colores institucionales, **siempre** debe utilizarse calando en blanco y respetando la diferencia de opacidad en el isotipo.

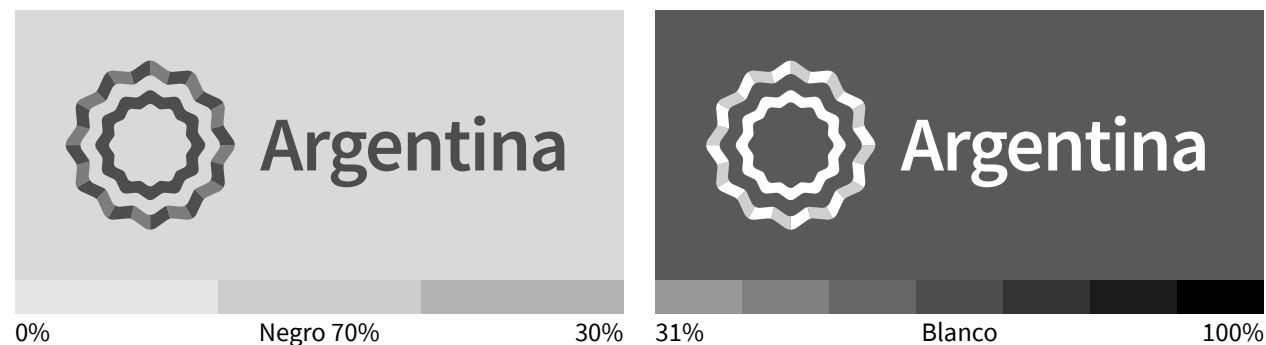


## 02

La marca  
2.7 Aplicación en valores de negro

# Argentina

MPA AMARILLO	NEGRO 30%
MPA CELESTE	NEGRO 40%
MPA AZUL	NEGRO 60%



Esta sección muestra los equivalentes en valores de negro de cada uno de los colores que participan en el imagotipo.

Las versiones positivas de la marca solo pueden ser utilizadas en negro pleno o al 70%. Este último, aplica sobre fondos que tiene una opacidad del 0% al 30%. En el resto de los fondos (31% al 100%), le corresponde el imagotipo aplicado en blanco.

**NOTA**

En la versión pluma positiva 100% negro, se introdujo una corrección óptica sobre los sectores translúcidos de la cinta exterior.

**IMPORTANTE**

La relación entre los elementos es fija e inalterable y sólo puede reproducirse, en todos los casos, a partir de un documento original digital.

## 02

La marca  
2.8 Aplicación sobre fondos fotográficos

Es muy importante que los fondos fotográficos no perturben el correcto reconocimiento de la marca ni atente contra su impacto visual.

Se deben generar encuadres que permitan la aplicación estratégica de la versión a utilizar, teniendo en cuenta siempre, el contraste necesario para asegurar el impacto visual deseado.

## 02

La marca  
2.9 Usos incorrectos

A.



C.



G.



B.



D.



H.



E.



I.



F.



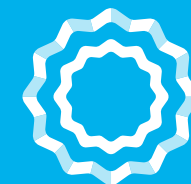
J.



- A. No modificar el color de los elementos.
- B. No alterar la escala de los componentes.
- C. No modificar la ubicación de los elementos.
- D. No comprimir ni expandir los elementos.
- E. No modificar la familia tipográfica.
- F. No sumar complementos verbales.
- G. No modificar la posición del isologotipo.
- H. Ningún elemento podrá ser eliminado.
- I. No agregar ningún tipo de efecto.
- J. Uso correcto de la marca.

03

## Color

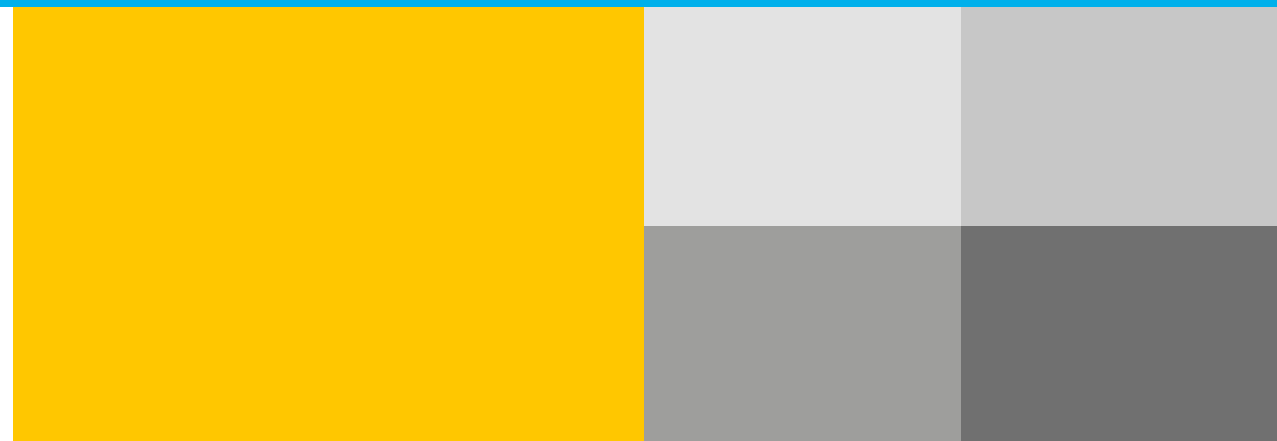




La utilización e interacción de los colores son el gran soporte comunicacional de la identidad.

En el contexto general, el color celeste y el blanco determinan la apariencia de la marca país, mientras que el resto de los colores funcionan como soporte.

El amarillo es el color “diferencial”. Su uso específico se circunscribe a acentuar lo importante, interactuando con las personas, orientando y generando acción en la comunicación.



# 03

## Color

### 3.1 Paleta de colores principales

#### MPA CELESTE

PANTONE (PMS): 298 C

CMYK: 80, 0, 0, 0

RGB: 0, 200, 255

HEX #00C8FF

#### MPA BLANCO

CMYK: 0, 0, 0, 0

RGB: 255, 255, 255

HEX #FFFFFF

#### MPA AZUL

PANTONE (PMS): 2925 C

CMYK: 100, 30, 0, 0

RGB: 0, 150, 220

HEX #0096DC

#### MPA AMARILLO

PANTONE (PMS): 1235 C

CMYK: 0, 25, 100, 0

RGB: 255, 200, 0

HEX #FFC800

#### MPA AZUL OSCURO

PANTONE (PMS): 286 C

CMYK: 100, 60, 0, 40

RGB: 0, 50, 120

HEX #003278

Predominancia de los colores celestes institucionales y los colores blanco y neutros, de esta manera se contempla visualmente la identidad nacional primaria.

El color amarillo institucional debe utilizarse en una menor proporción para acentuar aquello que sea importante o destacado.



## 03

## Color

## 3.2 Paleta de colores complementarios

**MPA PLATA 01**

PANTONE (PMS): 427 C  
CMYK: 4, 0, 0, 12

RGB: 209, 215, 218  
HEX #D1D7DA

**MPA PLATA 02**

PANTONE (PMS): 428 C  
CMYK: 6, 0, 0, 20

RGB: 182, 192, 198  
HEX #B6C0C6

**MPA PLATA 03**

PANTONE (PMS): 429 C  
CMYK: 7, 0, 0, 28

RGB: 157, 169, 177  
HEX #9DA9B1

**MPA NARANJA**

PANTONE (PMS): 021 C  
CMYK: 0, 65, 100, 0

RGB: 238, 114, 3  
HEX #EE7203

**MPA ROJO**

PANTONE (PMS): 193 C  
CMYK: 15, 100, 100, 0

RGB: 205, 23, 25  
HEX #CD1719

**MPA VIOLETA**

PANTONE (PMS): 2592 C  
CMYK: 50, 1000, 0, 0

RGB: 149, 27, 129  
HEX #951B81

**MPA VERDE**

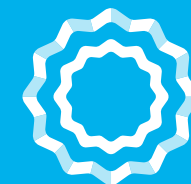
PANTONE (PMS): 354 C  
CMYK: 75, 0, 100, 0

RGB: 58, 170, 53  
HEX #3AAA35

El sistema se enriquece con las paletas secundarias de colores complementarios y MPA PLATA.

Estos colores nunca deberán ser protagonistas. Deberán ocupar menos del 30% de la pieza.

# 04 Tipografía



# Source Sans Pro

**Arg** SOURCE SANS PRO SEMI-BOLD  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
 +!@#\$%^&\*(){};:<>... 0123456789

**Arg** SOURCE SANS PRO REGULAR  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
 +!@#\$%^&\*(){};:<>... 0123456789

**Arg** SOURCE SANS PRO LIGHT  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
 +!@#\$%^&\*(){};:<>... 0123456789

Para títulos y textos cortos en piezas impresas y web se utilizará la familia tipográfica Source Sans Pro, preferentemente en sus variables Semibold, Regular y Light.

## VARIABLES DE LA FAMILIA

ExtraLight  
*ExtraLight Italic*  
 Light  
*Light Italic*  
 Regular  
*Italic*  
**SemiBold**  
*SemiBold Italic*  
**Bold**  
*Bold Italic*  
**Black**  
*Black Italic*

## IMPORTANTE

Descargar de forma libre en el siguiente link.  
[fonts.google.com/specimen/Source+Sans+Pro](https://fonts.google.com/specimen/Source+Sans+Pro)

# Roboto

## ROBOTO REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
+!@#\$%&\*(){ };<>... 0123456789

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean lacus nisl, ornare eu ante non, pulvinar egetas est. Maecenas eu malesuada eros. Mauris dictum gravida vulputate. Vestibulum suscipit sagittis enim sed dictum. Vivamus ac ultrices lectus. Pellentesque malesuada eleifend mi sed malesuada. Mauris rhoncus lorem ac risus egetas, id tincidunt purus pellentesque. In nec vulputate ex. Quisque hendrerit ipsum nec diam vehicula iaculis. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia curae; Proin in sapien et libero sollicitudin interdum id non purus. Cras lobortis dui sed erat gravida, et faucibus nibh ultricies.

## ROBOTO LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
+!@#\$%&\*(){ };<>... 0123456789

Suspendisse quam magna, auctor faucibus justo sit amet, tincidunt placerat ex. Cras mollis sapien sit amet lorem accumsan gravida. Quisque quis vehicula quam. Maecenas hendrerit, ligula rhoncus condimentum congue, nibh erat maximus ex, ut accumsan felis mi dictum arcu. Proin et diam hendrerit, pellentesque metus vestibulum, feugiat mi. Suspendisse pulvinar vitae purus et condimentum. Donec a odio posuere nisl molestie interdum. Vestibulum vel massa eu ligula suscipit suscipit vulputate in eros. Quisque dignissim enim et risus tincidunt, non feugiat nibh tincidunt. Quisque eu massa et purus efficitur tristique.

La tipografía Roboto se utilizará para cuerpo de texto en medios digitales. Se recomienda utilizar las variables Regular y Light.

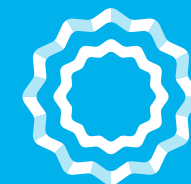
## VARIABLES DE LA FAMILIA

Thin  
*Thin Italic*  
Light  
*Light Italic*  
Regular  
*Italic*  
Medium  
*Medium Italic*  
Bold  
*Bold Italic*  
Black  
*Black Italic*

## IMPORTANTE

Descargar de forma libre en el siguiente link.  
[fonts.google.com/specimen/Roboto](https://fonts.google.com/specimen/Roboto)

# 05 Estilo fotográfico



# 05

## Estilo fotográfico

### 5.1 Criterios generales



La fotografía es un componente clave para la comunicación de la marca.

Representar situaciones verosímiles, tanto en lo que respecta a los escenarios como a los personajes. Espontáneas y dinámicas.

- Imágenes saturadas y contrastadas.
- Técnicamente correctas (no pixeladas o fuera de foco).

Especificaciones técnicas a tener en cuenta:

- Profundidad de campo.
- Encuadre.
- Planos abiertos (ideal para paisajes).
- Planos cerrados (ideal para retratos, detalles, texturas).



05

Estilo fotográfico  
5.2 Paisajes

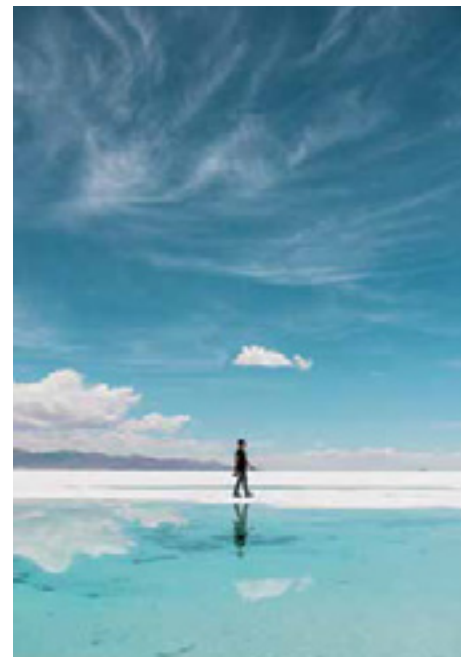
En los paisajes debe evidenciarse  
la inmensidad, la exhuberancia  
y lo sublime de nuestras tierras.





## Estilo fotográfico 05

### 5.2 Paisajes



Se debe dar cuenta de la dimensión y espectacularidad de cada paisaje de nuestro país (natural o urbano).

El tono predominante en las fotografías de paisajes debe ser épico, entendiendo por ello un estilo grandilocuente que permita destacar acciones extraordinarias o heroicas.

- Planos que potencien la acción (ej. angulares, contrapicados, picados).
- Foco en lo espectacular.
- Resaltar texturas.



05

Estilo fotográfico  
5.3 Personas

Se trata de capturar y representar instantes únicos de nuestra cultura y nuestra forma de ser.





# 05

## Estilo fotográfico

### 5.3 Personas



Las personas estarán inmersas en situaciones cotidianas. Deben contar con una importante carga gestual natural (no posada), resultante de la acción que se encuentren desarrollando.

Para generar la identificación de los espectadores con las personas retratadas se debe:

- Poner un especial cuidado en los detalles: gestos, objetos y entornos.
- Utilizar primeros planos y planos con detalle de acciones.
- Apelar a imágenes espontáneas y dinámicas.
- Mostrar a los personajes en acción.







**05**  
**Estilo fotográfico**  
5.4 Riqueza natural



**TURISMO, CAMPO, DIVERSIDAD PRODUCTIVA.**  
Evocar nuestra capacidad de superación y traducirla en imágenes que, a través de los encuadres pertinentes, generen el clima deseado.

- Tomas que refuercen el valor del trabajo.
- Personajes en acción.

# 05

Estilo fotográfico  
5.5 Cultura



## GASTRONOMÍA, INDUSTRIAS CREATIVAS, TANGO Y FOLKLORE.

La cultura y el talento argentino en todas sus manifestaciones son atributos muy valorados por la comunidad nacional e internacional. El registro de estas expresiones resultan relevantes para el enriquecimiento de la comunicación y la construcción de la Marca País Argentina.

Tal como se indica en el punto 5.3, las personas estarán preferentemente en acción y contextualizadas en las situaciones particulares que definan su categoría. Se buscará lograr imágenes naturales (no posadas), resultantes de la acción que se encuentren desarrollando.



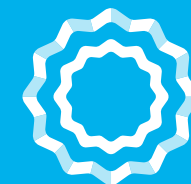
## 05

Estilo fotográfico  
5.6 Talento

**PERSONALIDADES DESTACADAS Y DEPORTES.**  
Las numerosas personalidades destacadas argentinas son naturalmente representantes de la MPA en el mundo. Argentina es reconocida por sus grandes exponentes de la historia, la ciencia, la cultura y el deporte.

La utilización de sus imágenes deberá actuar de manera sinérgica, de acuerdo a las posibilidades legales del caso, agregando valor a las comunicaciones. Ver punto 5.3 de este manual.

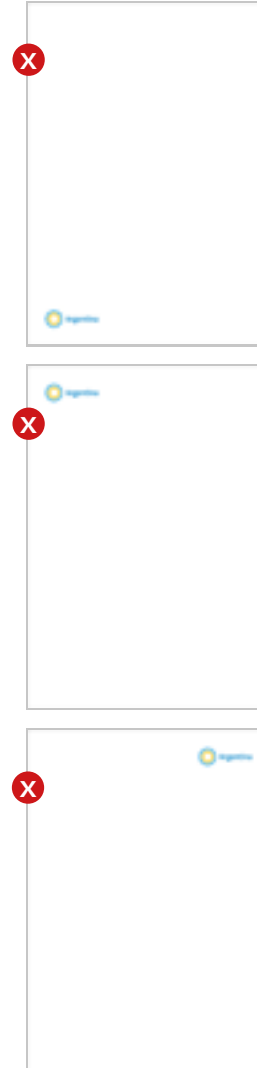
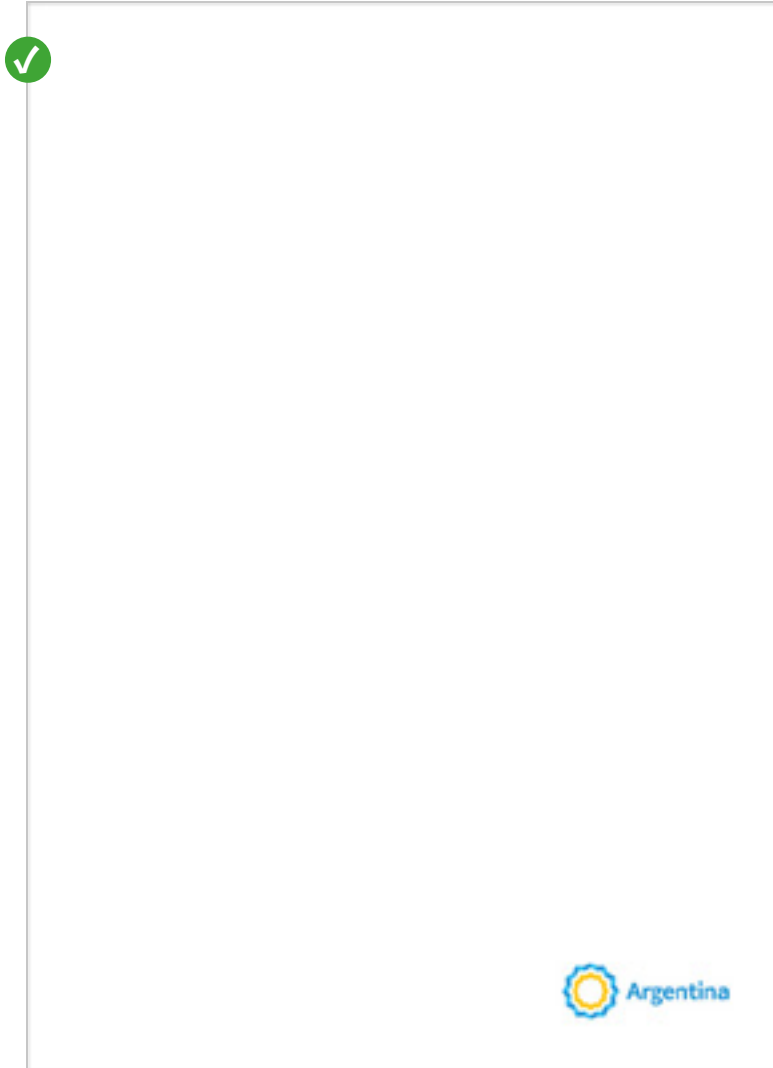
# 06 Layout y diagramación



# 06

## Layout y diagramación

### 6.1 Ubicación de marca



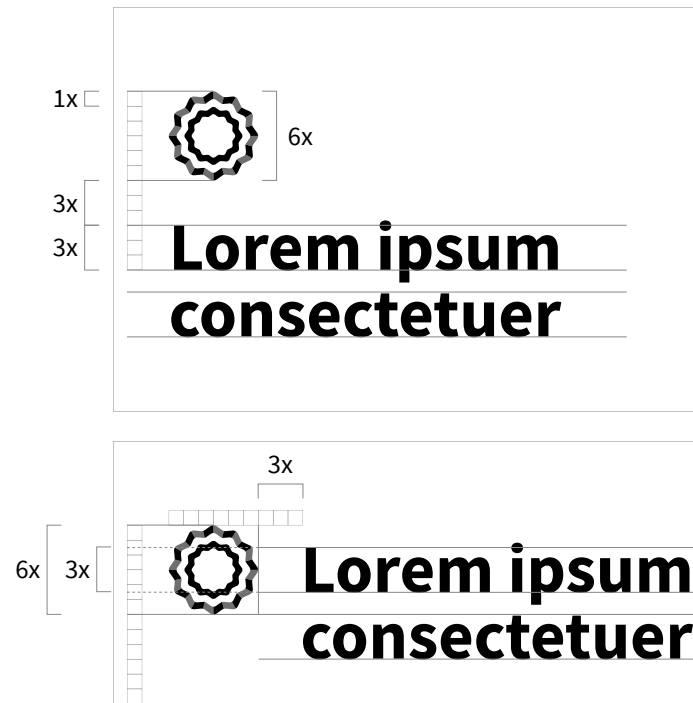
En las piezas de comunicación propia, la marca deberá estar ubicada en el extremo inferior derecho.

Su tamaño y versión dependerá de los requerimientos de lectura que imponga el soporte o medio respetando los lineamientos anteriormente mencionados.

## 06

Layout y diagramación  
6.1 Ubicación de marca

## FORMATO HORIZONTAL



## DESACOPLE DE LA MARCA

En las piezas de comunicación, el isotipo y el logotipo se pueden utilizar por separado para crear nuevas posibilidades de diseño.

El isotipo desacoplado pasa a relacionarse directamente con el título y crea una conexión con el contenido.

Se recomienda utilizar el desacople cuando el contenido a comunicar en el título tiene una referencia directa con la marca.

En las piezas de formato horizontal se puede aplicar el isotipo por delante del texto para lograr mayor armonía entre los elementos.

## NOTA

Cuando se aplica el desacople del isotipo, para evitar la repetición de la marca, se debe utilizar como firma de la pieza al logotipo únicamente.

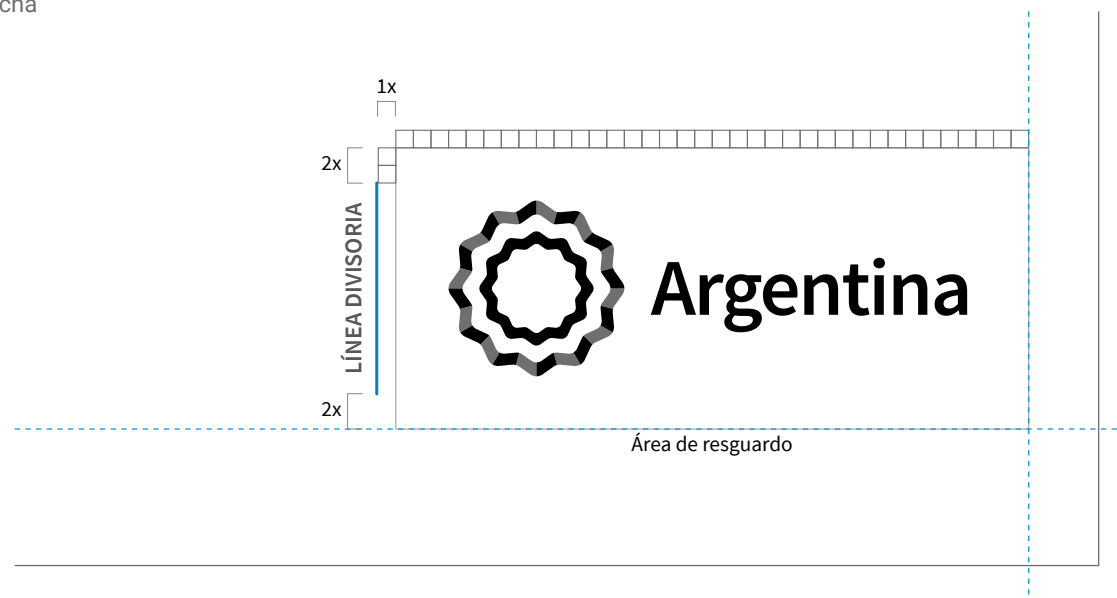
La combinación del imagotipo firmante y el isotipo desacoplado acompañando el texto no es una opción válida.

## 06

Layout y diagramación  
6.2 Convivencia de marcas en comunicaciones propias**NOTA**

La alineación de las marcas vinculadas se establecerá según la jerarquía de participación en la comunicación de la pieza y siempre será de izquierda a derecha, siendo la derecha la más importante.

En las comunicaciones propias, Marca País Argentina será la identidad visual de la pieza y constituirá la referencia para el tamaño de la marca o las marcas que convivan. En todos los casos, se utilizará una línea divisoria vertical para destacar la Marca País Argentina.

**NOTA**

En base al espacio del área de resguardo desarrollado y tomando como referencia su módulo "x", se establecen las normas de construcción de la línea divisoria.

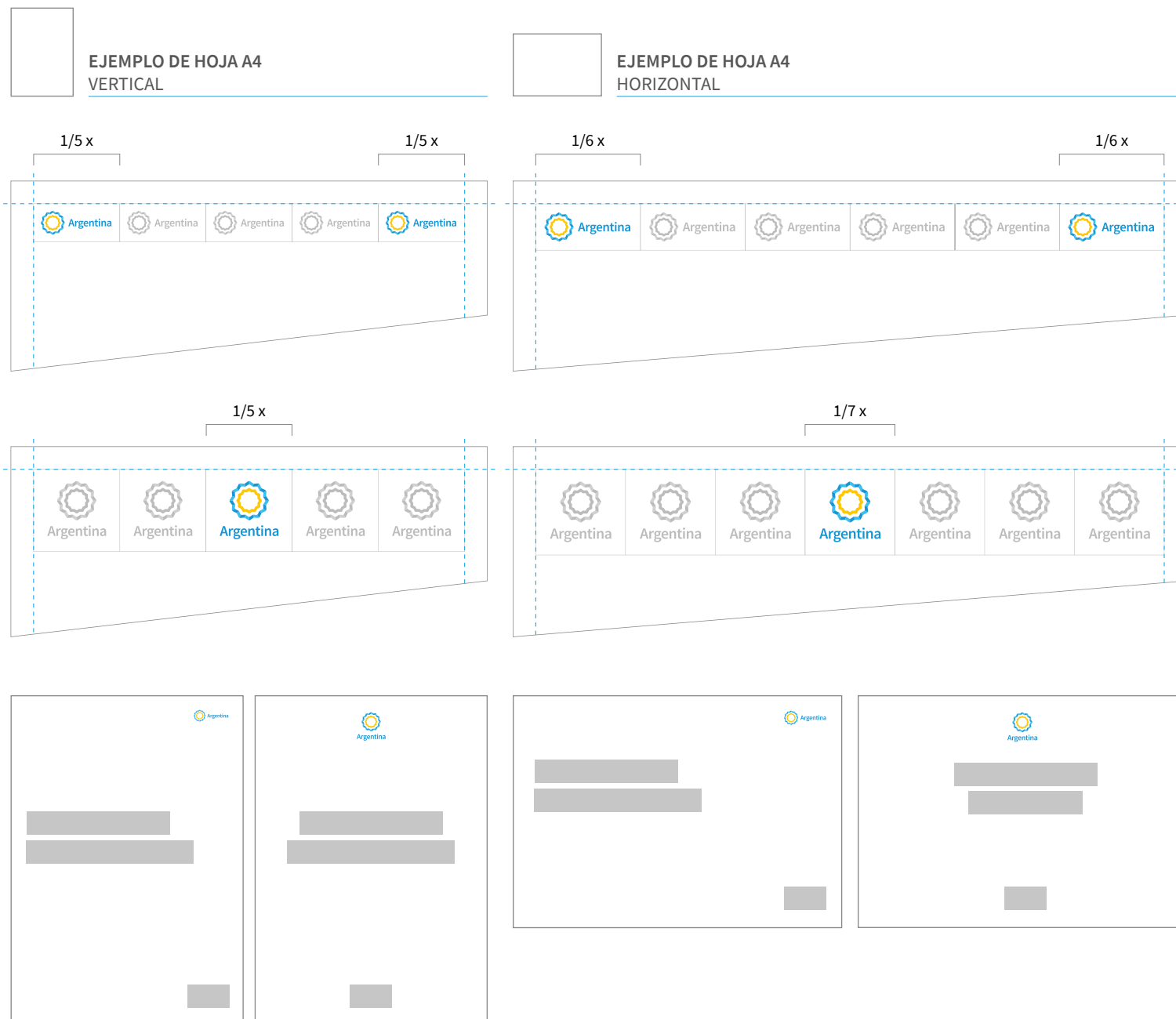
**IMPORTANTE**

La relación entre los elementos es fija e inalterable y sólo puede reproducirse, en todos los casos, a partir de un documento original digital.

## 06

## Layout y diagramación

## 6.3 Convivencia de marcas en comunicaciones de terceros



En las comunicaciones de terceros, la Marca País Argentina participará como marca paraguas.

En base a los márgenes establecidos en cada pieza, se debe aplicar la grilla correspondiente para establecer el ancho del imagotipo firmante.

La aplicación de la versión horizontal será utilizada únicamente en el extremo superior izquierdo o superior derecho de cada pieza, dependiendo la articulación y diagramación de sus elementos. Por el contrario, la versión vertical sólo podrá ser utilizada de forma central según la grilla establecida.

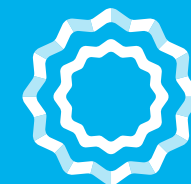
El estilo de la versión horizontal o vertical a utilizar, depende del fondo de cada pieza de comunicación y se debe respetar las normas establecidas en este manual sobre cada una de las versiones para su correcta visualización.

**NOTA**

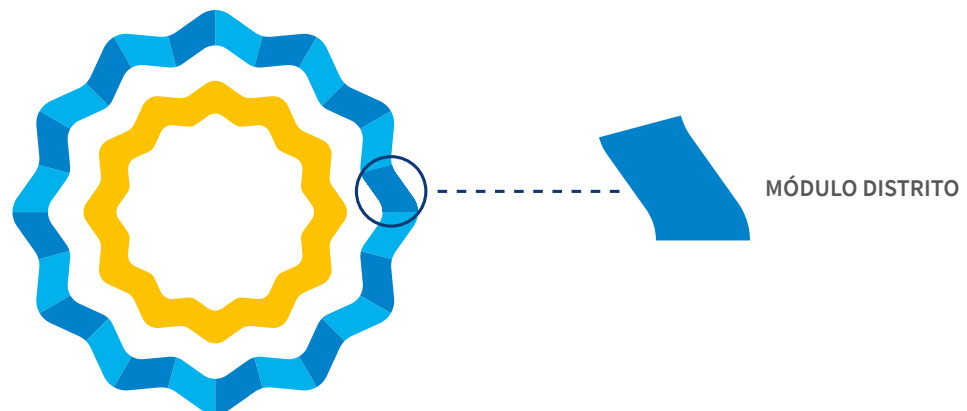
La grilla modular que divide el espacio comprendido entre los márgenes, se basa en las *áreas de resguardo* de cada una de las versiones de la marca.



# 07 Módulos y tramas



## 07

Módulos y tramas  
7.1 Presentación y combinaciones

La marca está constituida por las cintas de colores patrios conformada por la unión de 24 módulos (24 distritos nacionales).

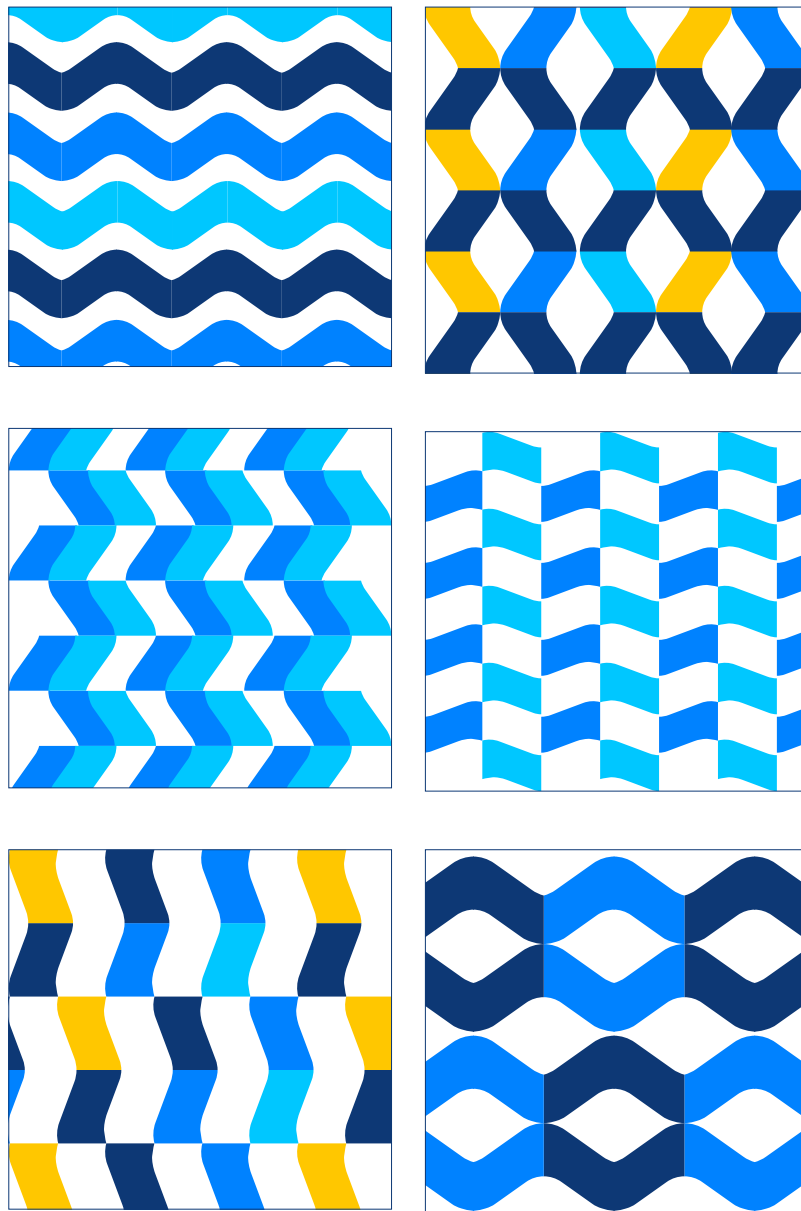
Este módulo base, al que llamamos "Módulo Distrito", permite generar tramas que amplían el sistema de identidad.

Dichas tramas toman uno o dos módulos, de forma vertical u horizontal, y se tocan por uno de sus lados o vértices (ver combinaciones permitidas).

## COMBINACIONES PERMITIDAS



## 07

Módulos y tramas  
7.2 Apertura gráfica

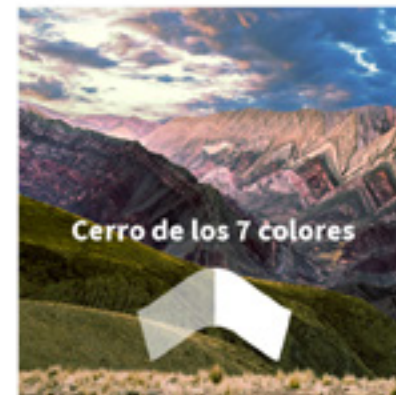
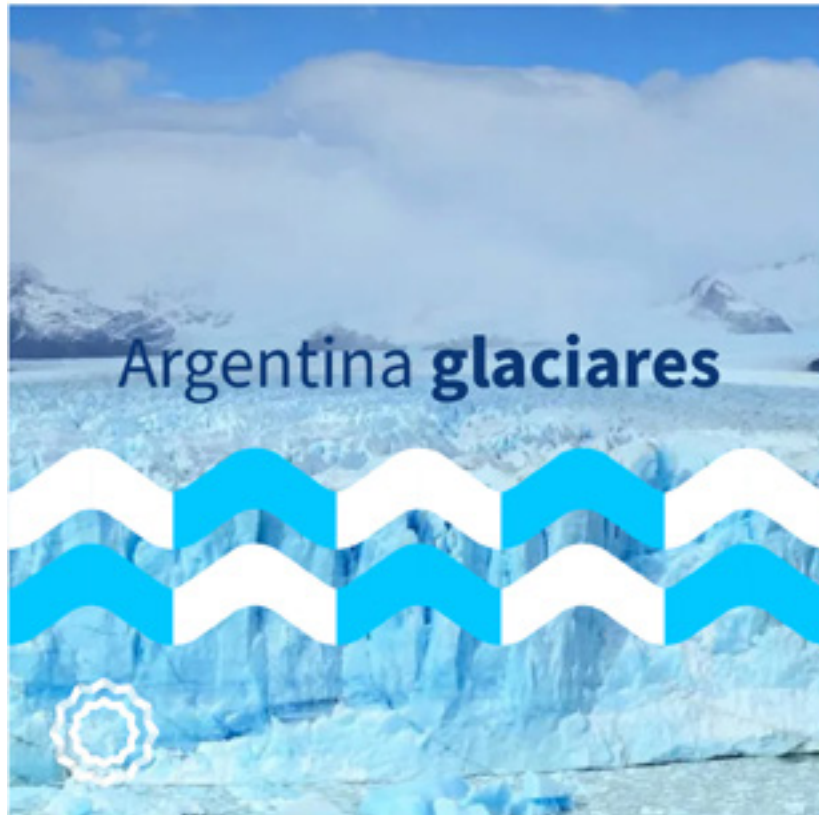
Requisitos para el uso de tramas:

- Siempre en dirección vertical u horizontal.
- Podrán tocarse pero no superponerse.
- Siempre funcionan de a pares y esos pares se combinan de diferentes formas, pudiendo estar pegados o separados.
- El tamaño mínimo del módulo es el que resulta de su repetición 14 veces en el ancho de la pieza en la que se aplicara la trama.
- Pueden unirse para generar una forma continua o funcionar de a pares con espacio entre ellos.
- La trama nunca tomará el 100% de la pieza y su uso no superará el 50%.
- La trama puede ser completa o tener faltantes en su construcción.

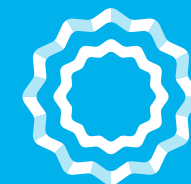
**NOTA**

En la primera etapa de lanzamiento de la marca, solo podrán utilizarse los ejemplos de esta página, con la paleta cromática básica. La generación de nuevas tramas deberán ser aprobadas por la Dirección Nacional de Marca País.

07  
Módulos y tramas  
7.3 Ejemplos de uso



# 08 Aplicaciones



### TARJETAS PERSONALES

Impresas a 4 colores y laminado mate en el frente y dorso.  
El iso del frente y el imagotipo del dorso llevan laca UV sectorizada.

Tamaño: 8,5 x 5 cm

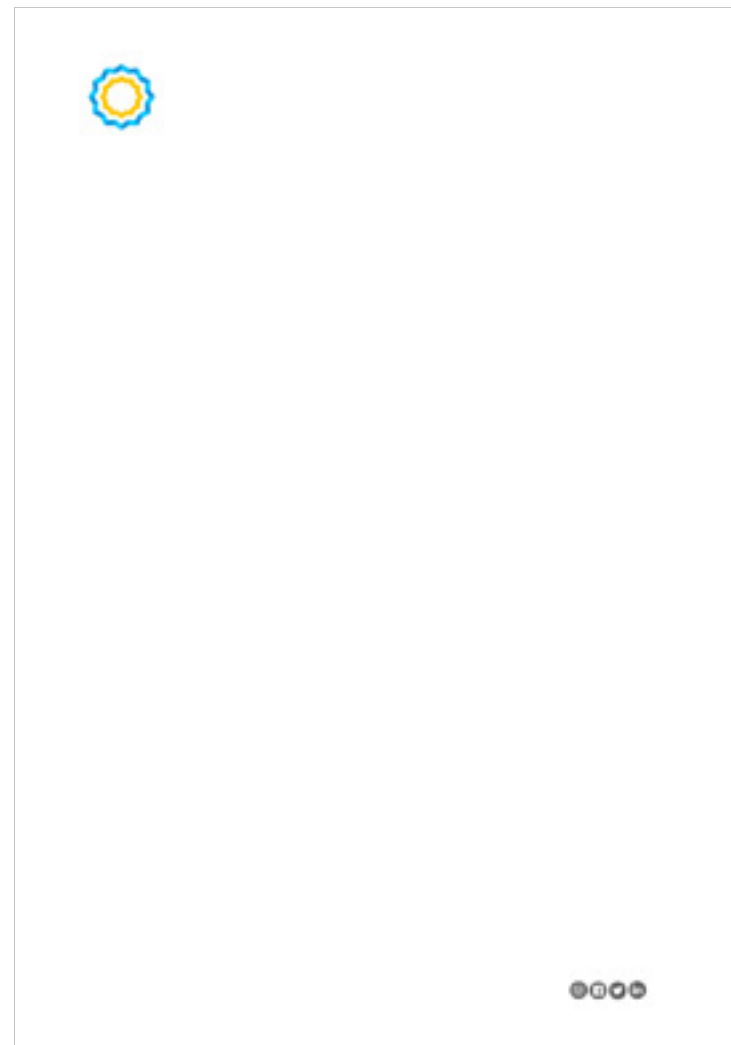




## 08

Aplicaciones  
8.1 Papelería

Hoja 1



Hoja 2 y siguientes

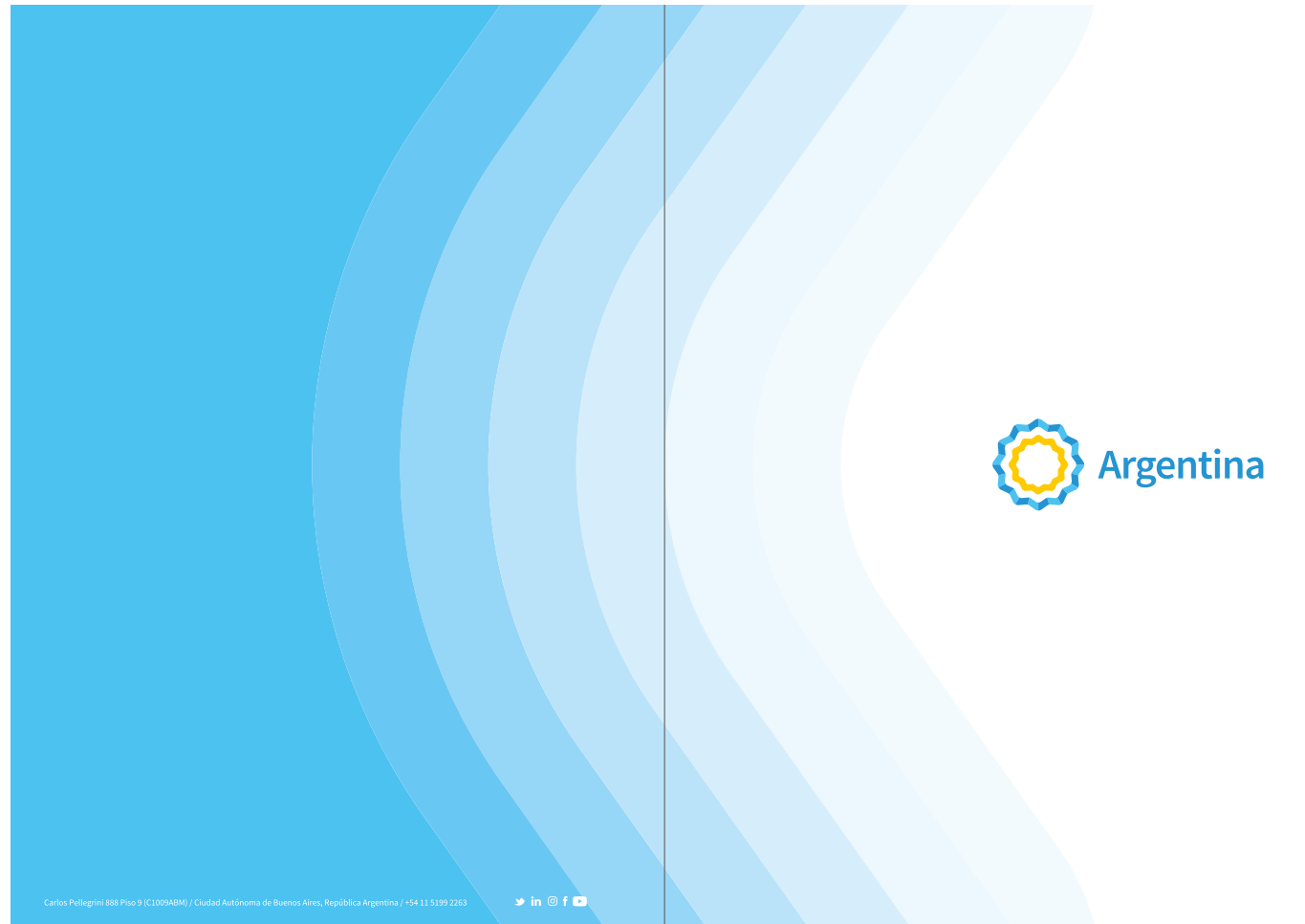
## HOJA MEMBRETADA

Ejemplos de hojas membretadas  
en formato A4.

# 08

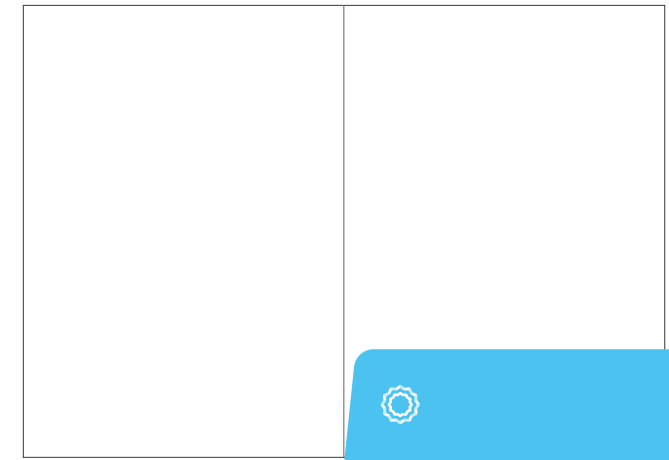
## Aplicaciones

### 8.1 Papelería



### CARPETA A4

Carpetas laminadas frente y dorso.



# 08

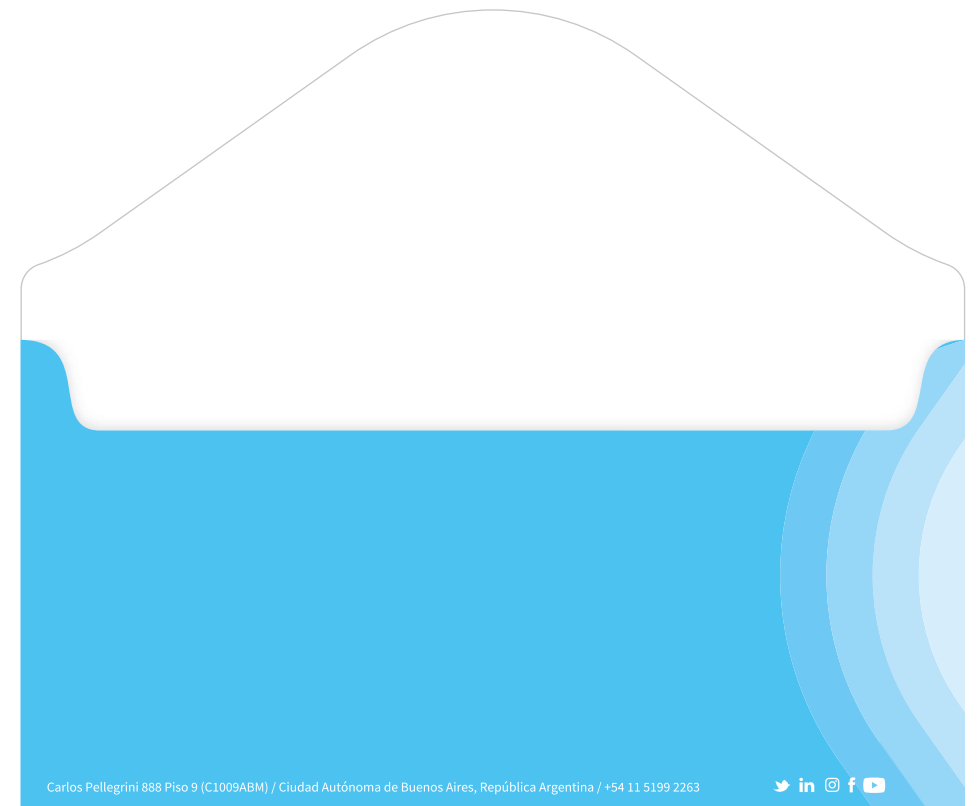
## Aplicaciones 8.1 Papelería



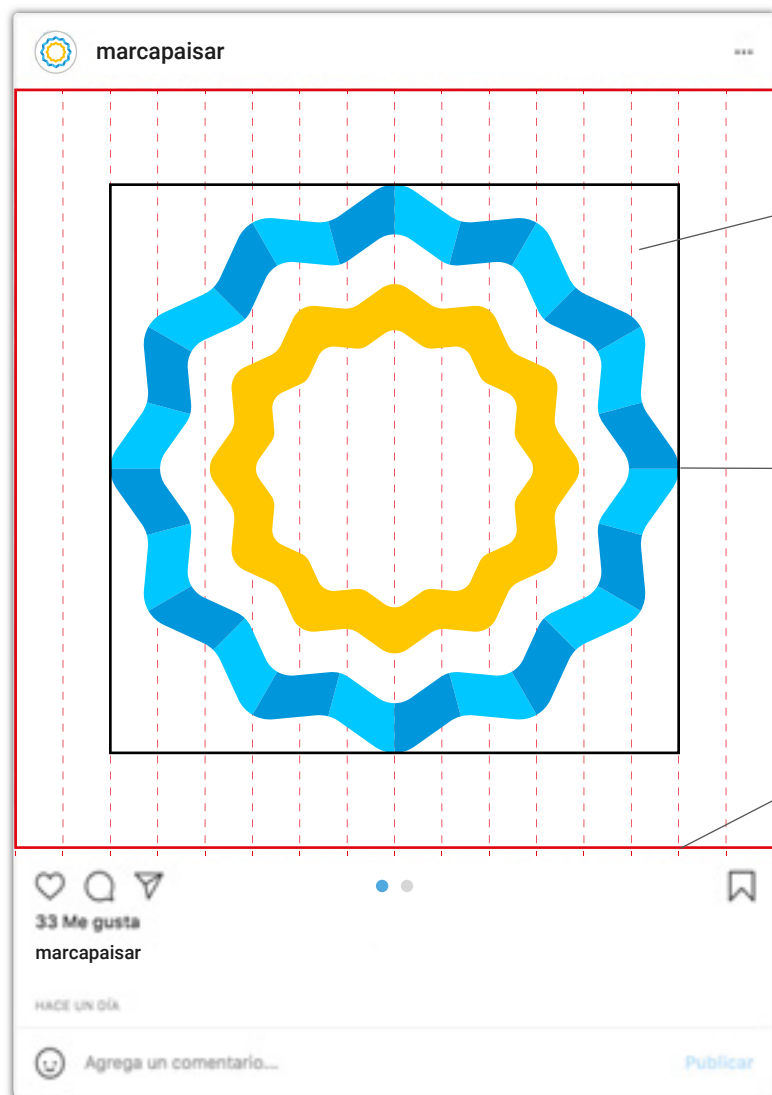
### SOBRE

En este apartado se presenta el diseño de sobre para Marca País Argentina.

De este modelo podrán desprenderse otros a futuro, siempre que se respete el espíritu que guió su creación.



## 08

Aplicaciones  
8.2 Redes sociales

Ubicación:  
Centrado vertical y horizontalmente.

Tamaño:  
Tamaño autorizado de uso,  
12 módulos.

Área de seguridad:  
Respetar el área de seguridad.

## FORMA DE USO MPA EN REDES SOCIALES

En esta etapa de presentación de marca, el isotipo y el logotipo deben ir, preferentemente, aplicados en su versión color sobre fondo blanco.

Deberán prevalecer los colores de identificación nacional primaria: MPA Celeste, MPA Azul y MPA Blanco.

El color MPA Amarillo deberá utilizarse en una menor proporción para acentuar lo importante, lo destacado.

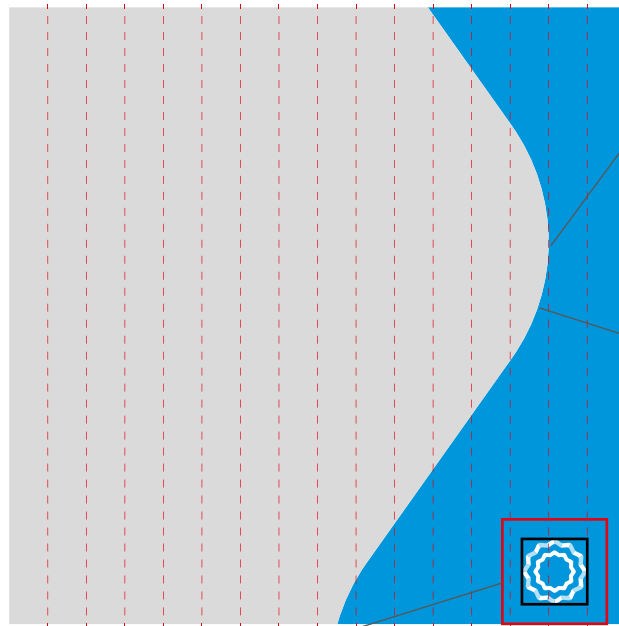
Sobre fondo MPA Celeste, la marca deberá aplicarse en su versión negativa (ver página 18).

La tipografía a utilizar es Source Sans Pro, con todas las variantes. Se permite el uso de variantes tipográficas para enfatizar palabras o frases en un mismo texto. Los textos se aplicarán en MPA Celeste, MPA Blanco, MPA Azul y Gris.

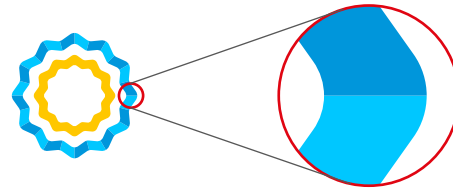
## 08

Aplicaciones  
8.2 Redes sociales

## PUBLICACIONES 1x1



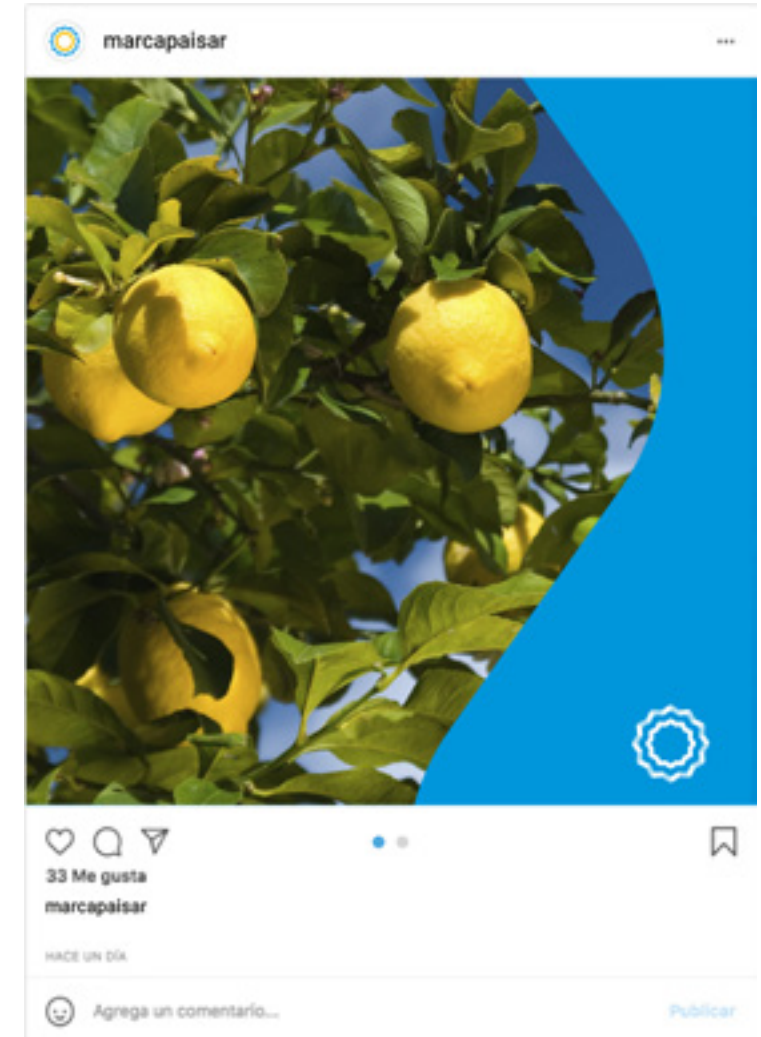
Forma contenedora:  
Figura resultante del macro del símbolo.  
"Módulo Distrito".



Ubicación:  
El contenedor se desplaza hacia arriba.  
Se extiende por 14 módulos.

Ubicación y tamaño:  
Alineación horizontal: 1 módulo de margen.  
Alineación vertical: área de seguridad del isotipo.  
Tamaño autorizado de uso del isotipo.

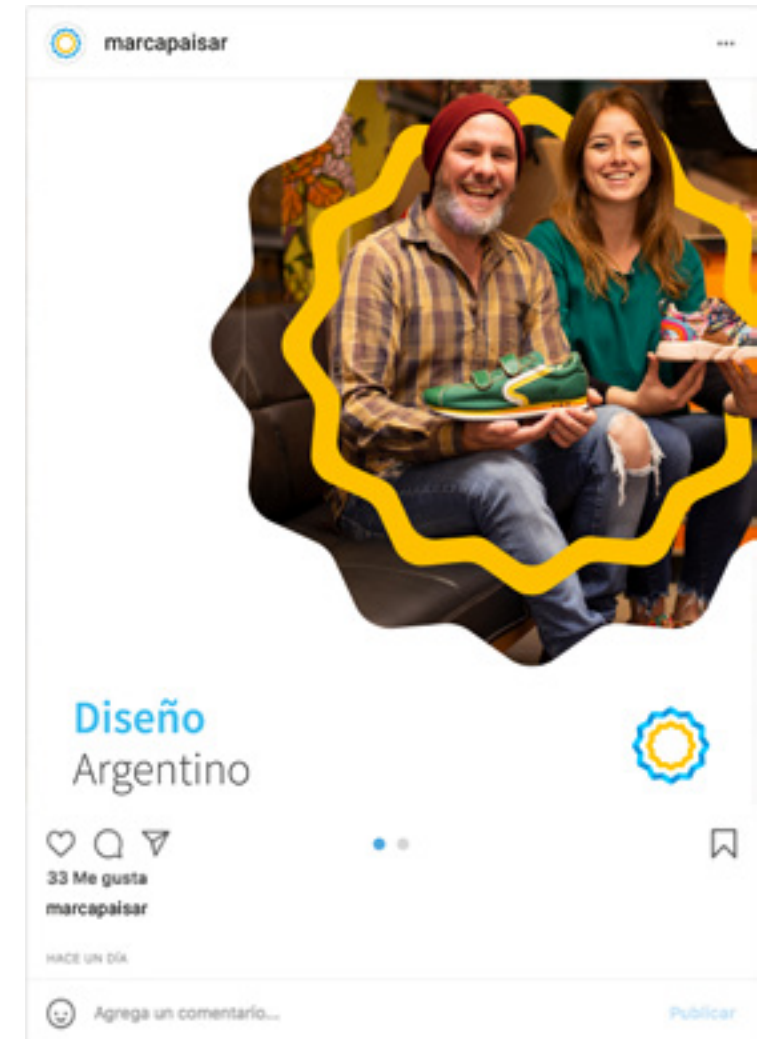
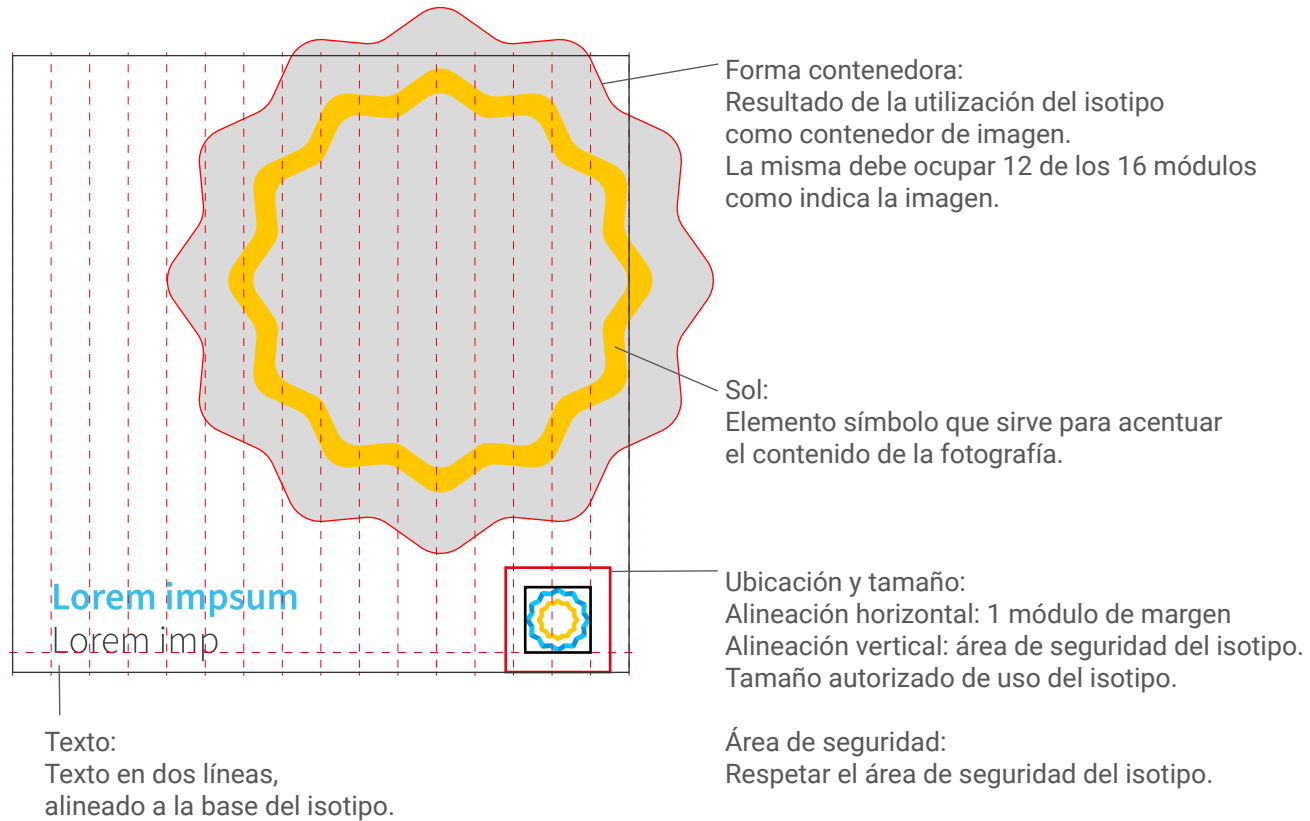
Área de seguridad:  
Respetar el área de seguridad del isotipo.



## 08

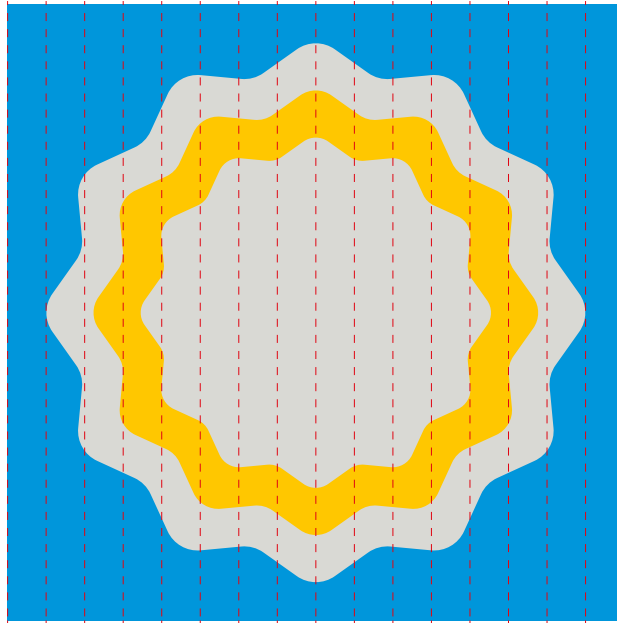
Aplicaciones  
8.2 Redes sociales

## PUBLICACIONES 1x1



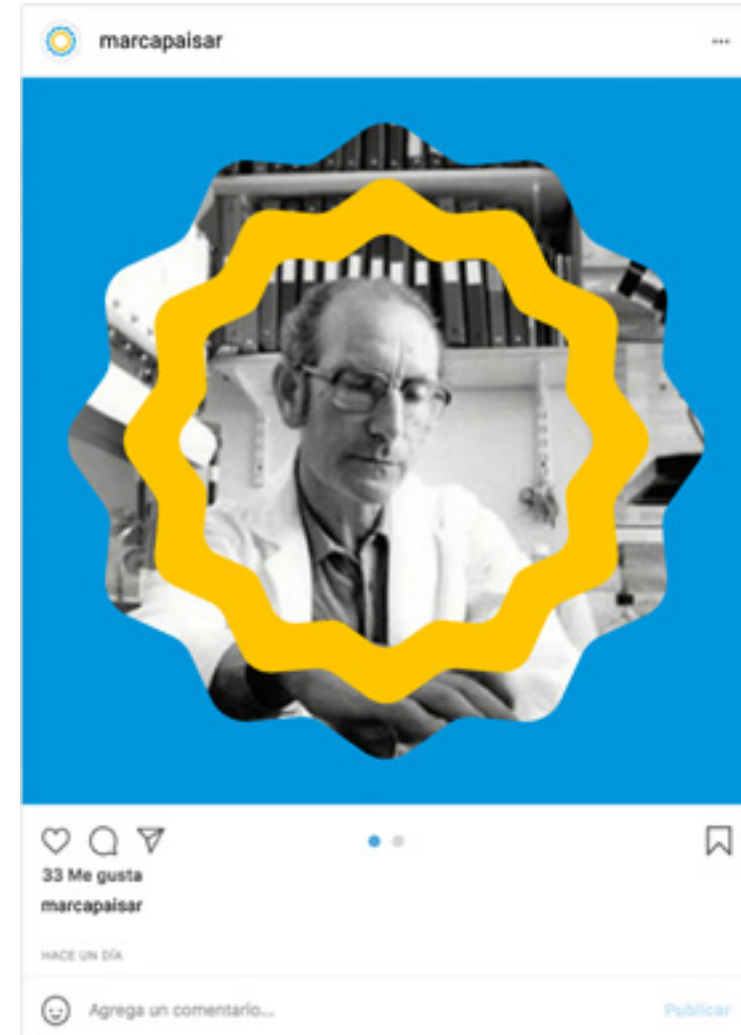


## PUBLICACIONES 1x1



Forma contenedora:  
Resultado de la utilización del isotipo,  
como contenedor de imagen.  
La misma debe ocupar 12 módulos de 16.

Sol:  
Elemento símbolo que sirve para acentuar  
el contenido de la fotografía.

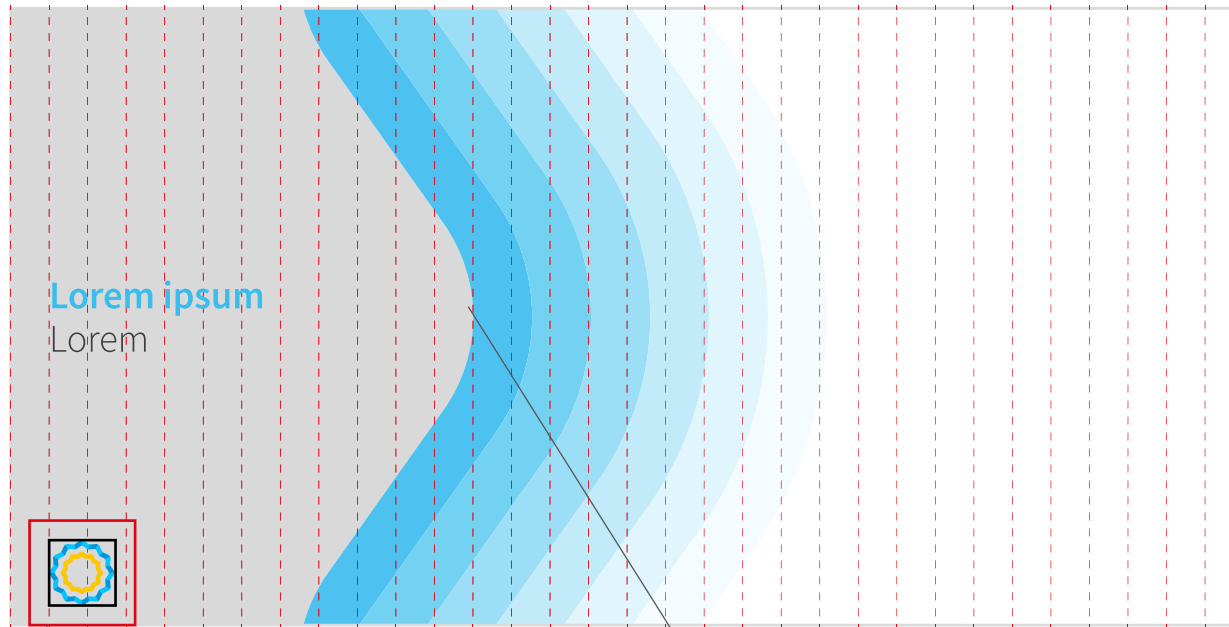


# 08

## Aplicaciones

### 8.2 Redes sociales

#### PUBLICACIONES 2x1



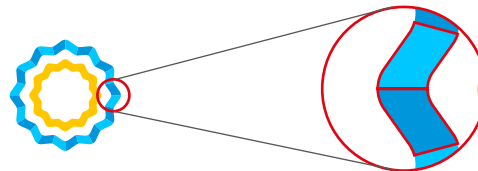
**Marca:**  
Se implementa el isotipo cada vez que figure la palabra "argentina/argentino".

**Tamaño:**  
Tamaño autorizado de uso del isotipo.

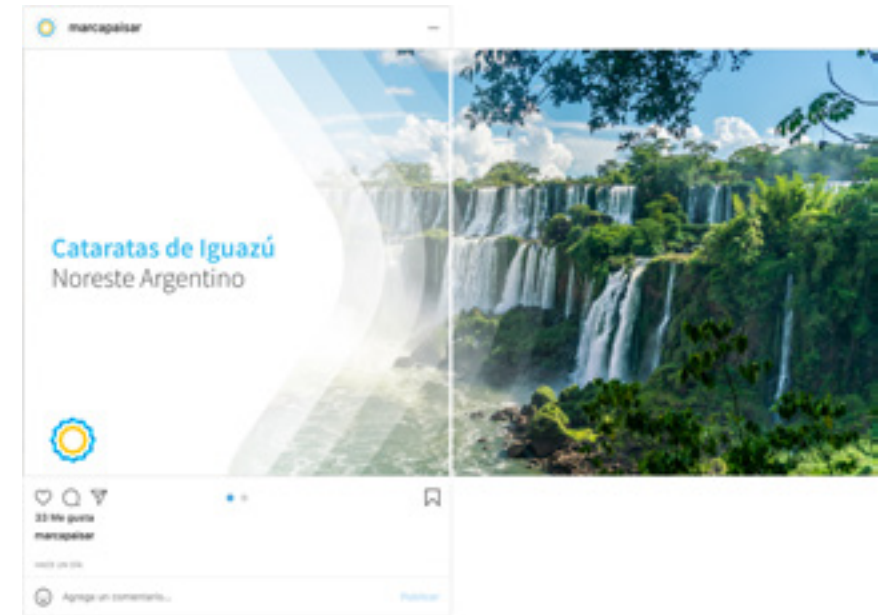
**Área de seguridad:**  
Respetar el área de seguridad del isotipo.

**Ubicación:**  
El isotipo puede ser aplicado alineado a la izquierda como en la primera fotografía o alineado a la derecha como en la segunda fotografía.

**Tamaño de contenedor:**  
12 módulos de figura plena. Se funde pleno de color, hacia fotografía plena, en 6 porcentajes de degradado.  
Porcentajes: 90% / 70% / 50% / 30% / 15% / 5%



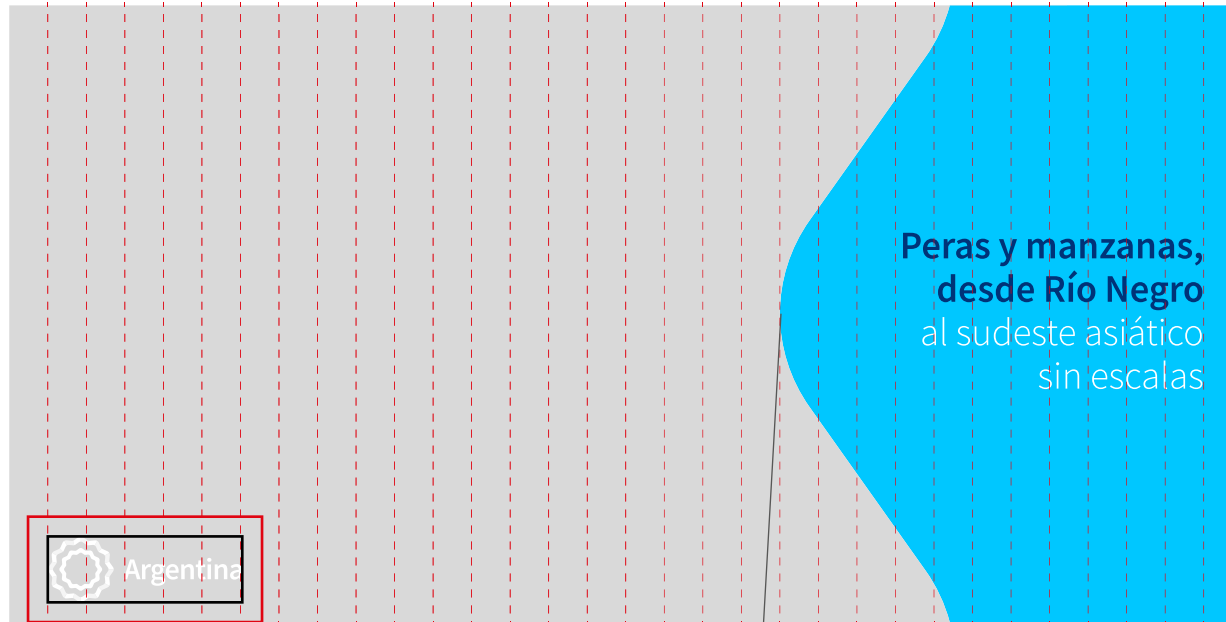
Forma originada del macro: de la unión de dos "Módulo Distrito".



# 08

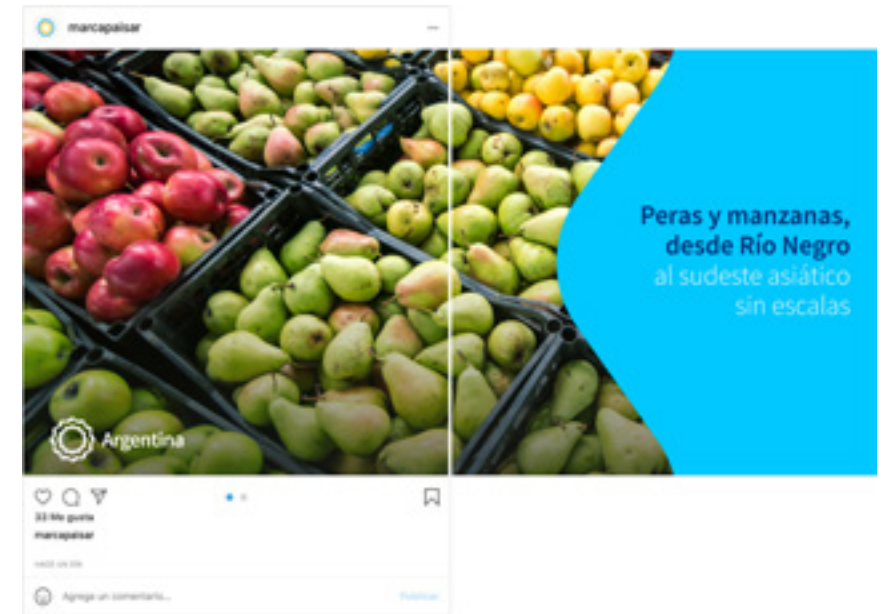
## Aplicaciones 8.2 Redes sociales

### PUBLICACIONES 2x1

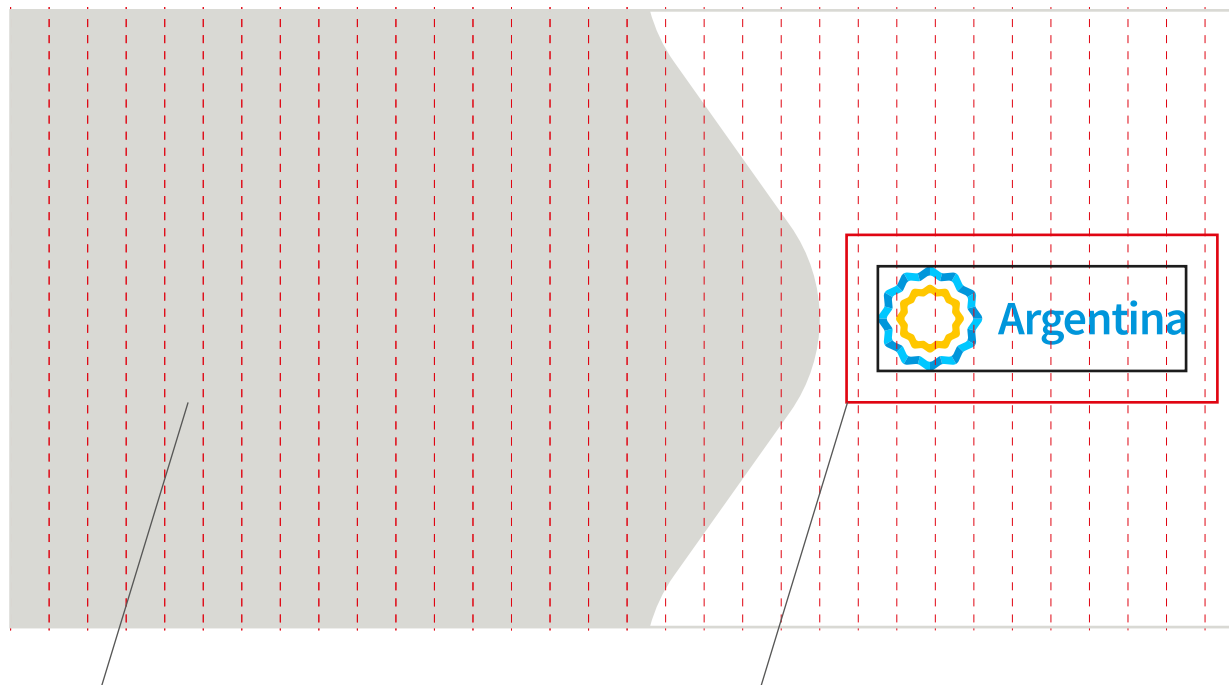


Área de seguridad:  
Respetar el área de seguridad del imagotipo.  
Tamaño:  
5 módulos de ancho.

Tamaño de contenedor:  
12 módulos de figura plena.



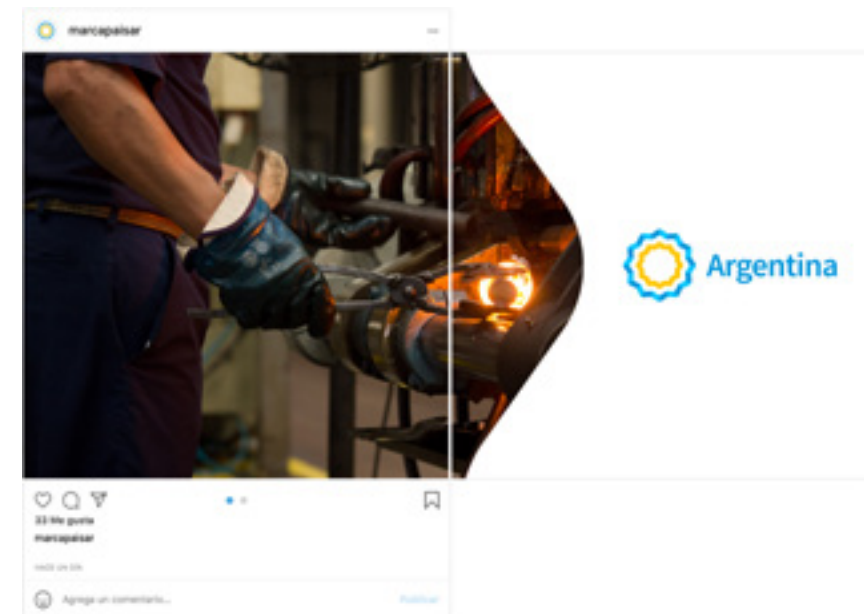
### PUBLICACIONES 2x1



Tamaño de contenedor:  
5 módulos de máscara fotográfica.  
Cada imagen seleccionada,  
debe mostrar en esta zona  
un contenido visual relevante.

Tamaño:  
8 módulos.

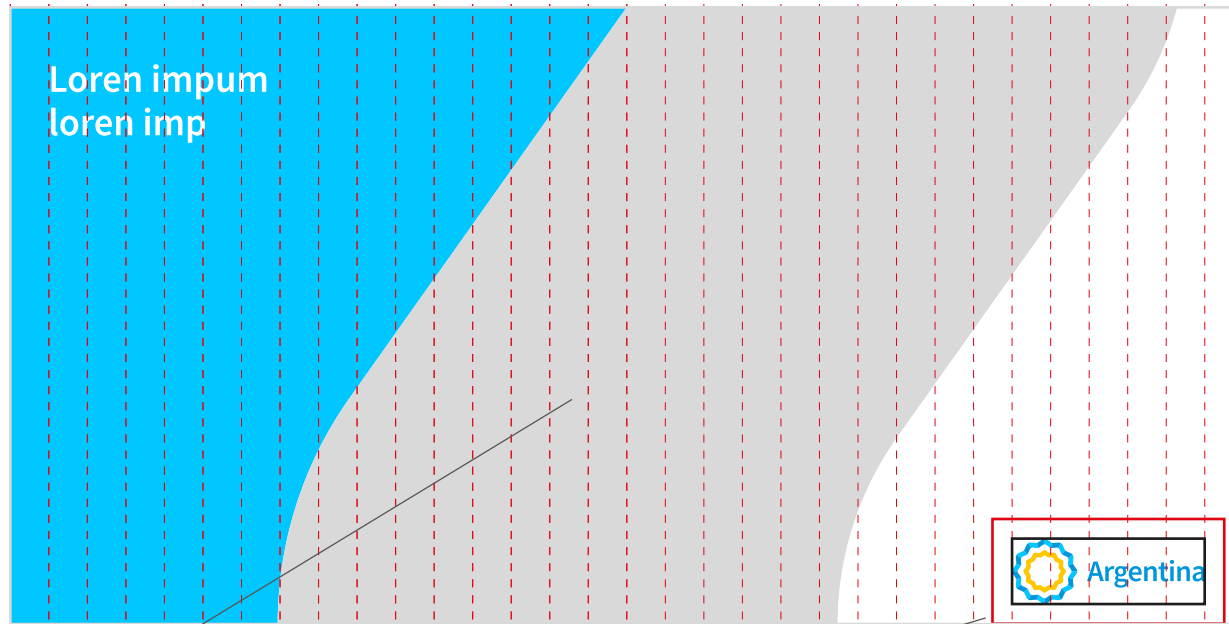
Ubicación:  
Centrado horizontalmente  
con la tangente de la curva.  
Dejar de margen lateral un módulo  
y medio de cada lado.



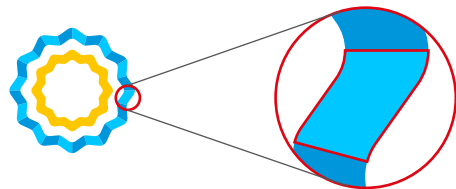
# 08

Aplicaciones  
8.2 Redes sociales

## PUBLICACIONES 2x1

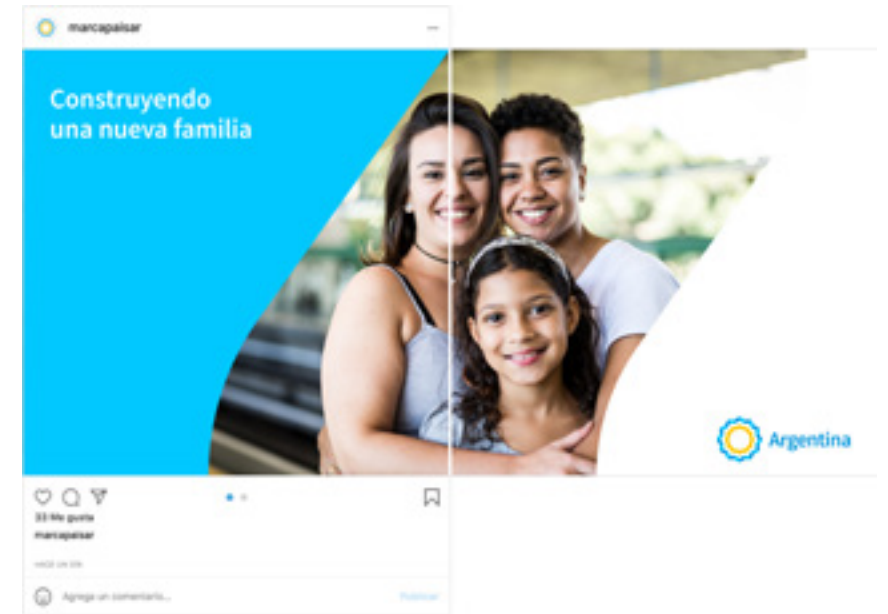


Contenedor:  
"Módulo Distrito".



Tamaño:  
5 módulos de ancho.

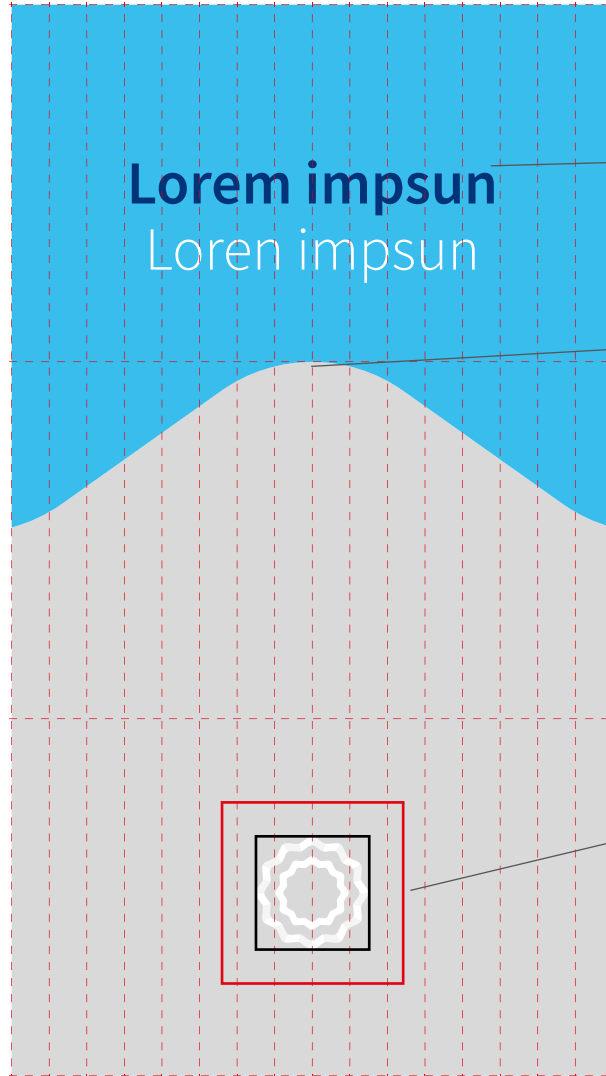
Área de seguridad:  
Respetar el área de seguridad del imagotipo.



# 08

## Aplicaciones 8.2 Redes sociales

### PUBLICACIONES EN HISTORIAS



Lorem ipsum  
 Loren ipsum

Texto:  
Centrado horizontalmente  
en contenedor de color.

Forma contenedora:  
Ocupa 2 módulos horizontales.

Tamaño:  
Tres módulos.



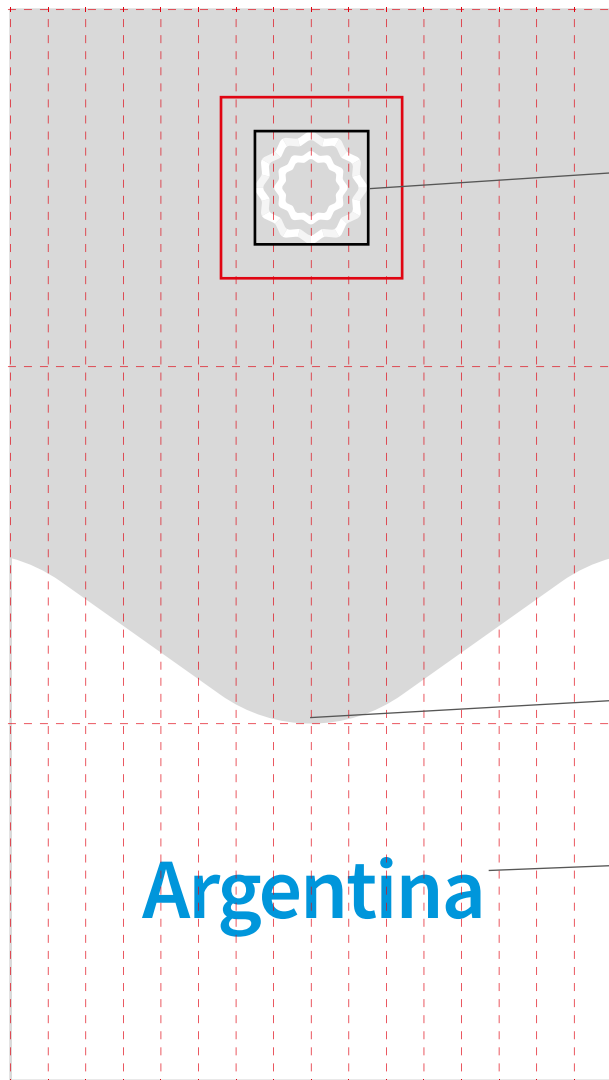
Arándanos  
Argentinos



# 08

## Aplicaciones 8.2 Redes sociales

### PUBLICACIONES EN HISTORIAS



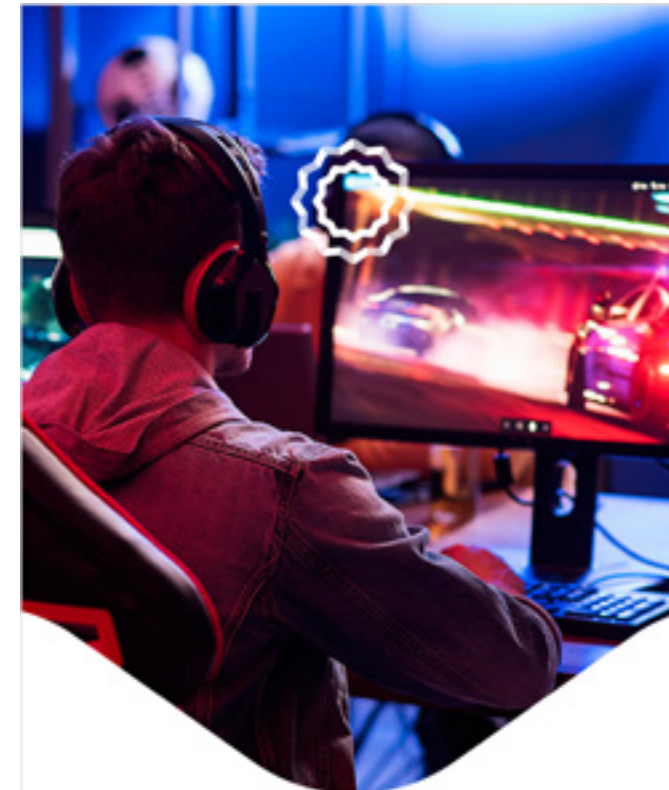
Isotipo:  
Centrado horizontalmente  
en el primer tercio.

Forma contenedora:  
Ocupa 2 módulos horizontales.

Argentina

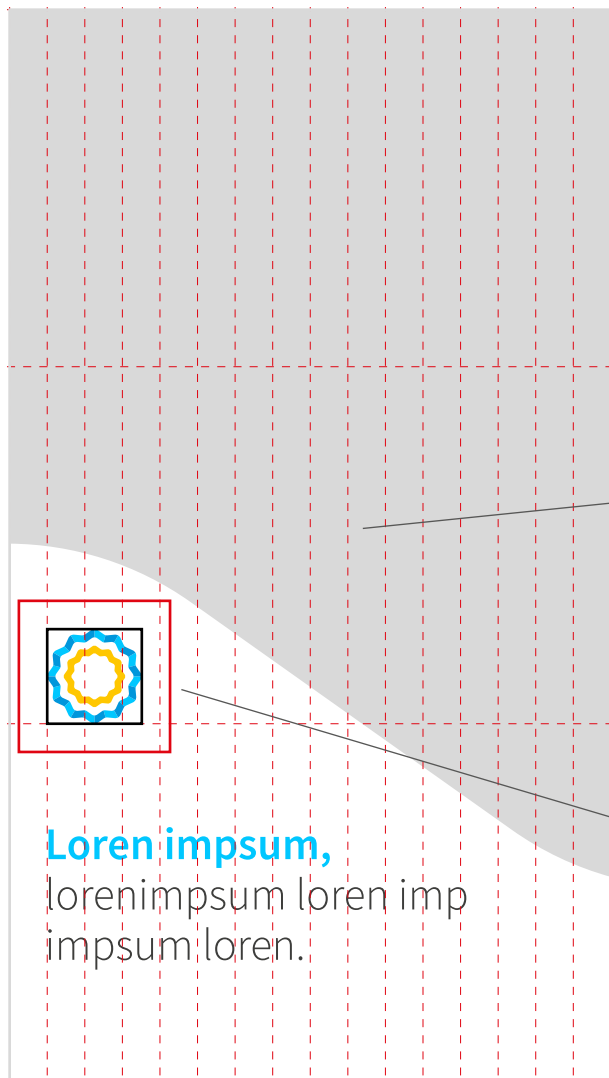
Tamaño logotipo:  
9 módulos.

Ubicación:  
Centrado horizontalmente  
en el tercer tercio.



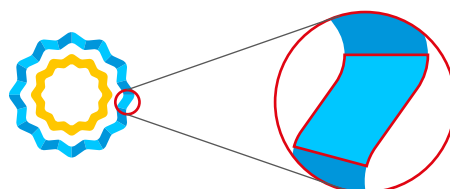
Argentina

### PUBLICACIONES EN HISTORIAS

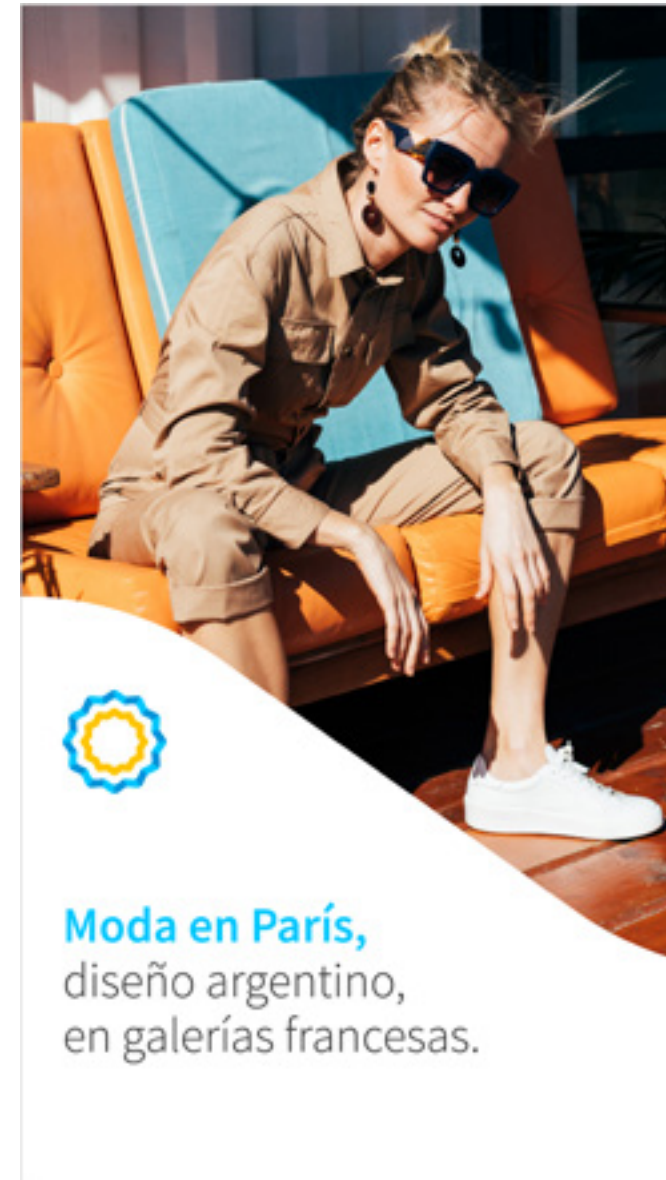


**Loren ipsum,**  
lorenipsum loren imp  
ipsum:loren.

Contenedor:  
"Módulo Distrito".



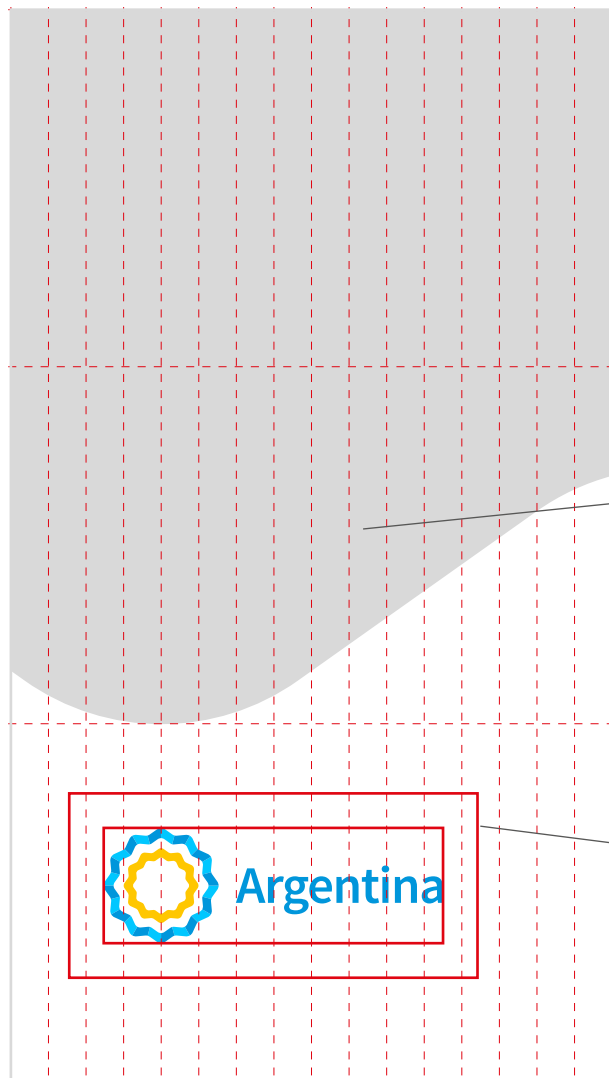
Isotipo:  
Dos módulos y medio.  
Alineado a la izquierda,  
respetando área de seguridad.



# 08

## Aplicaciones 8.2 Redes sociales

### PUBLICACIONES EN HISTORIAS



Forma contenedora:  
Ocupa 2 módulos horizontales.

Tamaño:  
9 módulos.

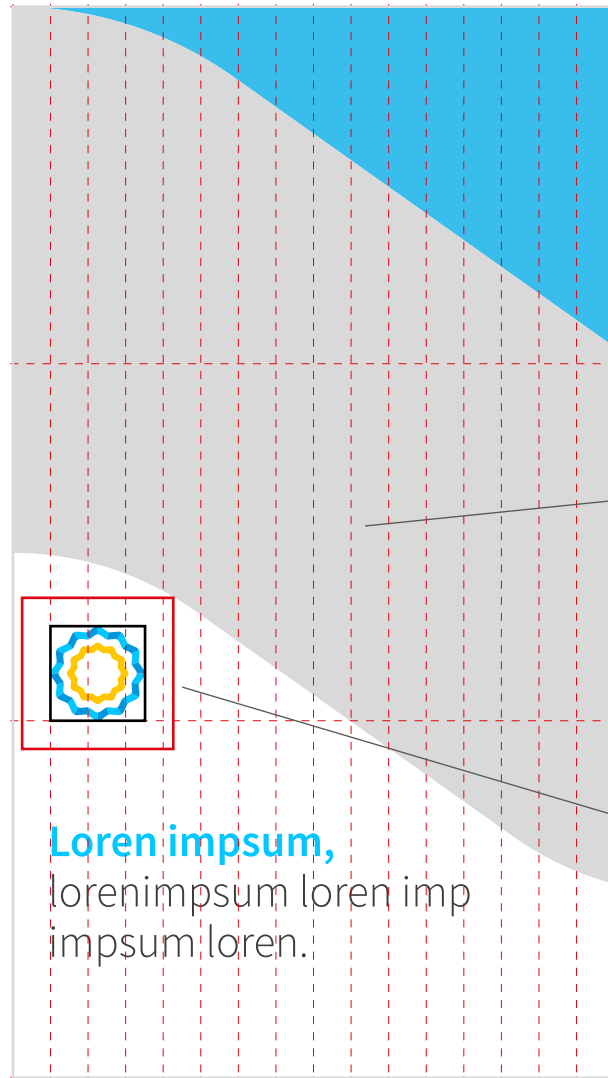
Ubicación:  
Alineado verticalmente con tangente  
de forma. Alineado horizontalmente  
al centro del 3 módulo.



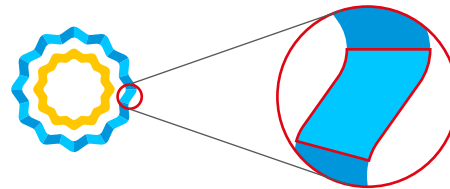
# 08

## Aplicaciones 8.2 Redes sociales

### PUBLICACIONES EN HISTORIAS



Contenedor:  
Módulo "distrito".



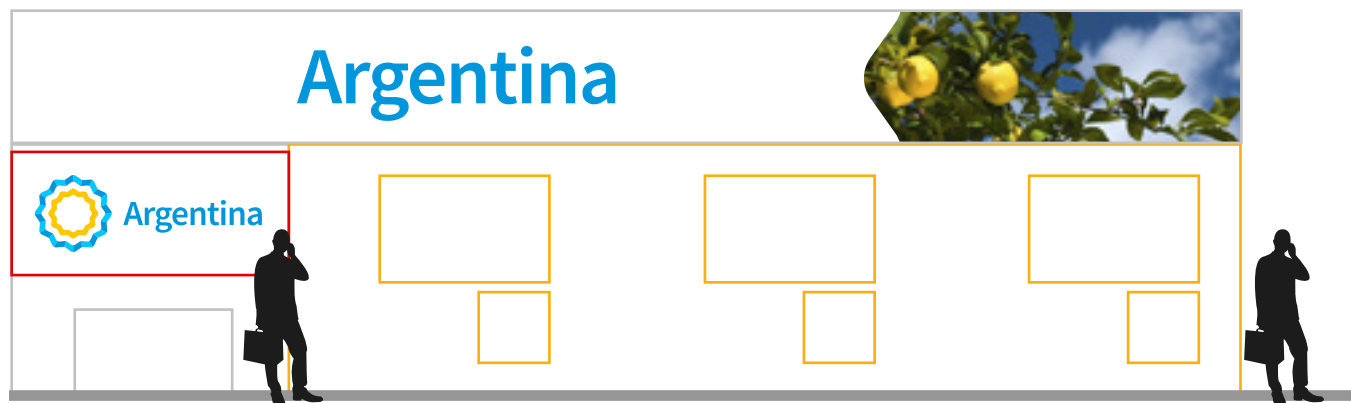
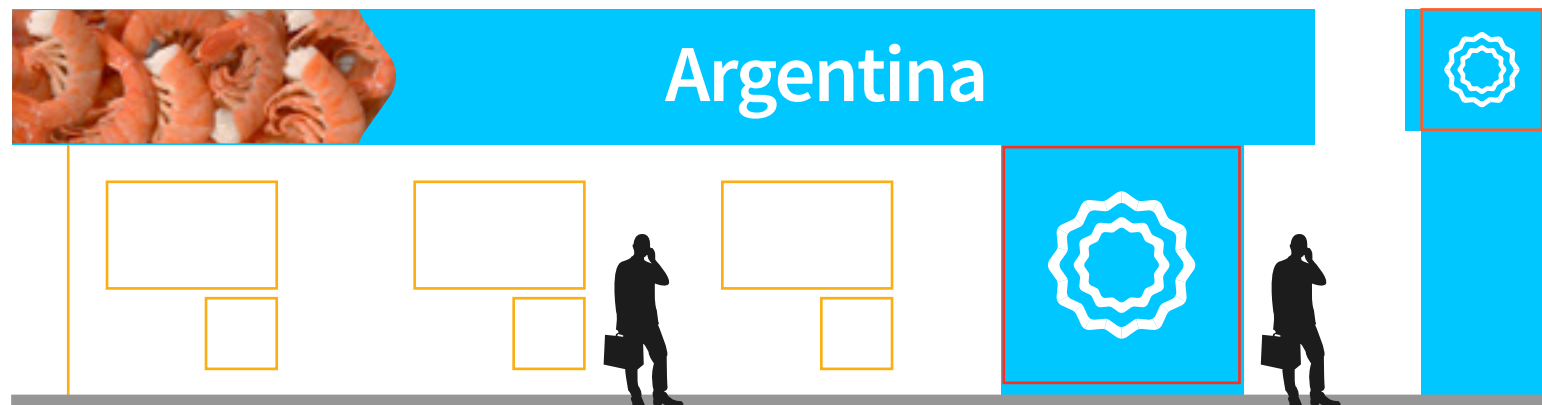
Isotipo:  
2 módulos y medio.  
Alineado a la izquierda,  
respetando el área de seguridad.



## 08

Aplicaciones  
8.3 Stands**PROMOCIÓN COMERCIAL**

Diagramación de cenefas de altura



Para cenefas de altura se privilegiará el MPA Celeste como color identificador primario y como segundo color el MPA Blanco, aplicando sobre esta segunda opción la marca en su versión color.

En caso de existir una punta de stand o esquina de superficie reducida se usará el isotipo.

Si las dimensiones del pabellón lo permiten, usar corpóreos en los espacios institucionales y comunes.



## 08

Aplicaciones  
8.3 Stands**PROMOCIÓN COMERCIAL**

Diagramación de cenefas de altura



Para cenefas de altura se privilegiará el MPA Celeste como color identificador primario y como segundo color el MPA Blanco, aplicando sobre esta segunda opción la marca en su versión color.

El isotipo se independiza de la palabra y se usa como marca de agua sobre imagen, en corpóreos aéreos o como muro marcario, según lo permita el espacio.

Para cenefas cortas aplicar el imagotipo teniendo siempre en cuenta la altura de cenefa y respetando el área de seguridad.

Frente de escritorio  
para uso de marcas  
institucionales.





## 08

Aplicaciones  
8.3 Stands

## PROMOCIÓN COMERCIAL

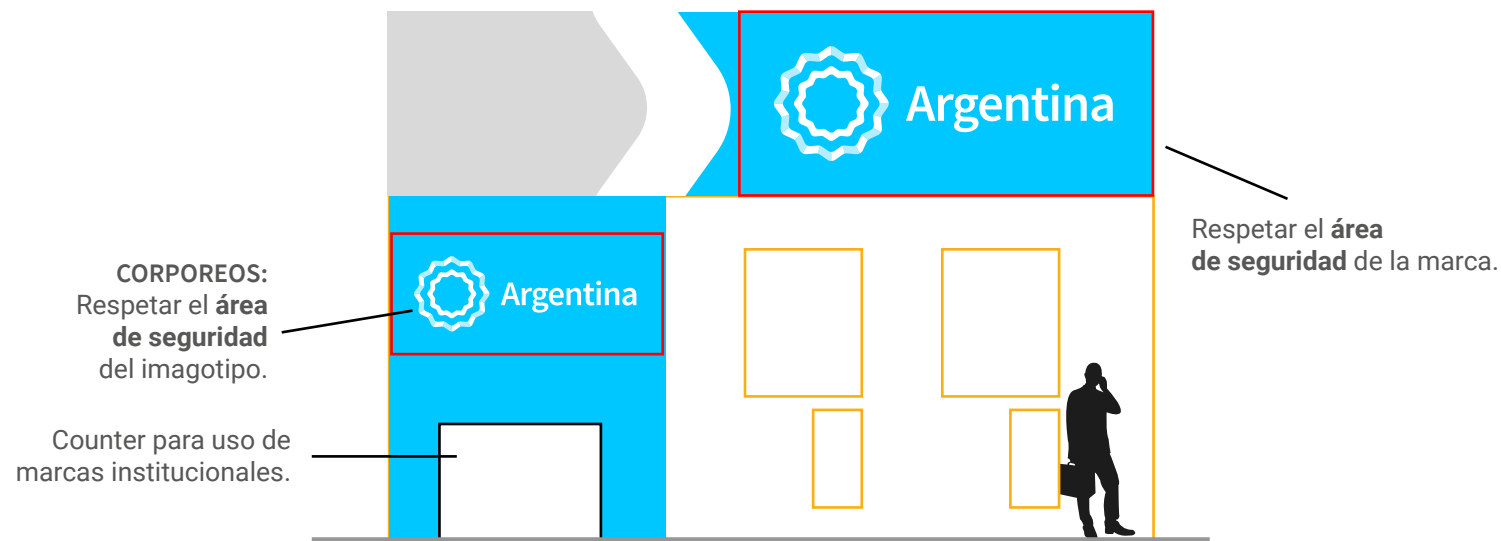
Diagramación de cenefas de altura



Respetar el **área de seguridad** del isotipo.

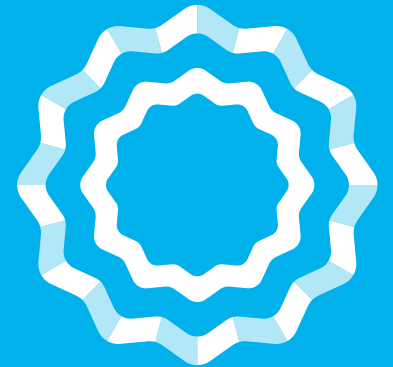
En las cenefas se aplicará el logotipo MPA tomando de referencia la caja de x cuya altura deberá ser igual a un tercio de la altura total.

El imagotipo podrá aplicarse desacoplado respetando la diagramación especificada, como marca de agua sobre imágenes, o sobre los fondos permitidos según el espacio disponible.



Counter para uso de marcas institucionales.

**Argentina**





República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional  
Las Malvinas son argentinas

**Hoja Adicional de Firmas**  
**Anexo**

**Número:**

**Referencia:** Manual de marca país

---

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 71 pagina/s.

Digitally signed by Gestion Documental Electronica  
Date: 2022.07.06 15:20:37 -03:00

Digitally signed by Gestion Documental  
Electronica  
Date: 2022.07.06 15:20:38 -03:00

## Propuesta A

DISEÑO, CONSTRUCCIÓN, DECORACIÓN, ARMADO Y GESTIÓN DE MEDIOS		
FERIA FITUR 2023 - RENGLÓN 1		
Todos los elementos deben estar totalmente instalados y funcionando. Se contemplan traslados, alquileres, etc. para todos los días de feria. Todos los impuestos deben estar incluidos en esta oferta.		
	FERIA/STAND: FITUR / Stands N°: 3E03	
	<b>SUPERFICIE STAND (m2): 407 + 80 segunda planta</b>	<b>PRECIO EN EUROS</b>
A.	DISEÑO CONCEPTUAL	
	SUBTOTAL A:	
B.	CONSTRUCCIÓN, DECORACIÓN y ARMADO	
B.1	Aspectos Generales	
B.1.a.	Sistema estructural	
B.1.b.	Solado	
B.1.c.	Banda decorativa visible del stand	
B.1.d.	Gráficas	
B.1.e.	Dispositivos para proyección de imágenes Full HD	
B.1.f.	Conexión a internet	
B.1.g.	Provisión de Regalos	
B.1.h.	Instalación eléctrica, iluminación, electricidad	
B.1.i.	Logística	
	SUBTOTAL B.1:	
B.2	Espacios del stand	
B.2.a.	Posiciones de trabajo	
B.2.b.	Espacio para la atención de destinos	
B.2.c.	Salas de reuniones	
B.2.d.	Espacio de livings y mesas altas	
B.2.e.	Espacio de capacitaciones/presentaciones	
B.2.f.	Sector depósito y sala técnica	
B.2.g.	Sala de prensa	
B.2.h.	Activaciones creativas inmersivas	
B.2.i.	Activaciones artísticas/ de entretenimiento (fin de semana)	
	SUBTOTAL B.2:	
B.3	Personal	
B.3.a.	Coordinador de la empresa constructora (representante)	
B.3.b.	Personal técnico	
B.3.c.	Personal de limpieza	
B.3.d.	Personal de atención	
	SUBTOTAL B.3:	
	<b>TOTAL PARCIAL B (SUBTOTAL B1 + SUBTOTAL B2)</b>	
C.	SERVICIOS FOTOGRAFIA, VIDEO Y PRENSA	
C.1	Fotografía y Videos	
C.1.a.	Fotos	
C.1.b.	Videos	
C.1.c.	Generación y entrega de todo el material en crudos	
	SUBTOTAL C.1:	
C.2	Prensa	
C.2.a.	Mínimo de 2 (DOS) entrevistas en medios de gran escala	
C.2.b.	Convocatoria de al menos 20 medios locales en conferencia de prensa	
C.2.c.	Envío de, al menos, 2 (DOS) gacetillas diarias	

C.2.d.	Realización y entrega de clipping final	
	SUBTOTAL C.2:	

	TOTAL RENGLON N° 1 (A+B1+B2+B3+C1+C2)	
LA OFERTA DEBE SER EXPRESADA EN NÚMEROS Y LETRAS.		
NÚMEROS:		
LETRAS:		
	PRECIO POR METRO CUADRADO: TOTAL PARCIAL B (Total Parcial B= B1 + B2) DIVIDIDO LA SUPERFICIE	
*El valor del metro cuadrado se debe calcular dividiendo el (Total Parcial B=B1 + B2) por la superficie del lote del stand		

## Propuesta B

DISEÑO, CONSTRUCCIÓN, DECORACIÓN, ARMADO Y GESTIÓN DE MEDIOS FERIA FITUR 2023 - RENGLÓN 1		
Todos los elementos deben estar totalmente instalados y funcionando. Se contemplan traslados, alquileres, etc. para todos los días de feria. Todos los impuestos deben estar incluidos en esta oferta.		
	FERIA/STAND: FITUR / Stands N°: 3E03	
	SUPERFICIE STAND (m2): 407 + 80 segunda planta	PRECIO EN EUROS
A.	DISEÑO CONCEPTUAL	
	SUBTOTAL A:	
B.	CONSTRUCCION, DECORACION y ARMADO	
B.1	Aspectos Generales	
B.1.a.	Sistema estructural	
B.1.b.	Solado	
B.1.c.	Banda decorativa visible del stand	
B.1.d.	Gráficas	
B.1.e.	Dispositivos para proyección de imágenes Full HD	
B.1.f.	Conexión a internet	
B.1.g.	Provisión de Regalos	
B.1.h.	Instalación eléctrica, iluminación, electricidad	
B.1.i.	Logística	
	SUBTOTAL B.1:	
B.2	Espacios del stand	
B.2.a.	Posiciones de trabajo	
B.2.b.	Espacio para la atención de destinos	
B.2.c.	Salas de reuniones	
B.2.d.	Espacio de livings y mesas altas	
B.2.e.	Sala de capacitaciones/presentaciones	
B.2.f.	Sector depósito y sala técnica	
B.2.g.	Sala de prensa	
B.2.h.	Activaciones creativas inmersivas	
B.2.i.	Activaciones artísticas/ de entretenimiento ( fin de semana)	
	SUBTOTAL B.2:	
B.3	Personal	
B.3.a.	Coordinador de la empresa constructora (representante)	
B.3.b.	Personal técnico	
B.3.c.	Personal de limpieza	

B.3.d.	Personal de atención	
	<b>SUBTOTAL B.3:</b>	
	<b>TOTAL PARCIAL B (SUBTOTAL B1 + SUBTOTAL B2)</b>	
C.	SERVICIOS FOTOGRAFIA, VIDEO Y PRENSA	
C.1	Fotografía y Videos	
C.1.a.	Fotos	
C.1.b.	Videos	
C.1.c.	Generación y entrega de todo el material en crudos	
	<b>SUBTOTAL C.1:</b>	
C.2	Prensa	
C.2.a.	Mínimo de 2 (DOS) entrevistas	
C.2.b.	Convocatoria de al menos 20 medios locales en conferencia de prensa	
C.2.c.	Envío de, al menos, 2 (DOS) gacetillas diarias	
C.2.d.	Realización y entrega de clipping final	
	<b>SUBTOTAL C.2:</b>	

	<b>TOTAL RENGLON N° 1 (A+B1+B2+B3+C1+C2)</b>	
LA OFERTA DEBE SER EXPRESADA EN NÚMEROS Y LETRAS.		
NÚMEROS:		
LETRAS:		
	<b>PRECIO POR METRO CUADRADO: TOTAL PARCIAL B (Total Parcial B= B1 + B2) DIVIDIDO LA SUPERFICIE</b>	
*El valor del metro cuadrado se debe calcular dividiendo el (Total Parcial B=B1 + B2) por la superficie del lote del stand		





República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional  
Las Malvinas son argentinas

**Hoja Adicional de Firmas**  
**Anexo**

**Número:**

**Referencia:** Planilla de cotización FITUR 2023

---

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 3 pagina/s.

Digitally signed by Gestion Documental Electronica  
Date: 2022.11.01 13:50:37 -03:00

Digitally signed by Gestion Documental  
Electronica  
Date: 2022.11.01 13:50:38 -03:00

2021

# Normas Generales de Participación de Certámenes Organizados por IFEMA MADRID

Décima Edición



# Índice

## CONDICIONES GENERALES DE ADMISIÓN Y CONTRATACIÓN EN CERTÁMENES

<b>ORGANIZADOS POR IFEMA</b> .....	4
1.- Definiciones .....	5
2.- Normas de Participación de la feria .....	5
3.- Solicitud de participación .....	5
4.- Aceptación de participación .....	5
5.- Adjudicación de espacios .....	5
6.- Pagos .....	6
7.- Renuncia del Expositor .....	6
8.- Servicios generales .....	6
9.- Catálogo de Servicios de IFEMA .....	6
10.- Acceso a Internet de Expositores: Zona de Expositores .....	7
11.- Elementos de promoción del Certamen .....	7
12.- Personal a cargo del Expositor: contratistas y subcontratistas .....	7
13.- Normativa sectorial de productos de exposición .....	8
14.- Cesión de espacio .....	8
15.- Cambio de fecha, desconvocatoria y suspensión .....	8
16.- Clausura de stand .....	8
17.- Inhabilitación para contratar .....	8
18.- Sugerencias y Reclamaciones .....	8
19.- Datos facilitados a IFEMA .....	8
20.- Normativa Legal Supletoria .....	11
21.- Ley aplicable y Fuero .....	11
<b>DISPOSICIÓN FINAL</b> .....	11

## REGLAMENTO GENERAL DE PARTICIPACIÓN DE EXPOSITORES EN CERTÁMENES

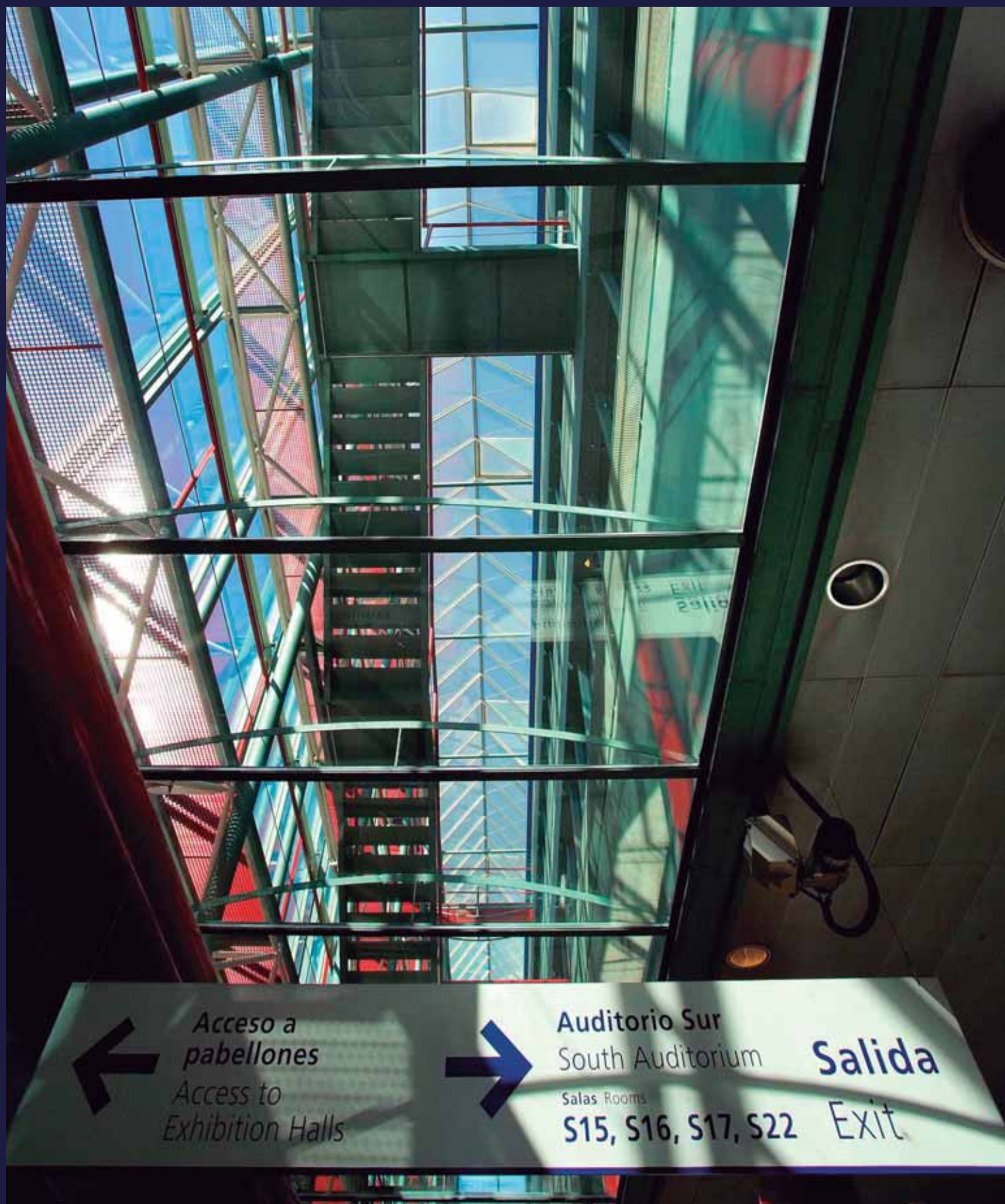
<b>ORGANIZADOS POR IFEMA</b> .....	12
<b>I.- DISPOSICIONES GENERALES</b> .....	13
1.- Ámbito de aplicación .....	13
2.- Accesos: horarios de entrada y salida de expositores .....	13
3.- Entrada y salida de objetos .....	13
4.- Cumplimiento de los trámites aduaneros en la administración española .....	13
5.- Atención del Stand/Materiales del Expositor/Publicidad .....	14
6.- Uso de máquinas y herramientas durante el Certamen .....	15
7.- Utilización de láser durante el Certamen .....	15
8.- Nivel máximo de sonido .....	15
9.- Catering y elaboración de alimentos .....	16
10.- Reportajes fotográficos y audiovisuales .....	17
11.- Rifas, tómbolas y combinaciones aleatorias .....	17
12.- Acceso de menores a ferias profesionales .....	18
13.- Propiedad Industrial .....	18
14.- Circulación y estacionamiento de vehículos durante el Certamen .....	18
<b>II.- NORMATIVA DE SEGURIDAD Y EMERGENCIAS</b> .....	18
<b>II.1.- NORMATIVA DE SEGURIDAD LABORAL-COORDINACIÓN DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES</b> .....	18
15.- Información general .....	18
<b>II.2.- NORMATIVA DE SEGURIDAD Y EMERGENCIAS</b> .....	19
16.- Actuación en Emergencias de Feria de Madrid .....	19
17.- No ocupación de pasillos y otros espacios. Embalajes .....	20

18.- Instalaciones fijas y móviles .....	20
19.- Prevención de incendios .....	20
20.- Vigilancia de áreas de exposición y pertenencias del Expositor .....	21
21.- Contratación de seguridad privada .....	21
<b>III.- NORMATIVA GENERAL DE MONTAJE DE INSTALACIÓN DE ESPACIOS .....</b>	<b>21</b>
22.- Características técnicas de los pabellones y espacios abiertos .....	21
23.- Periodos de montaje y desmontaje .....	21
24.- Acceso de vehículos, carga y descarga de mercancías en montaje y desmontaje .....	21
25.- Stands de diseño libre .....	22
26.- Normativa para colgar estructuras/rigging .....	24
27.- Elementos fuera del espacio adjudicado .....	24
28.- Actividades no permitidas de montaje e instalación de espacios .....	24
29.- Servicios suministrados desde canaletas/arquetas de servicios .....	25
30.- Agua y desagüe. Aire comprimido .....	25
31.- Normativa para la instalación de equipos de aire acondicionado .....	26
32.- Normativa para instalaciones de gas y otros elementos que utilicen combustibles .....	26
33.- Normativa para instalaciones de Wi-Fi .....	26
34.- Derechos de montaje .....	26
35.- Retirada de residuos y materiales de montaje y exposición .....	27
<b>IV.- NORMAS ESPECÍFICAS PARA INSTALACIONES ELÉCTRICAS .....</b>	<b>27</b>
36.- Generalidades .....	27
37.- Suministro eléctrico .....	28
38.- Conexión eléctrica .....	28
39.- Distribución eléctrica de los stands .....	28
40.- Instalación de rótulos luminosos .....	29
41.- Normas de utilización de la instalación .....	30

## ANEXOS

<b>ANEXO 1. INFORMACIÓN SOBRE RIESGOS Y MEDIDAS PREVENTIVAS EN ÁREAS DE EXPOSICIÓN DURANTE LAS FASES DE MONTAJE Y DESMONTAJE .....</b>	<b>31</b>
<b>INFORMACIÓN SOBRE MEDIDAS DE EMERGENCIA Y EVACUACIÓN EN LOS RECINTOS FERIALES, PLANO DE SITUACIÓN DE VÍAS DE EVACUACIÓN, SALIDAS DE EMERGENCIA, EQUIPAMIENTO CONTRA INCENDIOS E INSTALACIONES DE ATENCIÓN MÉDICA .....</b>	<b>32</b>
<b>CONCEPTOS GENERALES .....</b>	<b>33</b>
<b>ANEXO 2. DATOS TÉCNICOS DE PABELLONES Y ESPACIOS ABIERTOS .....</b>	<b>35</b>
<b>ANEXO 3. NORMATIVA DE ACCESO Y PERMANENCIA DE VEHÍCULOS PARA CARGA Y DESCARGA ...</b>	<b>37</b>
<b>PREMISA .....</b>	<b>38</b>
<b>OBJETIVO .....</b>	<b>38</b>
<b>PROCEDIMIENTO .....</b>	<b>38</b>
<b>TARIFAS .....</b>	<b>38</b>
<b>ALTERNATIVAS DE APARCAMIENTO .....</b>	<b>39</b>
<b>NORMATIVA Y RECOMENDACIONES DE USO DE LOS MONTACARGAS PABELLÓN 14.1 .....</b>	<b>39</b>
<b>ZONA DE APARCAMIENTO DE VEHÍCULOS EN PERÍODO DE MONTAJE/DESMONTAJE (MÁXIMO 3 500 KG.) .....</b>	<b>41</b>

# Condiciones Generales de Admisión y Contratación en Certámenes Organizados por IFEMA



*Acceso a  
pabellones  
Access to  
Exhibition Halls*



**Auditorio Sur**  
South Auditorium  
Salas Rooms

**S15, S16, S17, S22**

**Salida**

**Exit**



## 1.- Definiciones

En las presentes Condiciones Generales de Admisión y Contratación en Certámenes organizados por IFEMA, el término «**Certamen**» se refiere a la manifestación ferial. El término «**Expositor**» incluye cualquier persona física o jurídica, que cuente con espacio en el Certamen. El término «**Dirección**» designa al Departamento correspondiente de IFEMA-Institución Ferial de Madrid, Entidad organizadora del Certamen. El término «**Feria de Madrid**» hace referencia al recinto propiedad de IFEMA en el que tienen lugar los Certámenes a los que aplica la presente normativa. El término «**NORMATIVA DE PARTICIPACIÓN**» hace referencia a la normativa que conforma el material de contratación del Expositor: las presentes NORMAS GENERALES DE PARTICIPACIÓN DE IFEMA integradas por las CONDICIONES GENERALES DE ADMISIÓN Y CONTRATACIÓN EN CERTÁMENES ORGANIZADOS POR IFEMA y el REGLAMENTO GENERAL DE PARTICIPACIÓN DE EXPOSITORES; así como los Anexos Técnicos a la citada Normativa General todos ellos a su disposición, en todo momento, en el espacio de expositores de la web institucional, y en web de cada certamen.

## 2.- Normas de Participación de la feria

La solicitud de participación como Expositor en una feria organizada por IFEMA comporta la total aceptación de la presente Normativa de Participación así como, en su caso, las disposiciones establecidas por la Organización de cada Feria en su Normativa Específica.

## 3.- Solicitud de participación

Podrán solicitar su participación en el Certamen todas aquellas empresas cuyas actividades se consideren incluidas en los sectores y productos objeto de la manifestación ferial.

La solicitud de espacio de exposición deberá formalizarse a través de la cumplimentación del material de contratación específico del Certamen ajustándose a los términos, condiciones, tarifas, formas de pago y plazos que figuran en el mismo.

Con la solicitud de participación en la feria, el Expositor acepta que su participación tiene lugar a su propio riesgo y ventura no devengando derecho a indemnización alguna en el caso de no cumplirse las expectativas de negocio del Expositor o de la Organización.

## 4.- Aceptación de la solicitud de participación

IFEMA acusará recibo de las solicitudes de participación realizadas.

La aceptación definitiva de la participación queda reservada a IFEMA, que podrá rechazar motivadamente aquellas solicitudes que no se consideren incluidas en los sectores y productos objeto de la manifestación ferial y, por tanto, no se ajusten a las finalidades de la misma. También podrá ser motivo de rechazo de la solicitud la falta de espacio y/o la presentación de la misma fuera de los plazos establecidos. IFEMA comunicará por escrito esta circunstancia a los solicitantes.

Si la solicitud no pudiera ser admitida, IFEMA procederá a la devolución de la cantidad ingresada sin que el solicitante tenga derecho a indemnización alguna.

## 5.- Adjudicación de espacios

La adjudicación de espacios se realizará en la forma indicada en las Normas Específicas del Certamen.

La Dirección del Certamen podrá alterar los espacios asignados o realizar alteraciones en la distribución de los pabellones por razones de organización.

Salvo en aquellos casos en que las Normas Específicas del Certamen indiquen lo contrario, el Expositor no tendrá derechos adquiridos sobre el espacio de exposición que haya ocupado, en su caso, en la última edición celebrada, siendo competencia exclusiva de IFEMA la distribución de espacios en las ferias, de acuerdo con las circunstancias de cada Certamen.

La Dirección podrá autorizar stands de dos pisos, previa presentación y aprobación del proyecto, con las características que se determinen en las Normas Específicas del Certamen y en el Reglamento General de Participación de Expositores en certámenes organizados por IFEMA.



## **6.- Pagos**

Los abonos a IFEMA por los servicios contratados se realizarán a la presentación de los cargos, ajustándose a las formas de pago que figuran en la Normativa de Contratación de IFEMA. En ningún caso podrán condicionarse los pagos citados al acceso de IFEMA a plataformas del Expositor, cumplimentación de sus formularios de datos o aceptación de clausulados estandarizados del mismo.

En el caso de que la empresa expositora designe otra entidad para efectuar cualquiera de los pagos relativos a su participación, deberá suministrar todos los datos necesarios de facturación. Si la entidad designada no se hiciese cargo de los citados pagos en los plazos previstos, la empresa expositora hará frente a los mismos a simple solicitud de IFEMA.

En el caso de impago de cualquiera de los conceptos reflejados en el material de contratación, en los plazos establecidos, el Expositor perderá todos los derechos sobre el espacio reservado, pasando dicho espacio a disposición de la Dirección del Certamen, que podrá ofertarlo a otras empresas.

En todo caso, no se autorizará la ocupación de espacio de exposición ni, en su caso, el montaje del stand contratado a IFEMA, mientras no se haya abonado la totalidad del precio del mismo, así como el importe de los servicios contratados y, en el caso de contratar stands de diseño libre, se hayan liquidado los correspondientes derechos de montaje.

## **7.- Renuncia del Expositor**

La renuncia del Expositor a su participación en el Certamen es motivo de extinción de la relación contractual entre IFEMA y el Expositor, a todos los efectos y con pérdida de las cantidades que resultasen devengadas por IFEMA en el momento en que se comunique la misma. La renuncia deberá realizarse de forma expresa, por escrito dirigido a la Dirección del Certamen.

A efectos del párrafo anterior constituyen cantidades devengadas aquellas que el Expositor debería haber abonado a IFEMA en el momento de realizar la citada renuncia, de acuerdo con el calendario de plazos de pago reflejado en la «Solicitud de Participación» o «Formulario de Contratación» del certamen contratado.

Si la renuncia hubiese sido comunicada a la Dirección del Certamen dentro de los treinta días anteriores a la inauguración del mismo, le podrá ser exigido por IFEMA el pago íntegro del espacio contratado.

En relación con los servicios ofrecidos en el Catálogo de Servicios de IFEMA que el Expositor hubiese contratado con anterioridad a la comunicación de la renuncia, serán de aplicación los cargos por anulación establecidos en el artículo 9 de las presentes Condiciones Generales de Admisión y Contratación en Certámenes Organizados por IFEMA.

## **8.- Servicios generales**

El hecho de ser Expositor implica la contratación de los Servicios Generales indicados en el material de contratación de espacio del Certamen.

## **9.- Catálogo de Servicios de IFEMA**

El Catálogo de Servicios de IFEMA, en sus distintos soportes, incluye los servicios facilitados por IFEMA que pueden ser contratados por el Expositor, así como sus tarifas y condiciones de contratación. La contratación de servicios se debe realizar a través de dicho Catálogo de Servicios. Sin embargo, los planos de montaje de los stands enviados a IFEMA, en los cuales se incluyan complementos o servicios que no estén contratados, se considerarán como contratación en firme y se facturarán conforme a las tarifas vigentes.

El plazo límite para proceder a la contratación de todos los servicios termina un mes antes de la fecha de inicio del montaje del Certamen. IFEMA se reserva el derecho de rechazar las peticiones de servicios solicitados tras esta fecha.

En el caso de aceptar la prestación de servicios solicitados en los siete (7) días anteriores al inicio del montaje, durante el montaje o la celebración del Certamen, IFEMA aplicará un cargo del 25% sobre la tarifa establecida en concepto de «Servicios de Última Hora».

Se podrá anular un servicio dentro de los quince días anteriores al inicio del montaje o durante el montaje con abono del 40% de la tarifa correspondiente. En el caso de que se anule un servicio ya prestado deberá abonarse el 100% del coste del mismo salvo en el caso de traslados de instalaciones: servicios de comunicaciones, agua y desagüe, aire comprimido etc., en que se aplicará una Tarifa de Traslado cuyo coste está reflejado en el **Cuadro de Tarifas**.

En relación con el servicio de **Diseño de Stand** ofrecido en el Catálogo de Servicios de IFEMA no se admite la anulación del mismo estando el Expositor obligado al pago total del importe del citado stand en los plazos establecidos al efecto.

En el Catálogo de Servicios de IFEMA puede consultar además los Servicios para Expositores ofrecidos, en su caso, por empresas colaboradoras de IFEMA con información relativa a los servicios ofertados y sus datos de contacto a fin de completar la oferta de servicios disponibles para aquellos Expositores que los soliciten. La contratación de estos servicios se realiza directamente entre el Expositor y la empresa colaboradora.

## 10.- Acceso a Internet de Expositores: Zona de Expositores

El Expositor de IFEMA dispone de una «**Zona de Expositores**» personalizada en Internet: Esta zona consiste en un conjunto de servicios habilitados al Expositor a los que se puede acceder desde la web institucional o a través de la página Web del Certamen.

IFEMA facilita el acceso a «**Zona de Expositores**» mediante usuario y contraseña. Si el Expositor ya lo ha sido anteriormente, deberá utilizar el usuario y contraseña que se le remitió en anteriores ediciones. Si no conserva sus claves, puede contactar con LINEA IFEMA para su obtención. Si no ha expuesto anteriormente, IFEMA le comunicará el usuario y contraseña una vez adjudicado su stand.

La información ofrecida en «**Zona de Expositores**» y las claves de acceso son de carácter confidencial. Es responsabilidad de los Expositores evitar el uso indebido por terceros, declinando IFEMA cualquier responsabilidad al respecto.

## 11.- Elementos de promoción del Certamen

Los Certámenes podrán editar, en los diversos elementos de promoción, la relación de productos, marcas, logotipos y publicidad de los Expositores confirmados hasta el cierre de edición de cada elemento. El tipo de elemento, el precio, las características técnicas y los plazos de entrega de datos y órdenes de publicidad vendrán especificados para cada Certamen. Los Expositores son los únicos responsables de la corrección de los datos suministrados. IFEMA podrá modificar la redacción de los mismos para adaptarlos al sistema establecido para cada elemento.

Los datos se insertarán en el elemento promocional contratado. IFEMA podrá editar el citado elemento en distintos soportes: formato impreso y formatos electrónicos para su distribución entre los interesados e incluirlo en la web del Certamen y en los puntos de información para el visitante.

Los datos facilitados para su inserción en los elementos promocionales han de ser de carácter profesional y serán tratados por IFEMA con la finalidad indicada. Los derechos de acceso, rectificación, oposición, supresión, portabilidad y limitación al tratamiento de sus datos remitiendo un email dirigido a IFEMA: **protecciondedatos@ifema.es** indicando en el asunto: «CATÁLOGOS». Los derechos de rectificación y supresión sólo podrán ejercerse en la publicación de la página web, pero no en las ediciones no interactivas, tales como libros o soportes electrónicos estables.

Es de la exclusiva responsabilidad del Expositor, contar con la autorización necesaria para la publicación, en el elemento promocional de que se trate, de los datos de su empresa y, en su caso, de los datos de terceros tales como coexpositores, firmas representadas, etc.

## 12.- Personal a cargo del Expositor: contratistas y subcontratistas

En ningún momento existirá relación laboral alguna entre IFEMA y el personal que el Expositor y/o las empresas que intervengan en el montaje de su stand, en calidad de contratistas y/o subcontratistas, desplacen a Feria de Madrid para llevar a cabo cualesquiera de los trabajos que dan contenido a su contrato, ni directa ni subsidiariamente, siendo por cuenta del Expositor, sus contratistas y/o subcontratistas, la totalidad de sus salarios, sus cotizaciones

a la Seguridad Social, retenciones y declaraciones, liquidaciones de impuestos y todas las obligaciones dimanantes del contrato de trabajo o de cualquier otro tipo de contrato, quedando facultada IFEMA para exigir la presentación de los documentos acreditativos de estar al corriente en el pago de las mismas.

Asimismo, el Expositor se compromete a cumplir y a hacer cumplir a sus contratistas y/o subcontratistas la legislación vigente en materia de prevención de riesgos laborales que sea de aplicación a los trabajos por él desarrollados o en su caso, contratados o subcontratados así como la normativa interna de IFEMA al respecto.

Las empresas que realicen trabajos para los Expositores o sus contratistas deberán tener asegurada la Responsabilidad Civil que pueda derivarse de su actuación.

### **13.- Normativa sectorial de productos de exposición**

El Expositor se compromete a exponer, ofrecer o comercializar exclusivamente productos y servicios que cumplan íntegramente la normativa legal aplicable a los mismos.

### **14.- Cesión de espacio**

No está permitida la cesión parcial o total del stand ni de los derechos adquiridos por el contrato de exposición a terceros, ni se admitirá la ocupación del espacio por varios co-Expositores, salvo previa autorización escrita de la Dirección del Certamen en cada caso específico.

### **15.- Cambio de fecha, desconvocatoria y suspensión**

Si IFEMA hubiera de **(i)** desconvocar el Certamen, **(ii)** cancelar a los expositores espacios contratados por éstos o reducir su superficie por causa de fuerza mayor, **(iii)** modificar la fecha de celebración del mismo o **(iv)** suspender el certamen –temporal o definitivamente, parcial o totalmente–, se devolverá a los Expositores las cantidades entregadas, sin que éstos tengan derecho a indemnización alguna por los citados conceptos.

### **16.- Clausura de stand**

IFEMA podrá clausurar un stand durante el periodo de montaje o celebración del Certamen en caso de incumplimiento por parte del Expositor de la Normativa de Participación establecida o en ejecución de una orden judicial que así lo indique, sin que exista ninguna obligación por parte de IFEMA de conceder a aquél indemnización alguna ni reintegro de las cantidades abonadas por su participación.

### **17.- Inhabilitación para contratar**

Estarán inhabilitados para contratar con IFEMA o para concurrir a cualquier Certamen que ésta organice o se celebre en sus instalaciones los que incumplan la Normativa de Participación de IFEMA, así como los que cometan actos contrarios a la ley, la moral o las buenas costumbres, o que atenten contra la seguridad de las personas, instalaciones y bienes, o que transgredan el decoro del Certamen, o menoscaben el prestigio o la buena imagen de IFEMA. Ésta evaluará y determinará, en su caso, el periodo de tiempo que haya de durar la inhabilitación que no podrá exceder de cinco años.

### **18.- Sugerencias y Reclamaciones a IFEMA**

Con el ánimo de atender adecuadamente a los Expositores, Organizadores y Participantes, cualquier sugerencia o reclamación a IFEMA en relación con los servicios que presta, deberá comunicarse por escrito, preferentemente el mismo día en que se produzcan los incidentes; para ello dispone de los formularios correspondientes en el espacio del Portal de Transparencia de la web institucional.

### **19.- Datos facilitados a IFEMA**

#### **19.1.- Información respecto al tratamiento de sus datos personales**

Los datos que, en su caso, facilite como Expositor del Evento o Certamen serán tratados por IFEMA, con domicilio en Avda. del Partenón, 5, 28042 Madrid, con la finalidad de (i) gestionar su relación contractual con IFEMA y su condición de Expositor del mismo, (ii) envío de información por medios electrónicos o equivalentes sobre actividades, eventos y servicios de IFEMA y contenidos de sus patrocinadores y de terceras empresas relacionadas

con las ferias, y (iii) mostrar publicidad personalizada en el entorno online. La legitimación del tratamiento es su consentimiento expreso y el interés legítimo de IFEMA.

De acuerdo con su condición de Expositor, sus datos profesionales (denominación social o nombre comercial, dirección postal y/o electrónica, núm. de teléfono y fax y persona de contacto) podrán ser facilitados con obligación de confidencialidad, a las empresas auxiliares necesarias para la organización de la feria prestando los servicios contratados y atender sus encargos. Asimismo, sus datos se podrán comunicar a empresas colaboradoras (puede consultarlas en **ifema.es**) y a plataformas digitales para mostrar publicidad personalizada. Exceptuando los casos citados, los datos personales recabados no serán cedidos a terceros, salvo requerimiento por parte de las autoridades públicas o en cumplimiento de una obligación legal.

Puede ejercer sus derechos de acceso, rectificación, supresión, oposición, portabilidad y limitación al tratamiento de sus datos personales mediante su solicitud dirigida a Protección de Datos a la dirección arriba indicada o bien por email a **protecciondedatos@ifema.es** indicando en ambos casos en el asunto: "Expositor y feria" y nombre y núm. DNI del remitente.

Ayúdenos a mantener los datos actualizados comunicándonos cualquier modificación en los mismos. Puede contactar con el delegado de Protección de Datos en **protecciondedatos@ifema.es**, recabar la tutela de la AEPD a través de su página web y consultar nuestra política de privacidad en **ifema.es**

## 19.2.- Regulación del encargo de tratamiento

### 19.2.1.- Acceso a datos de los expositores por parte de IFEMA

Para la correcta ejecución de las obligaciones contractuales de ambas partes, puede ser necesario que el Expositor facilite datos personales a IFEMA a título enunciativo, por ejemplo: i) de su personal autorizado (incluso de sus contratistas y empresas colaboradoras) para prestar servicios vinculados a su participación en el certamen como expositor o situación asimilada incluida la emisión, en su caso, de pases y/o acreditaciones, ii) para constatar el cumplimiento de los procedimientos de coordinación de actividades empresariales, iii) para control de accesos en general de asistentes o invitados, 4) en su caso, cualesquiera otros tratamientos que consten detallados en la presente normativa y siempre en el marco de su participación en la feria o evento.

En esas circunstancias, los datos personales facilitados por el Expositor, serán tratados por IFEMA como Encargado del tratamiento con las finalidades indicadas. La base jurídica para el tratamiento reside en la existencia de una relación contractual, el interés legítimo de Ifema de preservar la seguridad de sus instalaciones y el cumplimiento de las disposiciones legales vigentes.

Los datos se conservarán mientras sean necesarios para el cumplimiento de esos fines. Sus datos no serán cedidos a terceros, salvo requerimiento de las Administraciones Públicas, en cumplimiento de una obligación legal.

Cada empleado, en su caso, podrá ejercer sus derechos de acceso, rectificación, supresión, oposición, portabilidad y limitación al tratamiento de sus datos mediante solicitud dirigida a Avda. del Partenón, 5 – 28042 Madrid, o a **protecciondedatos@ifema.es** indicando en el asunto: "Ejercicio Derechos Personal empresa expositora (indicar denominación social de la empresa) " y nombre y núm. DNI del remitente.

Asimismo, podrá recabar la tutela de la AEPD y ampliar la información sobre privacidad en la web institucional.

En el caso de solicitarse la supresión de los datos del personal del Expositor cuyo acceso sea autorizado con pase o acreditación, ello conlleva la devolución de la misma y la retirada de la autorización para acceder y/o prestar servicios en el recinto.

### 19.2.2.- Obligaciones del Encargado

- a. Tratar los datos de acuerdo con las instrucciones del Responsable, cumplir con la normativa vigente protectora de datos personales que resulte de aplicación en cada caso y adoptar todas las medidas de seguridad procedentes.
- b. Llevar, por escrito, un registro de todas las categorías de actividades de tratamiento efectuadas por cuenta del Responsable.
- c. No comunicar los datos a terceros, salvo que cuente con la autorización expresa del Responsable, que dicha

comunicación resulte necesaria para la ejecución de los servicios, que exista una obligación legal o por razones de interés público.

- d. Subcontratación: En caso de resultar necesaria la utilización de servicios auxiliares para el funcionamiento de alguno de los servicios encargados que conlleve el tratamiento de datos personales de acuerdo con las previsiones del presente contrato y su condición de expositor en los recintos de IFEMA, se autoriza la subcontratación entendiendo que el subencargado tendrá, asimismo, la condición de encargado del tratamiento y estará obligado igualmente a cumplir estas obligaciones y las instrucciones que dicte el Responsable. Corresponde al Encargado regular la nueva relación, de forma que el subencargado quede sujeto a las mismas condiciones (instrucciones, obligaciones, medidas de seguridad...) y con los mismos requisitos formales que él, en lo referente al adecuado tratamiento de los datos personales y a la garantía de los derechos de las personas afectadas. En el caso de incumplimiento por parte del subencargado, el Encargado seguirá siendo plenamente responsable ante el Responsable en lo referente al cumplimiento de las obligaciones susodichas.
- e. Mantener el deber de secreto respecto a los datos de carácter personal a los que haya tenido acceso en virtud del presente contrato, incluso después de que finalice su objeto.
- f. Garantizar que las personas autorizadas para tratar datos personales se comprometan, de forma expresa y por escrito, a respetar la confidencialidad y a cumplir las medidas de seguridad correspondientes, de las que hay que informarles convenientemente, así como garantizar su formación necesaria en materia de protección de datos.
- g. Asistir al Responsable en la respuesta al ejercicio de los derechos por los interesados. Cuando las personas afectadas ejerzan sus derechos ante el Encargado, éste deberá comunicarlo de forma inmediata al Responsable y en un plazo no superior a 72 horas.
- h. El Encargado notificará al Responsable, en un plazo máximo de 24 horas, las violaciones de la seguridad de los datos personales a su cargo de las que tenga conocimiento, junto con toda la información relevante para la documentación y comunicación de la incidencia.
- i. Ofrecer al Responsable las garantías suficientes y apropiadas en orden a la correcta aplicación de las medidas técnicas y organizativas que permitan cumplir los requisitos de la vigente normativa española y del RGPD, incluyendo las medidas de seguridad procedentes.
- j. Tratar la información o datos que le sean proporcionados con las debidas condiciones de seguridad que resulten pertinentes en cada caso **conforme a lo dispuesto en el artículo 32 del RGPD**.
- k. Suprimir o devolver, a elección del Responsable, todos los datos personales una vez finalice la prestación de los servicios de tratamiento, y suprimir todas las copias existentes a menos que se requiera la conservación de dichos datos en virtud de una norma imperativa.
- l. Poner a disposición del Responsable toda la información necesaria para demostrar el cumplimiento de las obligaciones aquí contraídas, así como para permitir y contribuir a la realización de auditorías, incluidas inspecciones, por parte del Responsable o de otro auditor autorizado por este.

#### 19.2.3.- Obligaciones del Responsable respecto al tratamiento de datos personales

- a. Indicar al Encargado las medidas de seguridad técnicas y organizativas precisas para el cumplimiento de la obligación prevista en la cláusula j anterior. A este efecto se indica que se cumplirán las medidas indicadas en el artículo 32 RGPD.
- b. Colaborar con el Encargado en aquellas obligaciones previstas en este contrato que exijan dicha colaboración;
- c. Dar a conocer al Encargado los resultados de la evaluación de impacto que se lleve a cabo en relación con el tratamiento de datos por el Responsable.
- d. Facilitar el derecho de información en el momento de la recogida de los datos.

## 20.- Normativa Legal

Las disposiciones legales citadas en la presente normativa son las vigentes en el momento redacción de la presente

edición de las Normas de Participación de IFEMA. En el caso de alguna de las citadas disposiciones hubiera sufrido alguna modificación posterior, la referencia legal habrá de entenderse realizada, en todo caso, a la disposición vigente en el momento de su aplicación.

Para los extremos no previstos en estas Normas, serán de aplicación las disposiciones pertinentes de orden sustantivo reguladoras de la actividad.

## **21.- Ley aplicable y Fuero**

Estas Normas y sus Anexos, junto con cualesquiera enmiendas, modificaciones y suplementos, y los derechos de las Partes con arreglo a los mismos, se regularán y se interpretarán con arreglo al ordenamiento jurídico español.

Las Partes acuerdan someter a la jurisdicción y competencia de los Juzgados y Tribunales de Madrid Capital la resolución de cualquier disputa que surja o pudiera surgir como consecuencia de la validez, eficacia, interpretación, cumplimiento y ejecución de este Contrato, con renuncia a cualquier otro fuero propio que pudiera corresponderles.

## **DISPOSICIONES FINALES**

**Primera.-** La Normativa de Participación es de obligado cumplimiento tanto para los Expositores de los Certámenes que se celebren en Feria de Madrid como para las empresas que éstos contraten o subcontraten y para cualesquiera empresas colaboradoras que, como consecuencia de la celebración del Certamen, desarrollen trabajos o servicios por cuenta del Expositor. En consecuencia, el Expositor se compromete a trasladar a las citadas empresas contratadas o subcontratadas o colaboradoras, la Normativa de Participación en la medida en que, por los trabajos encomendados por éste a desarrollar en el Recinto Ferial, les puedan afectar.

**Segunda.-** En caso de discrepancias en cuanto a la interpretación de las Normas, prevalecerá la versión española sobre versiones realizadas en otros idiomas.

**Tercera.-** Las disposiciones legales citadas en la presente normativa son las vigentes en el momento redacción de la presente edición de las Normas de Participación de IFEMA. En el caso de alguna de las citadas disposiciones hubiera sufrido alguna modificación posterior, la referencia legal habrá de entenderse realizada, en todo caso, a la disposición vigente en el momento de su aplicación.



# Reglamento General de Participación de Expositores en Certámenes Organizados por IFEMA



## **I.- DISPOSICIONES GENERALES**

### **1.- Ámbito de aplicación**

El presente Reglamento General de Participación de Expositores en Certámenes es de aplicación a todos los certámenes organizados por IFEMA, si bien podrá ser expresamente modificado, en aspectos concretos, por las Normas Específicas de un Certamen cuando el mismo presente características que así lo aconsejen.

### **2.- Accesos: horarios de entrada y salida de expositores**

El acceso a Feria de Madrid y a los pabellones se realizará por las puertas que en cada caso indique IFEMA.

Salvo que las Normas Específicas del Certamen indiquen lo contrario, los Expositores acreditados por IFEMA podrán acceder al pabellón desde treinta minutos antes de la hora prevista para su apertura, y no podrán permanecer en el mismo más allá de treinta minutos después del cierre.

### **3.- Entrada y salida de objetos**

No se permitirá la ocupación del espacio, montaje del stand ni entrada de mercancías, si no se tiene autorización de entrada emitida por IFEMA.

Para la entrada/salida de materiales, objetos y material de decoración durante los periodos de montaje y desmontaje del Certamen, cada Expositor deberá atenerse a los horarios que se marquen para ello en las Normas Específicas.

Se considerará abandonado y será retirado por IFEMA, cualquier material, objeto o producto que permanezca en el pabellón una vez concluidos los horarios asignados para su retirada en las condiciones y con las tarifas establecidas.

Para la entrada/salida de mercancía durante la celebración del Certamen, cada Expositor deberá solicitar un permiso individualizado de IFEMA, debiendo atenerse a los horarios que se marquen en el mismo.

En aquellas ferias en que se permita la venta directa con retirada de mercancía expuesta, el Expositor deberá autorizar la salida de las mercancías vendidas mediante la expedición y entrega al adquirente del documento correspondiente.

Para la retirada de mercancía y materiales, finalizado el Certamen, será necesario tener la autorización de salida de IFEMA que se emitirá una vez abonados por el Expositor los gastos producidos durante el certamen.

### **4.- Cumplimiento de los trámites aduaneros en la administración española**

La introducción en la Unión Europea de todo tipo de mercancía está sujeta a formalidades. En caso de que esta mercancía sea destinada a su exposición en una feria, se considera, a todos los efectos, mercancía destinada a una finalidad comercial. Esta circunstancia es independiente de que la entidad autorizada para exponer esté o no establecida en la Unión Europea.

De este modo, las instrucciones que se establecen a continuación deben cumplirse respecto de toda la mercancía destinada a su exposición, cuando dicha mercancía vaya a ser trasladada desde un territorio que no sea considerado Territorio Aduanero de la Unión Europea.

Los expositores que tengan dudas sobre si la mercancía que van a exponer procede o no de estos territorios, deberá consultarlo expresamente en la primera aduana de entrada en la Unión Europea. Los expositores deberán considerar mercancía, a estos efectos, no solo los objetos o artículos que vaya a exponer sino también, cualquier tipo de catálogos, muestras o material publicitario.

En el momento de la primera introducción de mercancía en la Unión Europea, debe presentarla en una aduana y formalizar las declaraciones pertinentes.

En caso de que no conozca los trámites a realizar puede solicitar información de la autoridad aduanera correspondiente.

Estos trámites deberán cumplirse independientemente del modo de transporte de la mercancía, de modo que, deberá proceder a declarar en la aduana también, la mercancía trasladada como equipaje de viajeros.

Una vez que la mercancía haya llegado a España y, en todo caso, con anterioridad a que la misma sea descargada en el stand del expositor correspondiente, deberá disponer del documento «Levante de declaración de importación temporal» o «Levante de declaración de despacho a consumo».

Esta documentación deberá de permanecer en el poder del representante de la empresa en el stand, junto con la mercancía que dicha declaración ampare, para así estar disponible en todo momento en caso de que la Aduana o el Resguardo Fiscal la requiera.

Existen dos posibilidades de declaración de la mercancía dependiendo de la finalidad de la misma:

- En caso de que la mercancía expuesta vaya a ser entregada a título gratuito como material publicitario, para su exposición deberá disponer del documento «Levante de declaración de despacho a libre práctica y a consumo», en cuyo caso deberá declarar el valor de la mercancía y abonar la liquidación del impuesto sobre el valor añadido correspondiente a la citada mercancía cuyo tipo máximo es el 21%, así como los aranceles propios de la naturaleza de la mercancía importada.
- En caso de que la mercancía se importe con la única finalidad de su exposición temporal y con la intención de que la misma sea reexportada una vez finalizada la feria, el documento necesario para exponer será el «Levante de declaración de importación temporal». En caso de que el documento que le habilite a la exposición en la feria sea el «Levante de declaración de importación temporal», una vez finalizada la feria y, necesariamente antes de que la mercancía se retire de los expositores autorizados, deberá procederse la ultimación de la importación temporal ante la autoridad aduanera que corresponda. Los trámites aduaneros a que se ha hecho referencia podrán realizarse por el interesado directamente o bien, mediante un representante aduanero para que realice las actuaciones pertinentes ante la aduana.

No obstante, es aconsejable la contratación de un servicio profesional para el tránsito de las mercancías con compañías identificadas como Agentes de Aduanas que les permita realizar las importaciones temporales o definitivas, aportando su aval a efectos de garantizar el pago de la deuda aduanera y fiscal, utilizando su número de Identificación Fiscal. IFEMA ofrece sus clientes un servicio de importación temporal de las mercancías que vayan a exponerse en las ferias y congresos, realizando las gestiones a través de la empresa seleccionada al efecto, habilitada para realizar las gestiones en nombre de IFEMA MADRID y que dispone de oficinas en el Recinto Ferial.

En caso de que requiera alguna aclaración al respecto, puede ponerse en contacto con la Aduana de Madrid-Barajas (e-mail: [adu.madridbarajas@correo.aeat.es](mailto:adu.madridbarajas@correo.aeat.es) – Tel.: 91 746 70 11).

## **5.- Atención del Stand/Materiales del Expositor/Publicidad**

5.1.- El stand deberá estar permanentemente atendido por personal a cargo del Expositor durante todo el periodo de celebración. Los objetos y productos expuestos permanecerán en el interior del stand durante toda la celebración, salvo que las Normas Específicas del Certamen autoricen expresamente otra cosa.

5.2.- Sólo se admitirá la presencia en los stands de productos y materiales promocionales incluidos en los sectores objeto del Certamen o la realización de actividades relacionadas con la temática del mismo. En caso de incumplimiento de esta obligación se dirigirá comunicación escrita al Expositor emitida por IFEMA, para que proceda a la retirada inmediata de los productos o al cese de las actividades. Si en el plazo de cuatro horas, el Expositor no atendiese a la citada comunicación, se procederá, al final de la jornada ferial y sin otro requerimiento, a clausurar y cerrar el stand, sin que el Expositor tenga derecho a la devolución de las cantidades pagadas ni a indemnización alguna.

En el caso de que los productos o mercancías objeto de la exposición estuvieran sometidos a obligación de comunicación y/o autorización administrativa previa, visado, licencia, etc., expedida por organismo competente, el Expositor deberá disponer, con carácter previo a la entrada de los mismos en el recinto, de la documentación acreditativa de haber dado cumplimiento a los citados trámites y haber obtenido, en su caso, los permisos correspondientes sin los cuales no podrá exponerlos en la feria.

5.3.- La realización de actividades promocionales, la distribución y exhibición de muestras, folletos, octavillas y toda clase de material promocional se realizará únicamente dentro del espacio de cada Expositor.

Con el fin de evitar conflictos entre expositores, no se podrá mostrar ningún tipo de publicidad en los stands ni en el recinto de IFEMA en ninguna clase de formato (folletos, videos, fotografías, símbolos, etc.), relativa, ya sea de manera directa o indirecta, a territorios en los que exista una disputa territorial, no solucionada en el momento de celebración de la feria.

El incumplimiento de esta norma podrá conllevar la retirada de la citada publicidad por parte de la Organización.

5.4.- En ningún caso se permite la presencia de animales vivos en los stands salvo que las Normas Específicas del Certamen lo autoricen expresamente, de acuerdo con la legalidad vigente.

5.5.- En relación con los vehículos con motor de combustión utilizados como material de exposición, deberán tener los depósitos cargados solo con el combustible mínimo imprescindible para poder acceder al espacio adjudicado y poder abandonarlo a la finalización del Certamen. No está permitido poner los vehículos en marcha durante la celebración del certamen salvo en los casos en que las Normas Específicas del mismo así lo autoricen expresamente.

5.6.- No está permitido proyectar ningún tipo de imagen o haz de luz fuera del espacio adjudicado.

5.7.- La consignación o envío de mercancía será remitida al stand del Expositor. IFEMA no recepciona mercancía en nombre o por cuenta del Expositor.

## **6.- Uso de máquinas y herramientas durante el Certamen**

Toda máquina o herramienta debe tener la homologación CE e ir identificada con el marcado correspondiente.

Cada máquina o herramienta debe ir equipada con dispositivos de parada de emergencia que permitan detenerla en condiciones de seguridad.

Toda persona que tenga que utilizar una máquina o herramienta debe haber recibido la formación e información adecuadas sobre los riesgos que implica su utilización.

Las zonas peligrosas de las máquinas o herramientas deben estar marcadas con advertencias y señalizaciones. Toda parte de una máquina o herramienta que presente peligro de atrapamiento, corte, abrasión o proyección deberá ir equipada con resguardos o dispositivos de protección.

Nunca se deberá anular o «puentear» ningún dispositivo de seguridad de que disponga la máquina o herramienta, ni tampoco retirar las protecciones o resguardos.

## **7.- Utilización de láser durante el Certamen**

Todas las actividades con láser pueden representar riesgo, no solo para el usuario, sino también para otras personas aunque estén a una distancia considerable. Por esta razón todos los procedimientos que requieran la utilización de cualquier tipo de láser sólo podrán realizarse en espacios marcados, que han de ser áreas cerradas y perfectamente delimitadas, con acceso exclusivo y restringido al personal autorizado. Los aparatos de láser utilizados deberán disponer de su correspondiente certificado de autorización y homologación por parte del fabricante.

## **8.- Nivel máximo de sonido**

Están prohibidas las demostraciones ruidosas, no pudiéndose sobrepasar los 60 decibelios medidos al borde del stand.

En caso de superarse el nivel de sonido indicado, el personal de IFEMA requerirá al Expositor la disminución del volumen hasta los límites indicados. En caso de negativa de éste o de incumplimiento reiterado de la norma, el personal de IFEMA procederá al corte del fluido eléctrico del stand y, en su caso, a la clausura y al cierre del mismo, sin que el Expositor tenga derecho a la devolución de las cantidades pagadas ni a indemnización alguna.

En relación con el servicio de megafonía, estará disponible durante el último día de montaje, toda la celebración y durante el primer día de desmontaje. La megafonía únicamente será utilizada para avisos relacionados con la

seguridad e institucionales, en ningún caso podrán difundirse a través de ella mensajes personalizados de los expositores o empresas colaboradoras de éstos.

## 9.- Catering y Elaboración de Alimentos

### 9.1.- Generalidades

Todos los servicios relacionados con la restauración, cafeterías y servicios de cócteles y bebidas a stands, podrán realizarse por el concesionario de la restauración de IFEMA y por las empresas homologadas para la prestación de servicios de Catering en los recintos gestionados por IFEMA.

A este efecto, «Restauración/Catering» se considera cualesquiera degustación de bebidas o alimentos elaborados y/o servidos en una feria o evento organizado por IFEMA o en los recintos que gestiona.

Puede acceder al listado de proveedores e información completa sobre este servicio en el catálogo de servicios online de web institucional o consultar en **stecnica@ifema.es**

El suministro al público visitante de alimentos elaborados en el stand solo puede realizarse si la preparación, conservación y suministro de los citados productos se realiza por empresas homologadas por IFEMA o bien acreditadas para la prestación de estos servicios de restauración en las condiciones reflejadas en la presente normativa.

### 9.2.- Servicios de catering gratuito ofrecido por los expositores en sus stands

Los Expositores que vayan a ofrecer, con carácter gratuito, un servicio de restauración/catering en su stand, pueden realizarlo bien cursando su solicitud a cualesquiera empresas de catering homologadas en IFEMA bien a través de otros proveedores de servicios de restauración siendo en este caso imprescindible cumplimentar el formulario **«Comunicación para la realización de restauración/catering en stands»** disponible en el espacio de expositores de la web institucional y remitirlo, con la información solicitada en el mismo, a **catering@ifema.es** para su conocimiento y efectos oportunos.

Copia del formulario se traslada al Dpto. de Servicios Sanitarios, Calidad y Consumo del Distrito de Barajas.

En el caso de no realizar la citada comunicación a IFEMA el Expositor no podrá ofrecer este servicio en su stand.

El Expositor asume la responsabilidad frente a terceros por las reclamaciones que tengan su origen en el citado servicio de catering exonerando a IFEMA de cualquier responsabilidad al respecto.

### 9.3.- Servicios de Catering ofrecidos por expositores en el Centro de Convenciones

Si el Expositor desea ofrecer un servicio de restauración/catering en los Centros de Convenciones, el proveedor deberá ser uno de los homologados por IFEMA para la prestación de estos servicios.

### 9.4.- Expositores con actividad de restauración y/o catering

Cuando la feria contemple la condición de Expositores a empresas cuya actividad sea la venta de productos alimenticios para tomar o llevar así como servicios de restauración de pago, tales como food trucks, zonas gastronómicas o áreas temáticas, estas empresas deberán realizar el Procedimiento de Restauración de IFEMA así como, en su caso, cumplir las disposiciones que al efecto se incluyan en la normativa específica de la feria.

### 9.5.- Patrocinadores con actividad de restauración y/o catering

Cuando la feria contemple la condición de Patrocinadores a empresas que ofrezcan servicios de restauración y/o catering, estas empresas deberán homologarse con carácter eventual así como, en su caso, cumplir las disposiciones que al efecto se incluyan en la normativa específica de la feria.

### 9.6.- Aspectos técnicos en relación con la elaboración de alimentos

La elaboración de alimentos en los stands por técnicas culinarias como: fritura y similares, asado, guisado, plancha, parrilla, etc., solo está permitida si el prestador del servicio ha instalado campanas extractoras dotadas de filtros absolutos de carbón activo, de modo que la emisión de humos y olores sea mínima.

Estarán exentos de la instalación de la citada campana, todos aquellos stands que cocinen con la técnica culinaria de cocción en agua.



No está permitido el uso de hornos o accesorios de cocina que usen otros combustibles distintos a electricidad o GLP (butano/propano).

#### 9.7.- Información sobre seguridad alimentaria

Todos los productos envasados deberán estar convenientemente etiquetados teniendo en consideración la normativa vigente de etiquetado en el que se considera las sustancias que causan alergias o intolerancias (Reglamento 1169/ 2011).

Asimismo, en relación al reglamento anteriormente citado y en virtud del RD 126/2015 sobre la información alimentaria de los alimentos que se presenten sin envasar, los proveedores deberán indicar en un cartel próximo a la zona de atención al cliente que: **«Disponen de información de los alérgenos a petición del consumidor»** y disponer del listado de los ingredientes en los productos que facilitan (ficha técnica de producto).

### 10.- Reportajes fotográficos y audiovisuales

10.1.- Los Expositores podrán realizar vídeos y/o reportajes fotográficos de su propio stand, actividades y productos. En relación con los contenidos realizados, es responsabilidad del expositor el uso que se haga de los mismos, la solicitud de las autorizaciones oportunas a terceros para su publicación y difusión en elementos promocionales, webs, redes sociales etc., así como el cumplimiento de la legislación vigente en materia de datos de carácter personal y la obtención cuando proceda, de los derechos de imagen que correspondan. Para el caso de reportajes o grabaciones de actividad en el stand IFEMA recomienda la disposición de un cartel informativo al efecto para el público asistente.

Los fotógrafos profesionales que hayan sido contratados al efecto por el Expositor realizarán su trabajo en el espacio que se les hubiese asignado, de conformidad con la autorización expedida por IFEMA.

Ninguno de los productos expuestos podrá ser fotografiado o filmado por terceros sin la autorización de los Expositores interesados.

10.2.- Así mismo, el recinto puede ser objeto de grabación por IFEMA, medios de comunicación y, en su caso, empresas patrocinadoras de los Eventos que tienen lugar con el fin de obtener imágenes de ambiente de los mismos y de sus actividades; también pueden usarse con fines promocionales y/o comerciales de IFEMA y del propio Evento. En relación con los patrocinadores, podrá conocer más detalles en la página web de cada Evento o certamen. Las imágenes captadas, que podrían incluir la voz y/o imagen de los asistentes, podrían ser tratadas y difundidas por diversos medios como sus respectivos sitios web, redes sociales o fan pages, e incluirlas como contenido en programas de TV o contenidos para aplicaciones de dispositivos (p.ej., smartphones, smartwatches, tabletas, gafas 3D).

IFEMA – Feria de Madrid (Q/2873018B) tratará las imágenes captadas, como responsable, para los fines indicados. La legitimación reside en su interés legítimo y su consentimiento al permanecer en el recinto. Puede ejercer en IFEMA sus derechos de acceso, rectificación, supresión, oposición, portabilidad y limitación al tratamiento de sus datos personales mediante email dirigido a **protecciondedatos@ifema.es** o bien, por escrito dirigido a IFEMA, Protección de Datos, Avenida del Partenón, 5 - 28042 de Madrid, indicando en el asunto "Ejercicio derechos incluyendo una fotografía, información sobre el certamen en que participó y fotocopia de su Documento Nacional de Identidad. Asimismo, puede recabar la tutela de la Agencia Española de Protección de Datos. Más información sobre privacidad: **ifema.es**

Con la suscripción del contrato de exposición y su participación como expositor en las ferias de IFEMA Vd. presta su consentimiento, y el de las personas que eventualmente atiendan su stand, para los tratamientos citados. Es de la exclusiva responsabilidad del Expositor informar de estas circunstancias a sus empleados y/o colaboradores.

10.3.- Existe asimismo un dispositivo de VIDEOVIGILANCIA en el recinto, señalado con carteles, con fines exclusivamente de seguridad; las grabaciones se destruyen dentro de los plazos legalmente establecidos y los derechos de acceso, rectificación, oposición y supresión pueden ejercerse igualmente ante IFEMA.

### 11.- Rifas, tómbolas y combinaciones aleatorias

Las rifas, tómbolas y combinaciones aleatorias constituyen modalidades de juego previstas en los artículos 3.2 f y definidas en el art. 15 de la Ley 6/2001 de 3 de julio del juego de la Comunidad de Madrid.



De acuerdo con la normativa vigente, el ejercicio de las actividades incluidas en el ámbito de aplicación de esta Ley requerirá autorización administrativa previa, a excepción de la celebración de rifas, tómbolas y combinaciones aleatorias, que únicamente deberán ser comunicadas a la Consejería competente en materia de juego. El expositor que vaya a realizar una actividad regulada por la citada ley deberá ser remitida a la Dirección del Certamen para su información copia de la autorización expedida, o comunicación presentada según sea la actividad de juego que se vaya a realizar.

## **12.- Acceso de menores a ferias profesionales**

Los menores de edad podrán acceder como visitantes a las ferias profesionales de IFEMA acompañados por un adulto y abonando, en su caso, la entrada correspondiente.

## **13.- Propiedad Industrial**

IFEMA colabora en la lucha contra las prácticas desleales en materia de piratería en propiedad industrial. No obstante, IFEMA no puede actuar como entidad decisora en los conflictos entre Expositores, por ser una competencia reservada a juzgados y tribunales pero colaborará, en todo momento con las instancias judiciales competentes y las fuerzas y Cuerpos de Seguridad que acudan al recinto ferial para garantizar la ejecución de sentencias, medidas cautelares, etc. IFEMA, a través de la Dirección del Certamen informará sobre los servicios de apoyo a la Propiedad Industrial del Expositor ofrecidos durante la feria.

## **14.- Circulación y estacionamiento de vehículos durante el Certamen**

En el interior del recinto ferial está expresamente prohibido mantener vehículos estacionados en las áreas de carga y descarga de forma que sólo podrán estacionarse en las zonas habilitadas para ello, abonando en su caso la tarifa correspondiente.

Una vez inaugurado el Certamen, no está permitido circular con ningún vehículo por el interior de los pabellones y la avenida, salvo autorización expresa de IFEMA.

# **II.- NORMATIVA DE SEGURIDAD Y EMERGENCIAS**

## **II.1.- NORMATIVA DE SEGURIDAD LABORAL-COORDINACIÓN DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES**

### **15.- Información general**

Garantizar la seguridad y salud de todas las personas que prestan sus servicios en Feria de Madrid es uno de los objetivos de la Dirección de IFEMA.

Con esta finalidad y en cumplimiento del artículo 24 de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales sobre Coordinación de Actividades Empresariales y del RD 171/2004 que lo desarrolla, IFEMA, en calidad de titular del centro de trabajo, viene obligada a informar al resto de empresarios concurrentes sobre los riesgos propios del centro de trabajo que puedan afectar a las actividades por ellos desarrolladas, la medidas establecidas para prevenirlos y las medidas de evacuación y emergencia que se deben aplicar.

De acuerdo con lo anterior, es necesario que acceda, conozca y aplique la Normativa de Prevención de Riesgos Laborales que puede encontrar disponible en la web institucional.

- **Instrucciones de actuación en caso de emergencia** (Recinto ferial y Palacio Municipal).
- **Riesgos genéricos de las instalaciones y medidas preventivas en Áreas de Exposición.**
- **Normas de Seguridad sobre manejo de los siguientes Equipos de Trabajo:** Vehículos; Señalización de seguridad; Máquinas y Herramientas; Cesión de Equipos de Trabajo; Espacios confinados; Plataformas elevadoras de personas; Carretillas elevadoras; Andamios rodantes; Escaleras de mano; Equipos eléctricos de baja tensión...

De conformidad con esta normativa, toda persona física o jurídica que por cualquier motivo desarrolle trabajos en Feria de Madrid (proveedores de servicios contratados por IFEMA, expositores, organizadores de certámenes,

actos o eventos, y los contratistas, subcontratistas o personal dependiente de cualquiera de ellos, sea cual fuere su actividad, situación laboral o vínculo profesional) viene obligada a conocer, cumplir y tener en cuenta la información facilitada por IFEMA en la planificación preventiva de las actividades que fuera a desarrollar en Feria de Madrid.

Expresamente, como medida preventiva de carácter general por concurrencia de actividades, se determina la obligatoriedad de portar casco de protección, chaleco de alta visibilidad y calzado de seguridad durante las fases de montaje y desmontaje de ferias y eventos en todas las áreas de exposición.

No se permitirá ningún acceso sin los citados equipos de protección individual, afectando esta instrucción a cualquier persona por acceso, tránsito, realización de actividades o mera presencia en pabellones o áreas de exposición exteriores durante las tareas de montaje y desmontaje.

Esta instrucción no exime de la utilización de otros equipos de protección que fueran preceptivos para la realización de cada tarea específica desarrollada en las citadas fases de montaje y desmontaje.

La información facilitada por IFEMA puede ser complementada con otras normas específicas que pudieran ser de aplicación cuando, por la naturaleza de las actividades concretas a desarrollar, se considere necesario para la seguridad general. Esta decisión corresponde a la Dirección de Servicios FERIALES, de común acuerdo, en su caso, con las empresas que eventualmente tomen parte en la ejecución de los trabajos. Del mismo modo, el resto de normas técnicas específicas contenidas en el Reglamento General de Participación de Expositores (actividades prohibidas, no ocupación de pasillos, prevención de incendios, instalaciones eléctricas, etc.) complementarán a las genéricas de prevención de riesgos en tanto su cumplimiento se encamina a garantizar la seguridad de personas e instalaciones.

Asimismo, todos los empresarios concurrentes son responsables de cumplir y hacer cumplir a sus contratistas, subcontratistas y/o autónomos la legislación en materia de prevención de riesgos laborales que sea de aplicación a las actividades por ellos desarrolladas incluyendo la información e instrucciones facilitadas por IFEMA que se detallan en estas Normas Generales de Participación.

Por este motivo, con carácter previo al inicio de los trabajos de montaje, todas aquellas empresas que, por cuenta del Expositor, realicen trabajos o actividades en el espacio contratado, deberán cumplimentar, firmar y presentar a IFEMA el formulario **«Prevención de Riesgos Laborales y Coordinación de Actividades Empresariales»** disponible en la web institucional y remitirlo a **stecnica@ifema.es** No podrán iniciarse los trabajos de montaje sin la previa cumplimentación y envío del citado Protocolo.

Adicionalmente, en el caso de que las empresas expositoras o montadoras necesiten realizar trabajos de corte, soldadura y/o uso de equipos que producen calor o llama, durante los periodos de montaje/desmontaje, deberán solicitar en la Secretaría Técnica por email a **stecnica@ifema.es** el Formulario **«Solicitud de autorización de trabajos en caliente»** y remitirlo a **stecnica@ifema.es** para su autorización y control. También lo pueden solicitar in situ al responsable de pabellón correspondiente.

## II.2. NORMATIVA DE SEGURIDAD Y EMERGENCIAS

### 16.- Actuación en Emergencias de Feria de Madrid

16.1.- IFEMA proporciona, durante todo el periodo ferial, la vigilancia general del recinto ferial en materia de seguridad contra incendios.

La Dirección de Seguridad y Autoprotección de IFEMA es la responsable de la gestión y dirección de emergencias (médico-sanitarias, incendio, amenazas de cualquier índole y catástrofes naturales), en el contexto del Plan de Autoprotección que rige en el recinto ferial.

En estas situaciones los Organizadores, Expositores, sus contratistas y/o subcontratistas y el personal de ellos dependiente quedan afectos al Plan de Actuación ante Emergencias de IFEMA, bajo las directrices de la Dirección de Seguridad y Autoprotección de IFEMA que actuará siempre en coordinación, colaboración y bajo la dependencia de las Fuerzas de Seguridad del Estado.

16.2.- Instalación del sistema de inhibición de fuentes de sonido con ocasión de emergencias para permitir la operatividad del sistema de megafonía UNE-54.

La instalación de este sistema será obligada en aquella fuente de sonido instalada en cualquier espacio contratado en pabellones que pueda afectar a la audición de mensajes de evacuación o confinamiento emitidos por el sistema

de megafonía de emergencia del Recinto Ferial. Para ello, deberán declararse todas las fuentes de sonido con capacidad de superar los 90dB y que tengan previsto su uso durante la celebración de las ferias y eventos (foros, acciones musicales, demostraciones, presentaciones, salas de congresos, etc.), según se señala en el "Formulario de declaración Acciones con Sonido en Pabellones que se encuentra disponible en la web institucional.

Todos los clientes afectos deberán permitir la instalación del mencionado sistema propiedad de IFEMA, con anterioridad al inicio de la celebración del evento, consistente en un equipo de control remoto que se conectará a las mencionadas fuentes y que determinará su automática inhibición mediante el corte de suministro eléctrico, en el momento en que se active un mensaje de emergencia a través del sistema de megafonía.

Por motivos de seguridad, IFEMA o sus empresas colaboradoras competentes en la materia, podrán efectuar, en cualquier momento, la inspección de la correcta instalación de los equipos del sistema de inhibición de fuentes de sonido, siendo de obligado cumplimiento facilitar el acceso a las mismas y la resolución de incidencias que pudieran darse por parte de estas.

### **17.- No ocupación de pasillos y otros espacios. Embalajes**

Los pasillos, como vías de evacuación, deben permanecer, en todo momento, practicables, incluidos los periodos de montaje y desmontaje. Todo el material debe permanecer dentro de los límites de las áreas de montaje o los stands, dejando pasillos y demás zonas comunes totalmente libres. Los servicios de limpieza de Feria de Madrid retirarán cualquier objeto depositado en estas zonas, sin derecho a reclamar daños y perjuicios.

Durante la celebración del Certamen no se podrá colocar en los pasillos y demás zonas comunes ninguna muestra, embalaje u objeto en general ni, tampoco, en los espacios vacíos que se generen en las zonas traseras de cerramientos que puedan montarse. Existe un servicio de recogida, almacenaje y entrega de mercancías y embalajes, facilitado por la empresa colaboradora de IFEMA para este servicio, de acuerdo con las tarifas vigentes.

### **18.- Instalaciones fijas y móviles**

Se respetará siempre la visibilidad y accesibilidad del material e instalaciones contra incendios: Bocas de Incendio Equipadas (BIE), hidrantes de suelo, (en este caso se destacará su ubicación, mediante color distinto al del resto del pavimento), extintores, alarmas, equipos de extinción por agua, salidas de emergencia, etc. aun cuando queden incluidos dentro de los espacios contratados, así como los accesos a las áreas técnicas y de servicio.

Si la señalización fija ya instalada quedara tapada, el Expositor, en su caso, deberá señalizar los elementos con señalética homologada:

- CÓDIGO TÉCNICO DE LA EDIFICACIÓN / Documento Básico SI, Secciones 3.7 y 4.2.
- UNE 23033-1:1981 Seguridad contra incendios. Señalización.
- UNE 23034:1988 Seguridad contra incendios. Señalización de seguridad. Vías de evacuación.
- UNE 23035-1-2-4:2003 Seguridad contra incendios. Señalización foto luminiscente. Parte 4: Condiciones, Generales. Mediciones y clasificación.

Asimismo, se respetarán los ámbitos de las cortinas de compartimentación situadas en los núcleos de conexión, tal y como se refleja en los planos de planta de pabellones.

### **19.- Prevención de incendios**

Los materiales que se empleen para las distintas instalaciones de la Feria o Evento, construcciones (stands, carpas, etc.) deberán cumplir con la normativa vigente. En particular, por lo que se refiere a la resistencia al fuego del material, el empleado en el revestimiento de suelos será EFL, y el empleado en la construcción de paredes y techos será C-s2,d0; los elementos textiles suspendidos, tales como telones, cortinas o cortinajes serán clase 1, conforme a la norma UNE-EN 13773:2003. Igualmente los elementos de decoración deberán cumplir las mismas características que los de construcción, no pudiendo llevar ningún tipo de material o producto que sea fácilmente combustible como paja, viruta de madera, viruta de papel, serrín, turba, hojas secas, etc. Asimismo, para poder realizar trabajos, demostraciones o decoraciones a llama abierta, el Expositor deberá solicitar el correspondiente

permiso a la Dirección de Servicios Feriales de IFEMA. El cumplimiento de la normativa podrá ser inspeccionado por los Organismos Oficiales competentes, así como por el personal de la Dirección de Servicios Feriales de IFEMA.

## 20.- Vigilancia de áreas de exposición y pertenencias del Expositor

En el interior de las Áreas de Exposición, IFEMA establecerá un servicio de vigilancia dirigido al cumplimiento de las responsabilidades descritas en este capítulo.

Entre los cometidos de «orden público» y «vigilancia general» encomendados a la seguridad privada de IFEMA, como colaboradora de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado, se encuentra comprendida la obligación de prevenir, evitar y perseguir, en la medida de lo posible, la comisión de delitos de cualquier índole. En este sentido, queda entendido que no se trata de un servicio de vigilancia específica a todos y cada uno de los stands y de sus pertenencias, sino de seguridad preventiva de carácter general.

De acuerdo con lo anterior, IFEMA no se responsabiliza del robo o hurto de los materiales y objetos depositados en cada stand, ni de los daños que puedan sufrir los objetos, muestras, efectos personales, materiales de montaje y/o de exposición, antes, durante ni después de la celebración del Certamen, salvo que exista responsabilidad suficientemente probada del personal de IFEMA o que dichos daños queden incluidos en las coberturas de los Seguros obligatorios de Responsabilidad Civil y «Multiferia». La vigilancia y seguridad de las pertenencias particulares de cada stand es, por tanto, responsabilidad exclusiva de cada Expositor.

## 21.- Contratación de seguridad privada

Existe un servicio de vigilancia privada, facilitado por la empresa de seguridad colaboradora de IFEMA que se indica en la web institucional.

En el caso de que el Expositor desee contratar este servicio con una empresa distinta de la colaboradora de IFEMA, deberá enviar con, al menos, 48 horas de antelación, a la Dirección de Seguridad y Autoprotección de IFEMA, documento acreditativo de haber dado cumplimiento a lo exigido en la legislación vigente en materia de Seguridad Privada.

Deberán, además, enviar debidamente cumplimentado el formulario **«Solicitud de autorización de Vigilancia Privada»** que contiene la normativa y condiciones para la prestación de este servicio, disponible [en](#) la web institucional y remitirlo a **dseguridad@ifema.es**

## III.- NORMATIVA GENERAL DE MONTAJE DE INSTALACIÓN DE ESPACIOS

### 22.- Características técnicas de los pabellones y espacios abiertos

En este Reglamento se incluye el documento descriptivo de las características técnicas de los pabellones y espacios abiertos, accesible para los Expositores también disponible en la web institucional.

### 23.- Periodos de montaje y desmontaje

Los días de montaje y desmontaje de los stands, así como los horarios de trabajo dentro de Feria de Madrid serán los que figuran en las Normas Específicas de cada Certamen. Fuera de estos días y horarios, salvo autorización expresa de IFEMA, no se autorizará la entrada o salida de material ni la permanencia de personal en el recinto.

### 24.- Acceso de vehículos, carga y descarga de mercancías en montaje y desmontaje

El acceso a Feria de Madrid y al interior de los pabellones se efectuará por las puertas y en los días y horas que en cada caso se indique.

El acceso al interior de los pabellones se realizará exclusivamente para efectuar la descarga de los materiales.

Los vehículos no podrán permanecer estacionados dentro de los pabellones ni en las zonas adyacentes.

IFEMA no se hace responsable de la vigilancia de los vehículos mientras permanezcan en Feria de Madrid.

Existe un aparcamiento de camiones y otro de turismos, que podrán ser utilizados abonando, en su caso, las tarifas correspondientes.

## 25.- Stands de diseño libre

25.1.- Aprobación del proyecto: Las empresas que opten por la decoración libre de su stand deberán remitir obligatoriamente a la Dirección de Servicios Feriales de IFEMA, el proyecto de decoración (planta, alzados y perspectiva acotados), para su aprobación.

El proyecto deberá ser enviado a **stecnica@ifema.es** en alguno de los siguientes formatos: jpg, pdf, tif, o cualquier estándar de CAD.

La fecha límite para la presentación del proyecto será de un mes antes del comienzo del montaje. Es requisito imprescindible para poder comenzar el montaje tener el proyecto aprobado.

No se dará suministro de energía eléctrica a aquellos stands que no cumplan las condiciones de montaje e instalación de espacios.

25.2.- Normas de montaje: Todas las empresas, están obligadas a realizar un montaje de su stand, que incluya como mínimo las paredes medianas con las paredes del pabellón o con otros stands de una altura mínima de 2,50 m. Aquellos stands construidos sobre tarima, siempre que ésta tenga una altura superior a 19 mm., deberán contar con al menos una rampa de acceso para personas con discapacidad de 1,00 m. de ancho como mínimo.

Las caras traseras de los stands tendrán un acabado neutro y de calidad semejante al interior del stand, no pudiéndose poner en ellas, ningún tipo de logotipo o rotulación.

La altura máxima de cualquier elemento deberá ser de 4,00 m. Se podrá elevar un elemento puntual en el perímetro, hasta una altura máxima de 6,00 m., excepto en las medianas con los stands vecinos.

Retranqueándose un mínimo de 1,00 m. se podrán elevar todos los elementos que se desee hasta la altura máxima permitida.

Quedan exceptuados los stands situados en los núcleos de conexión entre pabellones, los laterales de las entradas de los pabellones 9, 10 y los laterales de las entradas y fondo de los pabellones 12 y 14.0, en los cuales la altura máxima de construcción de cualquier elemento deberá ser de 4 m.

Todos los elementos tridimensionales ciegos de construcción o decoración del stand (paredes con doble panel sobre bastidor, torres, podiums, tarimas, etc.) deberán contar con, al menos, dos orificios enfrentados de un diámetro mínimo de 8 mm., a una altura máxima de 0,4 m.

25.3.- Seguridad del stand: Las estructuras del stand, así como cualquiera de los elementos utilizados en su decoración, deberán tener la rigidez y estabilidad necesarias para que no suponga ningún riesgo ni para las personas ni los bienes.

En el apartado de escaleras, barandillas y protección en cambios de nivel se diseñarán según la normativa vigente y, en concreto de acuerdo con las disposiciones establecidas en el Código Técnico de la Edificación (a partir de ahora CTE) y cumpliendo los siguientes criterios:

- Los cambios de nivel a una altura sobre el suelo superior a (50) cincuenta centímetros y los resaltes del pavimento estarán protegidos por un peto o barandilla de noventa y cinco (95) centímetros de altura. Con los mismos criterios se protegerán los perímetros, huecos y voladizos en segundas plantas accesibles a personas.
- Los desniveles inferiores o igual a cincuenta (50) centímetros han de señalizarse mediante diferenciación táctil y visual. La diferenciación táctil deberá estar a una distancia de 25 cm. del límite de desnivel.

El Expositor es el responsable de la seguridad estructural del stand. IFEMA podrá pedir por escrito pruebas de la misma si lo considera necesario.

25.4.- Stands de dos pisos y estructuras sobreelevadas: Todas las empresas que opten por realizar una doble planta o elementos estructurales sobreelevados de 1,20 m. o más, que vayan a soportar cargas o personas en su espacio, deberán cumplir íntegramente las condiciones anteriores y, además, deberán presentar un certificado o un proyecto con su dirección de obra correspondiente y firmado por un técnico competente. Esta documentación deberá estar visada por el colegio correspondiente. En el certificado o proyecto deberán especificarse las

dimensiones, la carga de uso y el aforo, siendo responsabilidad exclusiva del Expositor el cumplimiento de los límites establecidos en el mismo.

Quedan exceptuados los stands situados en los núcleos de conexión entre pabellones y en los laterales de las entradas de los pabellones 9, 10, 12 y 14.0, así como entradas y fondo de los pabellones 12 y 14.0, en todas estas ubicaciones no se podrá construir una segunda planta.

25.5.- Montaje y usos de graderíos. Todas las empresas que opten por montar graderíos en el recinto ferial deberán cumplir toda la normativa vigente y, en concreto, el Código Técnico de la Edificación en todos sus apartados así como los Documentos Básicos de, Seguridad estructural (DB SE), Seguridad en caso de incendio (DB SI) y Seguridad de utilización y accesibilidad (DB-SUA) y, además, deberán presentar un certificado o un proyecto con su dirección de obra correspondiente, firmado por un técnico competente y visado por el colegio correspondiente.

En el certificado o proyecto deberá especificarse que la instalación está diseñada según la normativa vigente y construida correctamente para soportar el aforo indicado en el mismo, así como haber realizado todas las actuaciones o montajes necesarios para cumplir la normativa respecto a evacuaciones, señalización, alumbrado de emergencia, y accesos. Es de la exclusiva responsabilidad del Expositor el cumplimiento de los límites y condiciones establecidos en el mismo.

25.6.- Utilización de vehículos como stands: Todas las empresas que utilicen un vehículo con motor de combustión como stand para la exposición de sus productos, deberán tener los depósitos cargados con el combustible mínimo imprescindible para poder acceder al espacio adjudicado y poder abandonarlo a la finalización del Certamen.

El responsable del vehículo estará obligado a presentar a la Dirección de Servicios FERIALES el original de la ficha técnica del vehículo y de la última ITV efectuada.

25.7.- Utilización de globos aerostáticos como elemento promocional: Las empresas expositoras podrán utilizar globos aerostáticos como elemento promocional siempre y cuando éstos se ubiquen en las zonas exteriores del recinto disponibles a tal fin.

La exhibición del globo aerostático se realizará en las siguientes condiciones:

- El globo aerostático desde su base, cesta apoyada en el terreno, hasta el punto más alto del globo, no puede tener más de 23 metros. Más aún, el globo aerostático debe estar en todo momento anclado al suelo.
- La fijación se realizará mediante dos puntos como mínimo fijados a la cesta y a puntos ya existentes en el suelo.
- La zona de anclaje deberá estar limitada con un perímetro que evite el paso del personal no autorizado por debajo del globo.
- Es necesario presentar los siguientes documentos: **(i)** Certificado de Seguro de Daños y Responsabilidad Civil del Globo con cobertura de seis millones de euros; **(ii)** Certificado de Aeronavegabilidad, **(iii)** Licencias de Pilotos, **(iv)** Autorización de Actividades expedida por AENA, **(v)** Licencia de trabajos aéreos expedida por AESA.
- La contratación de este servicio se debe realizar a través del Departamento de Publicidad Exterior (**publicidadexterior@ifema.es** o en los teléfonos 91 722 53 08 / 40). La aceptación de solicitudes corresponde a IFEMA.

25.8.- Aeronaves civiles pilotadas por control remoto «Drones»: IFEMA no autoriza su uso en espacios interiores cubiertos tales como pabellones, oficinas etc. En espacios no cubiertos dentro del recinto ferial, su uso se regulará conforme a la normativa específica vigente y requerirá, en todo caso, la previa autorización de IFEMA que deberá solicitarse por email en la Dirección de Servicios FERIALES **stecnica@ifema.es**.

25.9.- Señalización de espacios: El Expositor deberá señalar su espacio con el número de stand que corresponda de acuerdo con el plano oficial del Certamen. IFEMA se reserva la facultad de señalarlo por cuenta del Expositor cuando éste no lo realice y pasando el cargo correspondiente a las tarifas vigentes.

25.10.- Interpretación y aplicación: La interpretación y aplicación de la normativa para cada caso particular corre a cargo de IFEMA, quién se reservará el derecho de arbitrar excepciones si lo considera necesario, sobre la base del respeto a la perspectiva general del Certamen y a la visibilidad de los stands vecinos.



En el caso de que las Normas Específicas del Certamen difieran de lo reflejado en este Reglamento, prevalecerán las citadas Normas Específicas.

25.11.- Anclaje de sillas o butacas: Las butacas deben estar ancladas entre sí o garantizar su inmovilidad. En actividades en que se requiera más de 50 unidades las butacas o sillas habrán de estar dispuestas de manera que no permitan su desplazamiento según lo establecido en el vigente CTE.

La interpretación y aplicación de la normativa para cada caso particular corre a cargo de IFEMA, quién se reservará el derecho de arbitrar excepciones si lo considera necesario, sobre la base del respeto a la perspectiva general del Certamen y a la visibilidad de los stands vecinos.

## 26.- Normativa para colgar estructuras/rigging

Las empresas expositoras podrán colgar elementos de las cubiertas de los pabellones siguiendo el procedimiento que figura en la «Normativa para colgar estructuras en pabellones», que se encuentra a su disposición en la web institucional de IFEMA y cumplimentar el formulario **«Solicitud de autorización para colgar estructuras/Rigging»** que se encuentra así mismo, disponible en la web institucional y remitirlo a **inspeccion.rigging@ifema.es**

## 27.- Elementos fuera del espacio adjudicado

Salvo indicación específica de las Normas del Certamen, cualquier elemento decorativo o constructivo no podrá sobresalir más de 50 cm del espacio adjudicado en dirección a espacios comunes. Estos elementos deberán situarse entre una altura mínima de 2,5 metros y hasta la altura máxima que figure en las Normas del Certamen.

## 28.- Actividades no permitidas de montaje e instalación de espacios

No está permitido:

- Afectar las instalaciones de Feria de Madrid, ni a ningún elemento estructural de la misma.
- La pulverización de pinturas en el interior de Feria de Madrid.
- Depositar o exponer materias peligrosas, inflamables, explosivas e insalubres, que desprendan olores desagradables y que puedan ocasionar molestias a otros Expositores o al público visitante.
- Perforar los pavimentos ni fijar en ellos moquetas o elementos de construcción con cola de contacto o similares, debiendo fijarse tales elementos con cinta adhesiva de doble faz, o bien, fijarse en las tarimas instadas al efecto por el Expositor o, por cualquier otro medio, siempre independiente del pavimento. Tampoco se podrá pintar, fijar tacos o hacer rozas de ninguna clase.
- Perforar, clavar, taladrar o colocar cualquier tipo de fijación a las paredes, ni tampoco se podrá pintar, fijar tacos o hacer rozas de ninguna clase.
- El uso de globos inflados con gases ligeros como elemento decorativo de stands. Su utilización estará permitida, previa consulta con la Dirección de Servicios Feriales de IFEMA, cuando los mismos estén anclados a un elemento estructural del stand o se rellenen con gases pesados inofensivos que impidan su ascensión.
- Realizar cualquier tipo de montaje en aquellas zonas definidas como pasillos de Certamen.
- Dirigir los focos hacia el exterior del stand.
- Utilizar las canaletas de servicios de pabellones para el paso de cableado o cualquier otro tipo de instalación, salvo cables coaxiales de señal de TV, para los cuales habrá que solicitar la autorización correspondiente mediante la cumplimentación del formulario **«Solicitud de autorización para cableado de antena»** disponible en la web institucional y remitirlo a **stecnica@ifema.es**
- La instalación de antenas parabólicas o de cualquier otro tipo en las zonas exteriores o cubiertas de pabellones. En caso de necesidad de instalación de algún elemento de este tipo se deberá solicitar la autorización correspondiente, comprometiéndose el expositor por escrito al desmontaje de los elementos una vez terminado el certamen.

- Dispersar confetti.
- Realizar actividades que impliquen pirotecnia.
- Adherir cualesquiera elementos a las paredes.

Las Normas Específicas del Certamen podrán determinar cualquier otra actividad no permitida en relación con ese Certamen.

Los gastos de reparación de cualquier daño producido con motivo del montaje, instalación y desmontaje serán de cargo del Expositor y/o su decorador.

## 29.- Servicios suministrados desde canaletas/arquetas de servicios

IFEMA podrá utilizar las canaletas/arquetas de servicios situadas dentro de un stand para dar servicio a los stands colindantes en caso de ser necesario.

Para la correcta instalación de los servicios será indispensable el envío del plano con la ubicación deseada de los mismos, al menos con un mes de antelación al inicio del montaje del Certamen.

En el caso de no enviar plano, IFEMA situará los servicios a su criterio; en el caso de querer cambiar los mismos, IFEMA no garantizará su prestación y, en caso de hacerlo, se facturará al Expositor la anulación de ese servicio o la tarifa de Traslado, según corresponda y la facturación de los nuevos servicios todo ello conforme a las tarifas vigentes reflejadas en el **Cuadro de Tarifas**.

Todos los servicios (telecomunicaciones, aire comprimido, agua y desagüe, electricidad, etc.), serán suministrados en el interior de la canaleta/arqueta en el punto más cercano al solicitado por el Expositor. En caso de instalación de tarimas u otro tipo de suelo elevado o técnico en la superficie del stand que oculte el acceso a las canaletas/arquetas de servicios, deberá habilitarse un punto de registro justo en la ubicación de las tomas para poder acceder a ellas en caso de incidencias con las conexiones.

Las conexiones a la red de IFEMA se harán siempre bajo la supervisión del personal de las direcciones encargadas de las instalaciones de IFEMA.

## 30.- Agua y desagüe. Aire comprimido

Las tomas generales de agua, desagüe y aire comprimido serán suministradas por IFEMA. Las tomas de agua y aire comprimido tienen un diámetro de ½ pulgada, y la de desagüe un diámetro de 1 ½ pulgadas, todas ellas con terminación de rosca hembra. La instalación de cualquier otro elemento en el stand (lavabo, fregadero, conexión, etc.) es de contratación independiente.

Las conexiones a la red de IFEMA se harán siempre bajo la supervisión del personal de la Dirección Técnica de IFEMA.

Para el buen funcionamiento de las instalaciones de saneamiento, no está permitido instalar más de dos tomas de desagüe por cada toma de agua contratada.

El suministro general de agua potable de IFEMA depende del Canal de Isabel II, por lo que la presión de suministro puede oscilar. Habitualmente, la presión de suministro oscila entre los 4 y 6 bares, pero estos parámetros pueden sufrir variación. Si los equipos que van a ser conectados a las tomas de agua solicitadas precisan para su correcto funcionamiento de una presión distinta a la de servicio, el instalador o expositor deberá dotar a sus equipos los elementos necesario para regular la presión a sus necesidades y buen funcionamiento.

El suministro de aire comprimido se realiza con una presión de 6 bares. En caso de necesitar presiones inferiores se deberán prever los reguladores de presión necesarios para ajustar sus necesidades.

En caso de duda, recomendamos contactar con la Secretaría Técnica en [stecnica@ifema.es](mailto:stecnica@ifema.es)

## 31.- Normativa para la instalación de equipos de aire acondicionado

Solamente está permitido el uso de equipos de aire acondicionado cuyo circuito de condensación esté refrigerado por aire, no pudiéndose instalar equipos que usen agua u otro tipo de refrigerante en circuito abierto para este cometido. Asimismo, tampoco está permitido el funcionamiento de equipos refrigeradores evaporativos que usen agua y que no cumplan con lo establecido para este tipo de aparatos en el Real Decreto 865/2003, de 4 de julio.

### 32.- Normativa para instalaciones de gas y otros elementos que utilicen combustibles

No está permitida la emisión en las zonas de exposición de vapores y gases inflamables, tóxicos o generalmente desagradables que representen un peligro para la salud y/o molestia para el público asistente. Los gases y vapores de combustión deben ser conducidos desde las zonas de exposición al exterior a través de conductos homologados de acuerdo a la reglamentación vigente y previa autorización de la instalación por la Dirección Técnica de IFEMA. Tan sólo se eximen de la exigencia anterior aquellos aparatos que usen combustibles gaseosos, de circuito abierto de evacuación no conducida (aparatos de tipo A) según lo establecido en el Real Decreto 919/2006 de 28 de julio, por el que se aprueba el Reglamento Técnico de Distribución y Utilización de Combustibles Gaseosos y sus Instrucciones Técnicas Complementarias ICG 01 a IGC 11.

### 33.- Normativa para instalaciones de Wi-Fi

IFEMA ofrece la posibilidad de contratar el servicio de acceso a INTERNET mediante su red Wi-Fi.

Si sus necesidades técnicas de conexión requieren el despliegue de una instalación Wi-Fi propia, deberá remitir cumplimentado el formulario **«Solicitud de autorización para la instalación Wi-Fi»** que podrá encontrar en la web institucional para su valoración por IFEMA.

IFEMA estudiará las solicitudes e informará al expositor por escrito.

Está prohibida de forma expresa la instalación, sin autorización previa, de puntos de acceso Wi-Fi por parte de los expositores, ya sea para la conexión a Internet o para la prestación de cualquier otra funcionalidad.

El objetivo de esta medida es evitar interferencias tanto con los equipos que pudiera instalar de forma ordenada cada expositor como con los puntos de acceso propios de IFEMA. Dichas interferencias podrían provocar el no funcionamiento de las redes Wi-Fi presentes.

Durante la celebración del certamen, se controlarán todas las emisiones Wi-Fi que se realicen en el interior de los pabellones. Si se detecta una instalación Wi-Fi privada no autorizada previamente, se solicitará de forma inmediata la desconexión de la misma.

Dado que no todas las necesidades de conectividad son las mismas, si tiene cualquier consulta relacionada con los servicios Wi-Fi de IFEMA o necesita cualquier información técnica adicional, puede ponerse en contacto con el Departamento de Telecomunicaciones a través de la dirección de email **telecomunicaciones@ifema.es**

Por otro lado, debido a la saturación que presenta la banda Wi-Fi de 2,4 GHz en entornos como las ferias, le recomendamos el uso de la **banda de 5 GHz**. Esta banda de frecuencia dispone de un mayor número de canales y es menos susceptible a interferencias y congestión. Para aprovechar estas ventajas, deberá contar con dispositivos compatibles con esta banda. Tenga en cuenta que no todos los dispositivos, aun siendo de los más modernos, están preparados para usarla, por lo que **le recomendamos que consulte previamente las características técnicas de los dispositivos que vaya a conectar vía Wi-Fi durante la celebración de la feria y se asegure de que pueden funcionar en la banda Wi-Fi 5 GHz.**

Por todo ello, **IFEMA únicamente puede garantizar el correcto funcionamiento del servicio Wi-Fi a los usuarios de dispositivos que permitan la conexión en la banda de 5 GHz**, es decir, en ningún caso podremos asegurar un nivel servicio adecuado en aquellos dispositivos que funcionen únicamente en la banda Wi-Fi de 2,4 GHz.

### 34.- Derechos de montaje

La empresa encargada de los trabajos de montaje de un stand deberá abonar a IFEMA, antes de comenzar dichos trabajos, las tarifas de derechos de montaje correspondientes en concepto de los servicios prestados durante el periodo de montaje y desmontaje de la feria:

- Servicio de asistencia sanitaria (ATS).
- Inspección de instalaciones eléctricas.
- Mantenimiento de zonas comunes.
- Conexiones y suministro de electricidad durante el montaje y desmontaje.

- Utilización y mantenimiento de cuartos de pintura.
- Servicio de Atención personalizada a través del responsable del pabellón.
- Señalización individualizada de los espacios de montaje.

En función del diverso uso de las instalaciones y servicios, las tarifas de derechos de montaje, para el conjunto del stand, incluidas las segundas plantas, serán las siguientes, y que aparecen en la hoja de tarifas vigente:

- Espacios sin decoración, u ocupados por moqueta o tarima: Tarifa TIPO A.
- Stands modulares básicos de aluminio o similar: Tarifa TIPO B.
- Stands modulares de diseño en aluminio, stands de carpintería y resto materiales: Tarifa TIPO C.
- Tarifas reducidas de aparcamiento durante el montaje y desmontaje en los aparcamientos específicos.

### **35.- Retirada de residuos y materiales de montaje y exposición**

En aplicación de la legislación vigente sobre residuos urbanos, todos los Expositores, así como las empresas contratadas y/o subcontratadas para realizar el montaje y/o desmontaje de stands, están obligados a montar, desmontar y retirar los materiales de montaje decoración y exposición utilizados, en los periodos de tiempo establecidos para ello.

Transcurridos los plazos establecidos para la salida de mercancía y material de decoración como los establecidos específicamente para el desmontaje de stand, todos los materiales que aún permanezcan en las zonas de exposición del pabellón serán considerados materiales de desecho y serán retirados por IFEMA MADRID, perdiendo el Expositor todo derecho a reclamar por pérdidas o daños en los mismos siendo por cuenta del Expositor los gastos relativos a su retirada, que serán facturados por IFEMA MADRID al precio de 100.-€/m<sup>2</sup> por la totalidad de los metros cuadrados adjudicados.

Puede contratar con IFEMA MADRID los contenedores necesarios. Consulte las tarifas indicadas en el catálogo de Servicios.

Todos los residuos deberán ir segregados y en caso de que existan diferentes tipos se deberá contratar un contenedor por cada tipo de residuo:

- PAPEL- CARTÓN.
- PLÁSTICO
- ORGÁNICO.
- VIDRIO.
- OTROS.

En el caso de que el contenedor no contenga el residuo para el que se ha solicitado, no se retirará hasta que no se adecúe su contenido.

## **IV.- NORMAS ESPECÍFICAS PARA INSTALACIONES ELÉCTRICAS**

### **36.- Generalidades**

Toda instalación se realizará de acuerdo a los requisitos exigidos por el Reglamento Electrotécnico para Baja Tensión (Real Decreto 842/2002, de 2 de agosto), Instrucciones Técnicas Complementarias y cualquier otra disposición interna establecida por la Dirección General de Industria, Energía y Minas de la Comunidad de Madrid.

Es obligatorio someter todas las instalaciones eléctricas efectuadas en el recinto ferial a la aprobación de la Dirección Técnica de IFEMA.

A tal efecto, se deberá entregar al Servicio de Inspección Eléctrica de IFEMA, debidamente cumplimentada y sellada por una empresa instaladora autorizada, la **Hoja de Inspección Eléctrica** que podrá obtener en las dependencias de la empresa inspectora en el recinto ferial.

### **37.- Suministro eléctrico**

Toda la energía eléctrica de alimentación a los stands será suministrada por IFEMA, siendo las características del suministro 400 V entre fases y 230 V entre fases y neutro.

No competen a IFEMA los suministros que pudieran ser necesarios en corriente continua o en cualquier otra condición de estabilidad y continuidad distinta a la del suministro general, siendo éstos, en todo caso, por cuenta del instalador o usuario del stand y requiriendo previa autorización de la Dirección Técnica de IFEMA.

IFEMA podrá, a su discreción, limitar la potencia de suministro cuando pueda tener incidencia negativa en otros usuarios o por razones de sobrecarga o seguridad de sus propias líneas e instalaciones.

Los usuarios de los stands e instalaciones están obligados a mantener un factor de potencia  $\cos \phi$  comprendido entre 0,95 y 1.

Al depender el suministro eléctrico en el Parque Ferial de la compañía eléctrica proveedora del servicio, IFEMA no se hace responsable de las anomalías ajenas a esta Institución, tanto por falta de suministro como de calidad del mismo (variaciones de frecuencia, variaciones de tensión, transitorios, picos, huecos, interrupciones cortas, microcortes, «flickers» armónicos, etc.).

En caso de que los equipos consumidores de electricidad instalados requieran algún tipo de precaución en los procesos de apagado o sean sensibles a posibles cortes en el suministro eléctrico, se recomienda la instalación por parte del instalador de los equipos, de elementos que eviten el riesgo frente a la posibilidad de falta de suministro eléctrico, como pueden ser sistemas de alimentación ininterrumpida (S.A.I.).

### **38.- Conexión eléctrica**

La conexión eléctrica será realizada por el instalador del stand, bajo la supervisión de la Dirección Técnica de IFEMA. Se realizará desde el punto de distribución que IFEMA establezca para la mejor utilización de la red y consistirá en una toma de corriente fabricada por la firma MARECHAL, con las siguientes características:

- Suministro hasta 32 A: Descontactor tipo «DS» 380/400 V-50 Hz 3P+N+T.
- Suministro hasta 63 A: Descontactor tipo «DS» 380/400 V-50 Hz 3P+N+T.

Para consumos superiores a 63 A, se conectará el cuadro del stand directamente a la acometida de IFEMA.

Estas tomas de corriente deberán quedar contenidas dentro de las canaletas/arquetas de distribución de los pabellones, totalmente registrables para poder solucionar posibles incidencias.

### **39.- Distribución eléctrica de los stands**

#### **39.1.- Protecciones para garantizar la seguridad**

Lo más cerca posible del punto de entrada de la acometida, el instalador colocará un cuadro con al menos:

- Interruptor magnetotérmico general de corte omipolar (corte de neutro incluido) y calibre de acuerdo a la línea de suministro. Este magnetotérmico podrá ser de corte bipolar cuando su calibre no sea superior a 25A.
- Interruptor diferencial general de 30 mA de sensibilidad y de calibre no inferior al del interruptor magnetotérmico general.

Los aparatos receptores con consumos superiores a 16 A se protegerán individualmente desde el cuadro. Los cuadros deberán tener envolventes cerradas que no puedan abrirse más que con la ayuda de un útil o una llave, a excepción de sus accionamientos manuales. En caso de accionarse desde su interior, tendrán que estar protegidos contra posibles contactos directos. Los grados de protección de las envolventes será IP4X para interior e IP45 para exterior, debiendo estar fijado a algún elemento estructural del stand, no pudiendo ir colocado a ras de suelo y manteniendo un estado óptimo del cuadro y de sus características.

#### **39.2.- Cables eléctricos**

Para instalaciones eléctricas del interior de los stand que se montan en el interior de los pabellones, el cable a utilizar será de tensión asignada mínima 300/500 V según UNE 21027 o UNE 21031, apto para servicios móviles,

canalizado con tubo o canales según lo dispuesto en la ITC-BT 20 y 21 y con grado de protección IP4X según UNE 20.324, o bien de tensión asignada 450/750V con cubierta de policloropreno o similar, según UNE 21.027 o UNE 21.150 y apto para servicios móviles o cable flexible de 450/750V (H07ZZ-F), según norma UNE 21027-13. En estos dos últimos casos no será necesaria su instalación bajo tubo, aunque no podrá ser accesible al público. Todo el cableado eléctrico cumplirá con la clase CPR mínima C ca –s1b, d1, a1, lo cual deberá justificar presentando la Declaración de Prestaciones (DoP) correspondiente junto con el marcado CE.

Para instalaciones exteriores o intemperie que dan servicio a los stands que se montan en el exterior de los pabellones, el cable será de tensión asignada mínima 450/750 V con cubierta de policloropreno o similar según UNE 21.027 o UNE 21.150 y apto para servicios móviles, canalizado con tubo o canales según lo dispuesto en la ITC 20 y 21 y con grado de protección IP4X según UNE 20324, o bien el cable podrá ser de conductores de cobre, con cubierta de policloropreno o similar y tensión asignada mínima 0,6/1 kV., apto para servicios móviles, no siendo necesaria su instalación bajo tubo, aunque no podrá ser accesible al público. La instalación eléctrica interior de estos stands cumplirá el punto anterior siempre que no sea cerrado en todas sus partes. Todo el cableado eléctrico cumplirá con la clase CPR mínima C ca –s1b, d1, a1, lo cual deberá justificar presentando la Declaración de Prestaciones (DoP) correspondiente junto con el marcado CE.

Las uniones y los empalmes se realizarán por medio de bornas situadas en el interior de cajas de conexión.

Las conexiones flexibles de los equipos no superarán los dos metros de longitud, utilizándose cable adecuado a las condiciones de trabajo.

Todo cableado que vaya a ser sometido a esfuerzo mecánico será de tipo armado o irá bajo conducto de protección.

### 39.3.- Bases y tomas de corriente

Las bases de toma de corriente serán de seguridad y dotadas de contacto de tierra. Las tomas de corriente instaladas en el suelo tendrán una protección adecuada contra la penetración de agua y tendrán un grado de protección contra el impacto IK10. Se instalarán a una distancia superior a 1m de cualquier punto de toma de agua.

Un solo cable de cordón debe ser unido a una toma. No pueden utilizarse adaptadores multivía. No se deben utilizar bases múltiples excepto las bases múltiples móviles que se alimentarán desde una base fija con un cable de longitud máxima de 2 m.

### 39.4.- Motores

Todos los motores de potencia superior a 0,75 kilovatios deberán ir equipados con sistemas de arranque de intensidad reducida, de acuerdo con lo establecido en la ITC-BT-47 del vigente Reglamento Electrotécnico para Baja Tensión

### 39.5.- Luminarias

Las lámparas situadas a menos de de 2,5 m. del suelo o en lugares accesibles a las personas deberán estar firmemente fijadas y situadas de forma que se impida todo riesgo de peligro para las personas o inflamación de materiales.

Cualquier equipo de iluminación que alcance altas temperaturas tendrá que ir distanciado suficientemente de cualquier material combustible.

### 39.6.- Conexiones a tierra

Las estructuras metálicas de los stands se conectarán a tierra.

## 40.- Instalación de rótulos luminosos

La instalación de rótulos luminosos que para su funcionamiento necesite una tensión especial, requerirá la autorización previa de la Dirección Técnica de IFEMA y reunirá las siguientes condiciones:

- Dispondrá de una protección magnetotérmica individual por cada transformador elevador instalado.
- Los rótulos, cuya parte inferior esté situada a menos de 2,5 m. de altura, se encerrarán en envoltentes de adecuada calidad dieléctrica.



- Los rótulos que se dispongan a una altura superior no tendrán ninguna parte bajo tensión sin aislar.
- Para los rótulos luminosos e instalaciones alimentadas con tensiones asignadas de salida en vacío comprendidas entre 1 y 10 kilovatios se aplicará lo dispuesto en la norma UNE-EN 50.107.

#### **41.- Normas de utilización de la instalación**

El Expositor no podrá hacer ninguna modificación, ni manipulación en la instalación eléctrica del stand una vez autorizada su conexión a la red, limitándose a conectar sus receptores en las tomas de corriente o puntos de conexión destinados a tal fin por el instalador autorizado.

No se aceptará el uso de adaptadores multivía (ladrones).

Cada uno de los receptores del stand irá conectado de manera individual y directa a los correspondientes puntos de conexión previamente instalados para tal fin por el instalador autorizado.

No se admitirá, bajo ningún concepto, la recarga de baterías o acumuladores de cualquier tipo en el interior de los recintos. Su inclusión en los stands se admitirá previo conocimiento y autorización de la Dirección Técnica de IFEMA.

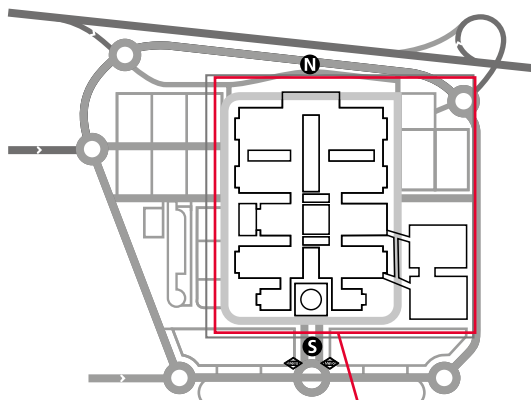
El Expositor, sus contratistas y/o subcontratistas serán responsables de los daños que pudieran causarse por modificaciones de la instalación eléctrica o por un uso indebido de la misma.

**Anexo 1.**  
**Información sobre Riesgos y Medidas Preventivas en Áreas de Exposición durante las Fases de Montaje y Desmontaje**



## INFORMACIÓN SOBRE MEDIDAS DE EMERGENCIA Y EVACUACIÓN EN LOS RECINTOS FERIALES, PLANO DE SITUACIÓN DE VÍAS DE EVACUACIÓN, SALIDAS DE EMERGENCIA, EQUIPAMIENTO CONTRA INCENDIOS E INSTALACIONES DE ATENCIÓN MÉDICA

Plano General del Recinto



NOMENCLATURAS



Servicio Médico\*



Vía de Evacuación

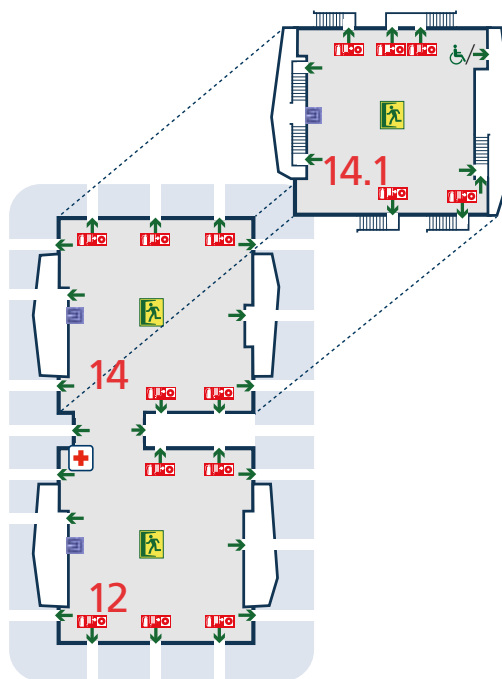
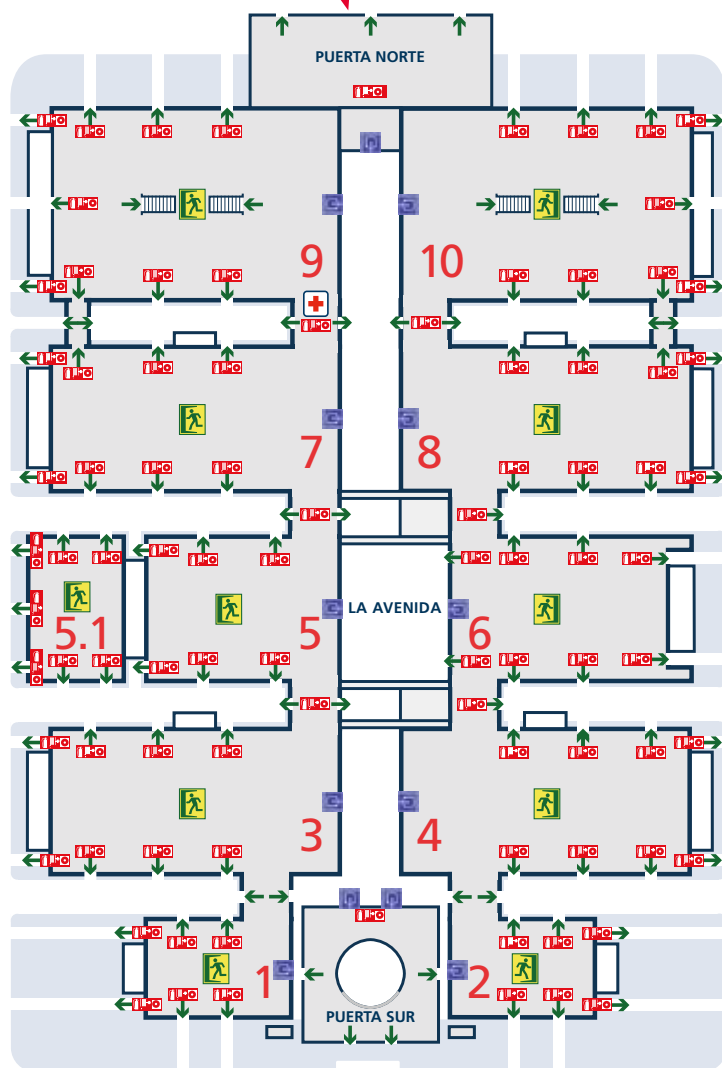


Salidas de Emergencia



Equipos Contra Incendios

Plano ampliado de las Áreas de Exposición



\* Servicio médico disponible en función de la actividad ferial.

En cumplimiento de la normativa de Prevención de Riesgos Laborales, IFEMA informa a las empresas que desarrollan trabajos en las áreas de exposición/reunión de los Recintos Feriales sobre los riesgos existentes en dichas zonas durante las fases de montaje y desmontaje, así como de las medidas preventivas a adoptar para eliminarlos o minimizarlos.

## CONCEPTOS GENERALES

Con el objetivo de evitar Accidentes de Trabajo, todas las empresas y/o profesionales que desarrollen trabajos por cuenta propia o de terceros en el interior de los Recintos Feriales, habrán de cumplir la normativa de Prevención de Riesgos Laborales en relación con las tareas a desarrollar en los mismos. Se prestará especial atención a las máquinas y herramientas, en lo referente a su conformidad y formación de los usuarios, circulación de vehículos y utilización de Equipos de Protección Individual. Asimismo, las empresas que contraten o subcontraten con otras la realización de trabajos, velarán por que éstas adopten las citadas medidas de prevención y seguridad.

Expresamente, como medida preventiva de carácter general por concurrencia de actividades, se determina la obligatoriedad de portar casco de protección, chaleco de alta visibilidad y calzado de seguridad durante las fases de montaje y desmontaje de ferias y eventos en todas las áreas de exposición.

No se permitirá ningún acceso sin los citados equipos de protección individual, afectando esta instrucción a cualquier persona por acceso, tránsito, realización de actividades o mera presencia en pabellones o áreas de exposición exteriores durante las tareas de montaje y desmontaje.

Esta instrucción no exime de la utilización de otros equipos de protección que fueran preceptivos para la realización de cada tarea específica desarrollada en las citadas fases de montaje y desmontaje.



USO OBLIGATORIO DEL CASCO








USO OBLIGATORIO DE CALZADO DE SEGURIDAD



USO OBLIGATORIO DE CHALECO REFLECTANTE

### Normas Básicas de Emergencia y Evacuación

- |   |   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Al acceder a su zona de trabajo, identifique y muestre a su personal las Vías de Evacuación, Salidas de Emergencia y Medios de Extinción de Incendios.</li> <li>• Al escuchar la Orden de Evacuación, transmitala a todo el personal a su cargo y ejecútela inmediatamente.</li> <li>• Salga de la zona por las Vías de Evacuación hacia las salidas de Emergencia.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asegúrese de que todo su personal le precede y diríjase al punto de reunión que se comunique, si observa la falta de alguna persona, comuníquelo a los equipos de emergencia.</li> <li>• Evite todo aquello que pueda generar o promover pánico.</li> <li>• Los pasillos y vías de evacuación, han de permanecer libres de objetos en todo momento.</li> </ul> |
|---|---|

RIESGOS	MEDIDAS PREVENTIVAS
Riesgo de caídas al mismo nivel por tropezos con materiales diversos. 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mantener el debido orden y limpieza en el área de trabajo asignada.</li> <li>No almacenar material ni desarrollar trabajos en los pasillos interiores.</li> </ul>
Riesgo de pisadas sobre objetos punzantes. 	<ul style="list-style-type: none"> <li>No depositar en el suelo materiales con clavos o tornillos salientes.</li> </ul>
Riesgo de atropellos por circulación de vehículos. 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todos los vehículos que circulen por los Recintos Feriales, estarán dotados de las medidas de seguridad establecidas por el fabricante, con especial mención al uso permanente de las de naturaleza luminosa y acústica.</li> <li>Los conductores u operadores, contarán con la formación necesaria y aplicarán en todo momento dichas medidas.</li> <li>En el interior de los Pabellones y Areas de Exposición, se circulará a paso de hombre.</li> <li>No transportar más personas de las establecidas para cada tipo de vehículo.</li> </ul>
Riesgo de caída de objetos. 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Durante el montaje y desmontaje de instalaciones elevadas, se adoptarán las medidas necesarias a fin de evitar accidentes por caída de objetos.</li> </ul>
Riesgo de iniciación de fuego en materiales de montaje. 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los materiales que se empleen para las distintas instalaciones del Evento, construcciones (stands, carpas, etc.) deberán cumplir con la normativa vigente. En particular, por lo que se refiere a la resistencia al fuego del material, el empleado en el revestimiento de suelos será BFL-s1, y el empleado en la construcción de paredes y techos será B-s1, d0; los elementos textiles suspendidos, tales como telones, cortinas o cortinajes serán clase 1, conforme a la norma UNE-EN 13773:2003 UNE-EN 13773:2003.</li> <li>Los materiales de construcción y decoración no podrán contar con elementos fácilmente combustibles (paja, viruta de madera o papel, serrín, turba, etc.).</li> <li>La utilización de equipos de trabajo con llama abierta o que generen temperaturas elevadas, requerirá, con carácter previo, el preceptivo permiso de la Dirección de Servicios Feriales.</li> <li>Se respetará el libre acceso a las instalaciones contra incendios (mangueras, BIE's, extintores, alarmas, salidas de emergencia, etc.), aún cuando queden incluidas dentro de los espacios contratados.</li> <li>Con anterioridad al desarrollo de los trabajos, todas las empresas comunicarán a su personal la ubicación de las Vías de Evacuación y Salidas de Emergencia existentes en el área de exposición asignada.</li> </ul>

<p>Servicio público de Emergencias <b>112</b></p>	<p>Para cualquier tipo de Emergencias <b>91 722 54 00</b> Servicio 24 horas</p>
<p>De su correcta actuación, depende su propia seguridad y la de cuantos trabajamos en los Recintos Feriales. Muchas gracias por su colaboración.</p>	<p>«AYÚDANOS A PREVENIR» Comité de Seguridad y Salud laboral</p>



## Anexo 2. Datos Técnicos de Pabellones y Espacios Abiertos





	SUPERFICIE	DIMENSIONES	ALTURA	COLUMNAS	CARGA USO	PUERTAS DE MERCANCÍAS			AFOROS POR TIPO DE MONTAJE
						n.º	ancho	alto	FERIA
	m <sup>2</sup>	m	m	n.º	Kg/m <sup>2</sup>				n.º
PABELLÓN 1	5.400	90 x 60	9,0	2	15.000	6	7,6	4,9	2.322
PABELLÓN 2	5.400	90 x 60	8,0	0	15.000	6	7,6	4,9	2.322
PABELLÓN 3	16.200	180 x 90	10,5	10	15.000	8	7,5	5,3	6.966
PABELLÓN 4	16.200	180 x 90	10,5	10	15.000	8	7,5	5,3	6.966
PABELLÓN 5	10.800	120 x 90	10,5	6	15.000	6	7,5	5,3	4.644
PABELLÓN 5.1	4.675	55 x 85	6,0	0	750	5	4	4	1.215
PABELLÓN 6	10.800	120 x 90	14,5	0	15.000	8	7,5	5,3	4.644
PABELLÓN 7	16.200	180 x 90	10,5	10	15.000	8	7,5	5,3	6.966
PABELLÓN 8	16.200	180 x 90	10,5	10	15.000	8	7,5	5,3	6.966
PABELLÓN 9	21.600	180 x 120	10,5 / 4,0 *	10	15.000	8	6	5,5	9.288
PABELLÓN 10	21.600	180 x 120	10,5 / 4,0 *	10	15.000	8	6	5,5	9.288
PABELLÓN 12	14.400	120 x 120	15,0 / 5,5 *	0	15.000	6	8	5,5	6.192
PABELLÓN 14.0	14.400	120 x 120	9 / 5,5 */8***	9	15.000/2.000	6	8	5,5	6.192
PABELLÓN 14.1	14.400	120 x 120	10,5 / 6,5 **	8	1.500	4	Montafurgonetas de 6,00 x 3,00 x 3,50 m		6.192
NÚCLEOS DE CONEXIÓN 1-3	900	30 x 30	4 / 5 *	4	15.000	2	7,3	4,6	387
NÚCLEOS DE CONEXIÓN 3-5	900	30 x 30	4 / 5 *	4	15.000	2	7,3	4,6	387
NÚCLEOS DE CONEXIÓN 5-7	900	30 x 30	4 / 5 *	4	15.000	2	7,3	4,6	387
NÚCLEOS DE CONEXIÓN 7-9	900	30 x 30	4 / 5 *	4	15.000	1	7,3	4,6	387
PASO DE CONEXIÓN 7-9	300	10 x 30	5 *	0	15.000	2	9,5	5,5	0
NÚCLEOS DE CONEXIÓN 2-4	900	30 x 30	4 / 5 *	4	15.000	2	7,3	4,6	387
NÚCLEOS DE CONEXIÓN 4-6	900	30 x 30	4 / 5 *	4	15.000	2	7,3	4,6	387
NÚCLEOS DE CONEXIÓN 6-8	900	30 x 30	4 / 5 *	4	15.000	2	7,3	4,6	387
NÚCLEOS DE CONEXIÓN 8-10	900	30 x 30	4 / 5 *	4	15.000	1	7,3	4,6	387
PASO DE CONEXIÓN 8-10	300	10 x 30	5 *	0	15.000	2	9,5	5,5	0
NÚCLEOS DE CONEXIÓN 12-14	1.500	50 x 30	4,5 *	6	2.000	1	8	5,5	645
AVENIDA CENTRAL	2.500	28,91	-	-	15.000	-	-	-	-
PLAZA AVENIDA CENTRAL	5.000	55 x 91	-	-	15.000	-	-	-	-
PATIO CIRCULAR	1.030	-	-	-	400	-	-	-	-
ZONA EXTERIOR PABELLÓN 1	9.500	-	-	-	15.000	-	-	-	-
ZONA EXTERIOR PABELLÓN 2	5.400	-	-	-	15.000	-	-	-	-

NOTAS:

\* Los stands situados en los núcleos y pasillos de conexión entre pabellones, los laterales de las entradas de los pabellones 9, 10 y los laterales de las entradas y fondo de los pabellones 12 y 14.0, tendrán una altura máxima de construcción de cualquier elemento de 4 m.

\*\* Pabellón 14.1 techo abovedado, con una altura mínima 6,50 m. y máxima 10,50 m.

\*\*\* Altura pasarela de instalaciones, consultar zona afectada.

## Anexo 3

### Normativa de Acceso y Permanencia de Vehículos para Carga y Descarga



IFEMA dispone de un sistema electrónico de control de acceso y permanencia de vehículos en el interior de sus instalaciones, cuya finalidad es garantizar unos tiempos máximos de estancia de los vehículos en el interior de Feria de Madrid. Esta medida conlleva la reducción del volumen de vehículos en los muelles de carga y descarga, facilitando y agilizando dichas operaciones.

## 1.- PREMISA

Los «Muelles de Carga y Descarga» (zonas adyacentes a los pabellones) no son zonas de aparcamiento. En ellos sólo está permitida, para cada vehículo, una operación de carga o descarga, con salida inmediata al aparcamiento correspondiente. En periodos de celebración de certámenes, en dichas zonas está terminantemente prohibido el acceso y estacionamiento, salvo autorización expresa, expedida por IFEMA.

## 2.- OBJETIVO

Conseguir que la estancia de los vehículos en los espacios denominados «Muelles de Carga y Descarga», sea la estrictamente necesaria para dichas operaciones, lo que redundará en una mayor disponibilidad de espacios y fluidez del tráfico interior, beneficiosa para todos los colectivos que intervienen en el montaje/desmontaje de los certámenes.

## 3.- PROCEDIMIENTO

El procedimiento estará basado en unos elementos de control de acceso y salida equivalentes a los de un aparcamiento ordinario, instalados en los accesos de entrada/salida al Parque Ferial, auxiliados por un sistema de lectura de matrículas, lo que permite asociar cada ticket de entrada a la matrícula de un vehículo.

Cada vehículo, en función de su tonelaje, recibirá en la entrada al Recinto un ticket que llevará asociado un tiempo máximo de estancia en el Muelle de Carga y Descarga entre 1 y 3 horas, suficiente para la ejecución de una operación de carga o descarga de su mercancía. Transcurrido este tiempo, el vehículo deberá abandonar el Recinto Ferial o estacionar en el aparcamiento correspondiente (aparcamiento de camiones para los vehículos de transporte o aparcamiento de turismos, en su caso, para los turismos y furgonetas de hasta 3.500kg que no excedan de las dimensiones 6m longitud x 2,20m de anchura, el control será supervisado por el personal de seguridad en acceso.

En el control de salida, el sistema, mediante la lectura de la matrícula, determinará si el vehículo se encuentra dentro del tiempo máximo autorizado o si, por el contrario, lo ha sobrepasado. En el primer caso, se abrirá la barrera de salida, permitiendo la salida inmediata del vehículo. En el segundo caso, el conductor deberá abonar la tarifa correspondiente al tiempo sobrepasado en un cajero automático que encontrará en la propia salida, para lo que deberá utilizar el ticket que recibió a la entrada.

La tarifa por tiempo sobrepasado tendrá carácter disuasorio y su única finalidad es conseguir el cumplimiento de la normativa y el respeto del tiempo máximo de estancia autorizado. No existe, por tanto, por parte de IFEMA, ánimo de lucro en esta medida, sino la determinación de mejorar las condiciones de trabajo en unas zonas críticas para el buen desarrollo de la actividad ferial.

*Una vez que el vehículo ha salido de Feria de Madrid, el sistema no permitirá su entrada hasta transcurrida media hora desde su salida anterior.*

## 4.- TARIFAS

Las tarifas están indicadas en:

- Los accesos de entrada de mercancías
- Los accesos a los aparcamientos de camiones
- Los puntos de pago.
- La web institucional.

## 5.- ALTERNATIVAS DE APARCAMIENTO

### 1. Vehículos de transporte

Los vehículos de transporte tendrán a su disposición un aparcamiento de camiones, **con tarificación por minuto**. El tiempo de permanencia en este aparcamiento es ilimitado.

#### IMPORTANTE:

Para acceder al aparcamiento de camiones se deberá utilizar el mismo ticket entregado al conductor en el acceso al Recinto Ferial.

La estancia en el aparcamiento de camiones (con acceso desde el interior del Recinto Ferial), se regulará como sigue en relación con el tiempo máximo de estancia autorizado en los muelles de carga y descarga:

Si el tiempo de estancia en el aparcamiento de camiones es superior a una hora, a la salida el vehículo podrá disponer de nuevo de la totalidad del tiempo asignado de estancia en el muelle de carga y descarga en caso de necesitar realizar esas operaciones.

En el caso de que la estancia en el aparcamiento de camiones fuera igual o inferior a una hora, a la salida del vehículo solo podrá consumir el tiempo de estancia autorizado que aún no hubiera sido consumido en los muelles de carga y descarga en el momento de la entrada al aparcamiento de camiones.

**Nota Importante:** Esta normativa afectará, de la misma forma, a los remolques y plataformas.

### 2. Turismos

Los turismos de trabajadores de cualquiera de las empresas que intervienen en la actividad ferial, incluidas las empresas expositoras, tendrán a su disposición los aparcamientos que IFEMA ponga en servicio para cada evento o Certamen, pudiendo beneficiarse de las tarifas especiales para periodos de montaje/desmontaje vigente.

Los aparcamientos habilitados para periodos de montaje/desmontaje serán siempre los aparcamientos Marrón/ Rojo (Noreste) o Naranja/Verde (Noroeste), o ambos, en función del volumen de la feria o evento.

En dichos aparcamientos, se habilitará una única vía de entrada convenientemente señalizada, para acceso exclusivo del personal de montaje/desmontaje. Dicha vía expedirá tickets de tarifa especial para personal de montaje. Antes de abandonar el aparcamiento deberán abonar la tarifa en cualquiera de los cajeros automáticos de Feria de Madrid. Esta operación validará el ticket para salir del aparcamiento por cualquiera de las vías de salida al exterior existentes.

Como norma general, no se permitirá a los turismos y monovolúmenes el acceso al interior del Recinto Ferial, salvo en el caso de que sean portadores de mercancía no transportable a mano. En este caso, accederán siguiendo el procedimiento descrito para los vehículos de transporte y sujetos a un tiempo máximo de estancia proporcional a su capacidad de carga, transcurrido el cual, deberán abandonar el Recinto, viéndose afectados, en caso contrario, por la tarifa disuasoria.

### 3. Expositores con «Tarjeta de Abono de Aparcamiento»

Los expositores que adquieran la Tarjeta de Abono de Aparcamiento podrán utilizar el aparcamiento asignado (el color del tarjetón identifica el aparcamiento asignado), desde el primer día de montaje hasta el último día de desmontaje (plazos oficiales), sin limitación de usos. En caso de no disponer de dicha Tarjeta, deberán ceñirse a las normas y tarifas generales para aparcamiento de turismos en los diferentes periodos feriales.

### 4.- Usuarios otros aparcamientos

Deberán estacionar en los lugares habilitados para el pase que IFEMA le haya facilitado.

## 6.- NORMATIVA Y RECOMENDACIONES DE USO DE LOS MONTACARGAS PABELLÓN 14.1

1.- Utilizar vehículos de carga de peso máximo, incluido el vehículo (MMA), inferior a 12.000 Kg. y cuyas medidas máximas no excedan de: **i)** Largo: 5.90 m. **ii)** Ancho: 2.90 m. **iii)** Alto: 3, 40 m., con el fin de que sea posible

elevant el vehículo al pabellón, siempre que la situación de montaje o desmontaje lo permita e IFEMA lo autorice. En ningún caso podrá superar los 1.500 Kg/m<sup>2</sup>.

2.- En el caso de vehículos pequeños y/o cargas pequeñas y pesadas, unos y otras deberán emplazarse en el centro de la cabina del montacargas para evitar desequilibrios por desajuste de peso.

3.- Para introducir cargas en el ascensor por medio de carretillas elevadoras, acceda al interior de la cabina despacio, con las palas suficientemente levantadas y por el centro de las puertas de acceso, con el fin de evitar golpear las puertas de cabina, romper o deteriorar los carriles de puertas con las partes bajas de los mástiles de las carretillas elevadoras.

4.- Con carácter previo al uso del montacargas, deberá disponer de medios manuales o mecánicos de transporte de mercancías (transpaletas, carretillas, carros, etc.) adecuados al transporte de las mismas desde los vehículos al montacargas y desde éste al stand o viceversa.

Si no dispone de estos medios y desea contratarlos en IFEMA, deberá dirigirse con la antelación necesaria a la empresa adjudicataria de este servicio. Consulte en LINEA IFEMA en el núm. 902 22 15 15 y para llamadas desde el extranjero +34 91 722 30 00 o a la dirección de email **lineaifema.expositor@ifema.es**

5.- Se recomienda que las mercancías vengan paletizadas o debidamente embaladas para facilitar su movimiento dentro de la dársena y en el pabellón.

6.- Para acceder a la dársena será condición indispensable disponer de autorización de entrada/salida de mercancía por parte de SERVIFEMA.

Dada las limitaciones de espacio, los vehículos una vez vacíos deberán salir al exterior de la dársena a los aparcamientos disponibles al efecto. Las dársenas se consideran zona de carga y descarga rápida.

7.- El orden de utilización de los montacargas para ascenso será por riguroso orden de llegada de vehículos con disponibilidad efectiva de medios de transporte de las mercancías.

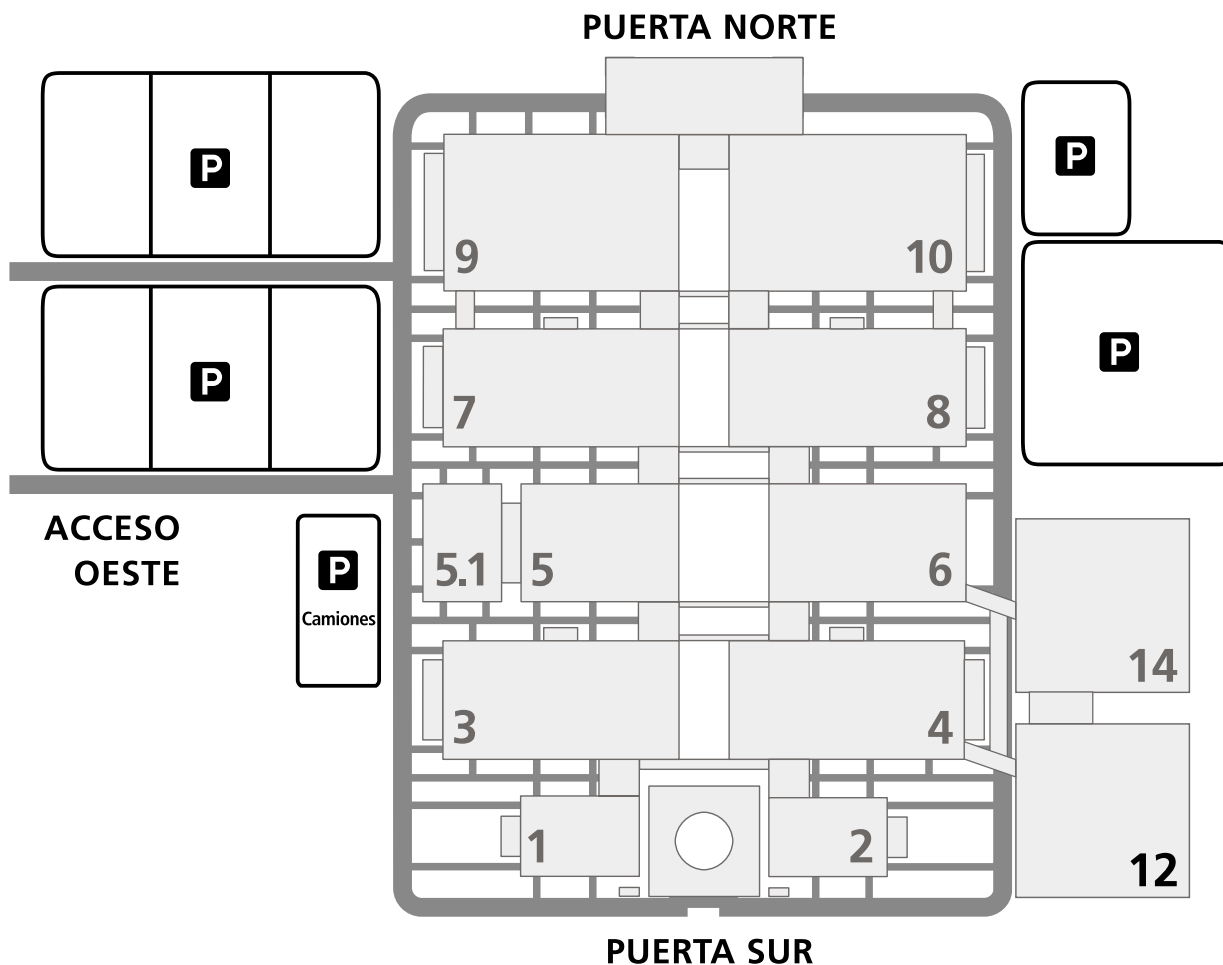
8.- El orden de descenso de mercancías será por orden de aproximación de las mercancías a cada montacargas.

9.- Personal de IFEMA les asignará montacargas en función de criterios de proximidad a su stand.

**Se ruega sigan en todo momento las instrucciones del personal responsable del servicio**

Para cualquier información adicional, consulte con la Dirección de Servicios FERIALES de IFEMA a través del número 902 22 15 15 o a la dirección de email: **stecnica@ifema.es**

## 7.- ZONA DE APARCAMIENTO DE VEHÍCULOS EN PERIODO DE MONTAJE/ DESMONTAJE (MÁXIMO 3.500 KG)



## 8.- NORMATIVA DE USO DE CARRETILLAS Y PLATAFORMAS ELEVADORAS.

Las empresas que deseen utilizar Carretillas y Plataformas Elevadoras deberán cumplimentar con, al menos, 30 días de antelación al inicio del montaje, el formulario **“Solicitud de acceso para carretillas y plataformas elevadoras”** firmada por el representante de la empresa y enviarla en los plazos y condiciones establecidas en la misma, a la dirección de correo electrónico **stecnica@ifema.es**. Pasado este plazo las solicitudes podrán no ser atendidas o autorizadas. IFEMA contestará dentro de los 7 días siguientes a su recepción.

**Por favor, lea atentamente las condiciones de autorización de uso y circulación de estas máquinas en el recinto reflejadas en el citado formulario.**

Una vez autorizada, la empresa expositora y/o montadora, en adelante “empresa”, podrá acceder al recinto ferial con la máquina autorizada en las condiciones que se reflejan a continuación:

1. Toda máquina deberá disponer de Marcado CE (RD 1644/2008).
2. Toda máquina deberá disponer de Seguro de Responsabilidad Civil, ya sea propio o de la empresa, en el que se identifique el nº de serie de la máquina.
3. Se deberá respetar la normativa vigente en relación con el uso de las Carretillas Elevadoras Automotrices y de las Plataformas Elevadoras. Esta normativa es de obligado cumplimiento. En caso de incumplimiento podrá retirarse la autorización de acceso debiendo abandonar el recinto.
4. Las máquinas se estacionarán exclusivamente en los lugares establecidos por IFEMA para ese fin (indicados en el plano incluido en el formulario de solicitud de acceso) y durante los periodos aprobados.



**5.** Cualquier máquina estacionada fuera de los lugares establecidos para ese fin y/o fuera de los períodos autorizados deberá ser retirada y se penalizará con el pago de la tarifa disuasoria, cuya única finalidad es conseguir el cumplimiento de la normativa y el respeto del periodo autorizado. **La máquina no podrá abandonar el recinto hasta no haberse realizado el pago de la penalización.**

**6.** Las tarifas vigentes están indicadas en: los accesos al recinto, los accesos a los aparcamientos y en los puntos de pago automáticos y manuales:-

**7.** En ningún caso se podrá estacionar ningún tipo de máquina en zonas de paso, en vías de evacuación o en zonas que supongan un riesgo para las personas presentes en el Recinto Ferial.

**8.** En los períodos de montaje y desmontaje, el estacionamiento de las máquinas en la zona establecida por IFEMA no tendrá coste para las empresas que hagan uso de ella.

**9.** En los períodos de celebración de ferias, otros eventos y fuera de los periodos de montaje y desmontaje al que fueron autorizados, las empresas podrán estacionar sus máquinas en las zonas establecidas al efecto abonando el coste de aparcamiento según las tarifas vigentes.

**10.** Sólo los trabajadores debidamente formados y autorizados por su empresa podrán manejar las máquinas. Las empresas incluirán en el formulario la relación de trabajadores autorizados a utilizar sus máquinas.

Los responsables de la máquina deben estar localizables, vía teléfono móvil, en todo momento mientras la máquina se encuentre en el Recinto Ferial. Sólo podrá manejar una máquina aquella persona que figure como autorizada en la relación de autorizados.

**11.** Todas las máquinas deberán disponer de una Pegatina de Acreditación de Acceso al Recinto Ferial. En esta pegatina figurarán los siguientes datos:

- Nº de Solicitud de acceso

- Nº serie de la máquina

- Certamen / Evento

**12.** Queda terminantemente prohibido realizar el mantenimiento de las máquinas dentro del Recinto Ferial, incluida la zona de estacionamiento definida por IFEMA.

**13.** Si la empresa necesita repostar su maquinaria, lo realizará de acuerdo al manual de uso de la misma.

**14.** Queda terminantemente prohibido desplegar el brazo de la Plataforma Elevadora, o cargas en Carretillas Elevadoras, sobre zonas de paso. Todos los movimientos de las máquinas deberán ser guiados desde el suelo por personal de las empresas, para evitar poner en riesgo a las personas presentes en la zona de trabajo.

**15.** En la zona de trabajo se deben garantizar las condiciones de seguridad establecidas según la normativa vigente.

**16.** En caso de máquinas no eléctricas la empresa garantizará la correcta combustión de la maquinaria y se comprometerá a tomar las medidas necesarias para garantizar la calidad del aire dentro de los pabellones donde se estén utilizando. La empresa deberá realizar mediciones de gases en caso de que IFEMA se lo indique, ante la sospecha de que su actividad esté produciendo emisiones de gases que puedan ser nocivos para las personas presentes en el Recinto Ferial.

**Siente la  
inspiración**

**ifema.es**





República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional  
Las Malvinas son argentinas

**Hoja Adicional de Firmas**  
**Anexo**

**Número:**

**Referencia:** Normas Generales de participación IFEMA

---

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 43 pagina/s.

Digitally signed by Gestion Documental Electronica  
Date: 2022.07.13 11:55:23 -03:00

Digitally signed by Gestion Documental  
Electronica  
Date: 2022.07.13 11:55:24 -03:00

# Guía de participación sostenible en ferias/eventos.



Expositores





# Introducción



**La sostenibilidad**, hoy en día, no es ya una opción sino una obligación para las empresas. No se puede afrontar el presente sin comprometerse con el futuro. Cualquier proyecto que tenga como objetivo su permanencia en el tiempo, deberá de hacerlo desde el respeto al planeta y a la sociedad.

**El sector MICE** (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions) se ha convertido en uno de los más relevantes por su capacidad de impactar en el entorno. Su pluralidad le otorga una capacidad de actuación de muy amplio espectro geográfico y vinculado a casi todos los sectores de la economía.

**Desde** IFEMA MADRID, somos conscientes de las múltiples relaciones que todo operador ferial y gestor de recinto de ferias y exposiciones establece. Estas relaciones se producen con clientes, expositores y visitantes, empresas y profesionales, también con proveedores y con la sociedad. Los medios de comunicación multiplican el impacto de cualquier acción que se lleve a cabo en los pocos días que duran estos eventos.

**Por ello ponemos el foco en las alianzas**, estableciendo guías de actuación y recomendaciones para minorar cualquier efecto negativo que pudiesen producir nuestras ferias y potenciar los positivos, tanto en lo que se refiere a concienciación como en reducción de residuos o al desarrollo social y económico. Las ferias se convierten por tanto en una oportunidad para crear valor compartido.

**La Guía de Participación Sostenible en Ferias**, es un análisis de los hitos que las empresas que decidan exponer en una feria se encontrarán en el ciclo de vida de la misma, y que podrán convertir en oportunidades para colaborar en el desarrollo de los objetivos de desarrollo sostenible.

**Para IFEMA MADRID es gratificante acompañarlos en este viaje.**





## Unas breves notas sobre la sostenibilidad:

La sostenibilidad supone ser eficaz en el presente sin comprometer el futuro. Se refiere fundamentalmente a tres ámbitos:

- **Económico:**  
Implica potenciar el crecimiento económico justo del entorno, apoyando conceptos como la innovación y el emprendimiento, y garantizando la riqueza compartida.
- **Medioambiental:**  
Supone el compromiso de una utilización racional de los recursos naturales, estableciendo las medidas necesarias para su renovación.
- **Social:**  
Fomentar la justicia social y luchar contra la desigualdad. Hacer que el crecimiento de una empresa suponga también el crecimiento en la calidad de vida de la personas.
- **ODS (Objetivos de desarrollo sostenible):**  
La agenda 2030 ha establecido como guía de actuación los Objetivos de Desarrollo Sostenible que sirven como referencia para que las compañías puedan encuadrar sus objetivos.  
  
Cada empresa que decida establecer un Plan General de RSC será porque entiende que la sostenibilidad deberá de ser parte de su estrategia de negocio.  
  
La conclusión deberá ser actuar, pero también medir, y que a la "Memoria Anual de Resultados" le acompañe a partir de ahora una "Memoria de Sostenibilidad" donde se incluyan los resultados no económicos.



# Índice





**1. Preparación de la feria o evento:**

- Preparación de la feria o evento
- Materiales para la construcción del stand
- Consumibles
- Material promocional
- Mercancías y embalaje

**2. Montaje:**

- Consumos
- Seguridad
- Productos químicos
- Residuos
- Embalajes
- Transporte

**3. Entrada de mercancías:**

- Consumos
- Seguridad
- Consumibles y material promocional
- Embalajes
- Transporte
- Residuos

**4. celebración:**

- Concienciación del equipo
- Material
- Transporte de personas
- Transporte de mercancías
- Catering
- Residuos diarios

**5. Salida de mercancías**

- Consumos
- Seguridad
- Consumibles y material promocional
- Embalajes
- Transporte
- Residuos

**6. Desmontaje**

- Residuos
- Consumos
- Seguridad
- Embalajes
- Transporte

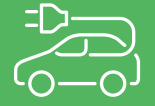
**7. Cátering**

**8. Transporte**

**9. Anexos**







# 1. Preparación de la feria o evento





El expositor ha decidido participar en la feria y está estableciendo cuál va a ser su modelo. Para ello, podrá contar con su departamento de marketing, con la colaboración de una agencia externa o decidir ir vía concurso.

En cualquiera de los tres casos, estos son los aspectos que debería de tener en cuenta durante la preparación de la feria:

- **Materiales para la construcción del stand**
- **Consumibles**
- **Material promocional**
- **Mercancías y embalaje**

Todos los materiales que planifiquemos utilizar en la feria, tanto en la construcción del stand, como en los consumibles, material promocional y embalaje deberá seguir entre otras, el criterio de las 5 R, estas son en este orden:

- **Reflexionar, repensar o reemplazar:** sustituir aquellos productos químicos o materiales peligrosos por otros de menor peligrosidad para las personas y el medio ambiente.
- **Reducir:** minimizar todo lo posible el volumen o el peso de los materiales que vayamos a utilizar.
- **Reutilizar:** volver a utilizar el material ampliando su vida útil.
- **Reparar:** arreglar los materiales que se puedan romper para ampliar su vida útil antes de desecharlos.
- **Reciclar:** dar una salida valorizable a aquellos materiales que se necesite desechar (residuos), de manera que se transformen en otros materiales o productos.





## Materiales para la construcción del stand

En lo que se refiere al stand, aplica tanto a stands de diseño libre, como a aquellos ofrecidos por el organizador de la feria, siendo una forma de impulsar la sostenibilidad desde su posición de cliente.

### Madera:

En caso de que sea un stand construido en madera deberá solicitar:

- Que tenga la etiqueta FSC o PEFC y/o
- Que cuente con un porcentaje reciclado y/o
- Que le informen del seguimiento de reutilización durante un año.
- Finalmente, cuando no se pueda reutilizar más la madera y se deba eliminar, la empresa montadora deberá asegurar su transporte a gestor autorizado de residuos para su reciclado (instalación de tratamiento).

### Aluminio:

En caso de que sea un stand construido en aluminio deberá solicitar:

- Que este provenga de fábricas que consumen fuentes de energía 100% renovables y/o

- El fabricante del aluminio suministrado tenga un sistema de gestión ambiental implantado y certificado conforme a las normas ISO 14001 o EMAS por empresa certificadora acreditada, o, certificados equivalentes expedidos por organismos establecidos en cualquier estado miembro de la unión europea. También se aceptarán otras pruebas de medidas equivalentes de garantía ambiental que presenten los empresarios.
- El montador deberá reutilizarlo y cuando cumpla con su vida útil deberá asegurar que la empresa montadora lo transporte a gestor autorizado de residuos para su reciclado (instalación de tratamiento).

### Cartón:

En caso de que sea un stand construido en cartón, deberá solicitar:

- Que tenga la etiqueta FSC o PEFC y/o
- Que cuente con un porcentaje reciclado.
- Finalmente, la empresa montadora deberá asegurar su transporte a gestor autorizado de residuos para su reciclado (instalación de tratamiento).





### **Lonas/Textil:**

- Textil que cuente con un porcentaje reciclado en su composición (ej: botellas de plástico, redes de pesca, neumáticos, poliéster reciclado, algodón y lana reciclados, etc.) y/o
- Textil que esté compuesto por materiales orgánicos (ej: algodón orgánico, fibras de árbol, fibra de bambú, fibras de naranja, hojas de piña, telarañas, café, etc.).
- Buscar una utilidad social posterior a la feria (ceder a una organización social que pueda darle un uso, como fabricación de bolsos, mochilas, ropa, chubasqueros, sombreros, manteles, carteras, esterillas, mandiles, suelas de zapatos, etc.).

### **Iluminación:**

- Asegurarse de que el proyecto utiliza iluminación eficiente, led o similar.

### **Plantas decorativas:**

- Utilizar plantas naturales y planificar su destino final tras el fin de la celebración (ej: ceder a organización social que pueda replantarlo, etc).

Por otro lado, hay que tener en cuenta que, una vez que se haya aprobado el diseño del stand y antes de comprometerse con el creador del mismo / montador, deberá asegurarse de que se compromete a:

- Tener aprobado el proyecto de acuerdo con la normativa aplicable a nivel local, así como cualquier instrucción o directriz del organizador.
- Especialmente en lo que se refiere estructuras aéreas, deberá legalizar el proyecto de puntos de cuelgue.

Con carácter general, deberá exigir a la empresa que vaya a llevar a cabo el montaje que cumpla con sus obligaciones legales en materia de seguridad social, hacienda y prevención de riesgos laborales. Estas son algunas de ellas:

- Alta de sus trabajadores en la Seguridad social.
- Estar al corriente de pagos con la seguridad Social y hacienda.
- Garantía de que sus trabajadores han recibido la información y formación necesaria en prevención de riesgos laborales para los trabajos que vaya a desempeñar de montaje y desmontaje.
- Modelo de organización preventiva de la empresa.
- Aptos médicos de los trabajadores.
- Recibir de los trabajadores de los equipos de protección individual.



## Consumibles

Al margen del material promocional, aquellos materiales de trabajo que van a utilizarse en el stand de forma continua por la propia empresa (papel, material de escritura, vasos etc).

### Aspectos a tener en cuenta:

- Consumo responsable:
  - Realice las previsiones adecuadas para evitar, en la medida de lo posible, excedentes.
- Intente evitar artículos de un solo uso que no permitan su reciclado.
- En el caso del papel o elementos de cartón, asegúrese que cuentan con la etiqueta FSC o PEFC.
- En el caso de otros materiales que no sean papel o cartón asegúrese que:
  - Sean reciclables y tengan algún componente reciclado.
  - ¡No al plástico! o en caso de que lo tenga como componente, que sea biodegradable, es decir, fabricados a partir de materias primas renovables, como el maíz, la yuca, las patatas o el trigo.

- A la hora de adquirirlos busque proveedores:
  - En el entorno cercano. Economía local.
  - Producidos por Centros Especiales de Empleo. Economía Social.
  - Empresas que apuesten por el I+D o empresas de reciente creación. Innovación y emprendimiento.



## Material Promocional

Incluye aquellos elementos que la empresa va a distribuir con el objetivo de trasladar información sobre su compañía o sus productos y servicios, pero también para dar a conocer su marca o fidelizar clientes: folletos y material de merchandising principalmente.

### Aspectos a tener en cuenta:

- Deberán de ser coherentes, tanto en su mensaje como en su composición y adquisición, con los valores que quiere transmitir la compañía.
  - Consumo responsable
    - Realice las previsiones adecuadas para evitar, en la medida de lo posible, excedentes
- En caso de folletos en papel o cartón, asegurarse de que cuenten con la etiqueta FSC o PEFC.
- Materiales de otros elementos:
  - Ser reciclables y tener algún componente reciclado.
  - ¡No al plástico! o en caso de que lo tenga como componente, que sea biodegradable, es decir, fabricados a partir de materias primas renovables, como el maíz, la yuca, las patatas o el trigo.
- A la hora de adquirirlos busque proveedores:
  - En el entorno cercano. Economía local.
  - Producidos por Centros Especiales de Empleo. Economía Social.
  - Empresas que apuesten por el I+D o empresas de reciente creación. Innovación y emprendimiento.





## Mercancías y embalaje

- Hacer una previsión adecuada de la mercancía que va a precisar en el stand, ya que al ser más eficiente evitando trasladar al montaje mercancía que luego deba de retornar a sus almacenes, se estará reduciendo las necesidades de transporte, embalaje y consecuentemente en la generación de residuos.
- El embalaje de las mercancías que va a precisar en el stand será el mínimo posible (ej: optimizar su tamaño reduciendo los rellenos necesarios, reducir el flejado necesario, etc.).
- Busque embalajes que puedan ser utilizados tanto en la entrada como en la salida de mercancías, fomentando su reutilización.
- El material de embalaje (ej: madera, cartón, etc.) será reciclable y además, tendrá algún componente reciclado y/o certificado FSC o PEFC.
- El relleno será de papel-cartón en vez de plástico.
- Se sustituirán los flejes de plástico por otros materiales como el textil o el metal en la medida de lo posible.
- No utilizar el plástico film.





## 2. Montaje de la feria o evento

Expositores



## Consumibles

El periodo de montaje tiene incidencia en diferentes aspectos relativos a la sostenibilidad.

### Consumos:

- Ajustese a los horarios de montaje establecidos por la organización. La necesidad de prolongar jornadas por encima del plazo previsto, incide directamente en los consumos necesarios para mantener los espacios abiertos y en funcionamiento.
- Utilice, en la medida de lo posible, maquinaria eficiente de bajo consumo.
- Acuérdesse de apagar los equipos cuando no los vaya a utilizar o utilice un temporizador para su apagado.

### Seguridad:

- Es imprescindible que todas las personas que vayan a participar en el montaje, utilicen los equipos de protección individual.
- Tal y como citábamos en la preparación de feria, la empresa montadora deberá de asegurar que cumple con las exigencias legales en materia de seguridad y salud, así como cualquier otra norma o instrucción que, con carácter particular, haya establecido la organización de la feria o el recinto donde esta tiene lugar.

### Productos químicos:

Utilizar en la medida de lo posible, productos químicos no peligrosos (ej: pintura en base agua en vez de en base disolvente, tintas naturales en vez de sintéticas, etc).

### Residuos:

Entre la agenda 2030, se establece que, en 2025, sólo un 40% de los residuos generados podrán ir a vertedero, teniendo que reciclarse o destinándose a valorización el resto. Este porcentaje, se reducirá a un 10% en 2030.







Por ello, y porque entendemos que la generación excesiva de residuos y su tratamiento inadecuado es uno de los principales problemas ocasionados en las ferias, consideramos imprescindible en la etapa de montaje:

- Pensar primeramente en utilizar materiales o embalajes que generen una menor cantidad de residuos al final de la vida útil del material, reduciendo la cantidad de residuos generados desde el origen (ej: menor espesor o menor peso, etc.).
- Pensar también en utilizar materiales que se puedan reutilizar en otras ferias (ej: materiales con los que se construye el stand que se puedan utilizar en otras ferias, etc).

- Por último, hay que pensar en utilizar materiales, que, si no se pueden reducir o reutilizar, al menos se puedan reciclar llevándolos a instalaciones de tratamiento autorizadas. Para ello, hay que informarse sobre el sistema de tratamiento de residuos que establece el organizador de la feria. En caso de que no exista información clara al respecto, exija que se le comuniquen las opciones.

Las empresas montadoras deben de ser conscientes de que su posición es la de productores de los residuos y, consecuentemente, los máximos responsables de su gestión. Deberán de tener como objetivo, el cumplir con el nivel de segregación que se describe a continuación y destinar todos los residuos, excepto el de resto, a gestor de residuos autorizado para su reutilización o reciclado.

La empresa montadora deberá segregar como mínimo los residuos que genere durante el montaje en los siguientes tipos: "Papel-cartón", "Envases", "Orgánico", "Vidrio", "Madera" y "Resto". Podrá ampliar la segregación al "Textil".

En todo caso, todas las fracciones de residuos descritas con anterioridad se deberán destinar a gestor autorizado de residuos para su reciclado, excepto el "resto", que son todos aquellos residuos que no se pueden reciclar.

#### **Embalajes:**

Guarde los embalajes para reutilizarlos posteriormente en otros montajes o en el desmontaje. Siga las recomendaciones descritas en preparación de feria para embalajes.

#### **Transporte:**

Siga las recomendaciones descritas en el apartado transporte de esta guía.





# 3. Entrada de mercancías







El periodo de entrada de mercancías tiene incidencia en diferentes aspectos relativos a la sostenibilidad.

**Consumos:**

- Ajustese a los horarios de entrada de mercancías establecidos por la organización. La necesidad de prolongar jornadas por encima del plazo previsto, incide directamente en los consumos necesarios para mantener los espacios abiertos y en funcionamiento.
- Utilice, en la medida de lo posible, maquinaria eficiente de bajo consumo.
- Acuérdesese de apagar los equipos cuando no los vaya a utilizar o utilice un temporizador para su apagado.

**Seguridad:**

- Es imprescindible que todas las personas que vayan a participar en la entrada de mercancías, utilicen los equipos de protección individual.
- Tal y como citábamos en preparación de feria, la empresa que descargue y monte las mercancías deberá de asegurar que cumple con las exigencias legales en materia de seguridad, así como cualquier otra norma o instrucción que, con carácter particular, haya establecido la organización de la feria o el recinto donde esta tiene lugar.

**Consumibles y material promocional:**

Tanto los consumibles como el material promocional deberán de seguir las recomendaciones descritas en preparación de feria.





### **Embalajes:**

En la entrada de mercancías cobra especial relevancia el tratamiento de los embalajes. Nuestra recomendación es:

- Siga las recomendaciones descritas en preparación de feria para embalajes.
- Asegúrese poder almacenarlos en algún lugar que le facilite su reutilización posterior.

### **Transporte:**

Siga las recomendaciones descritas en el apartado transporte de esta guía.

### **Residuos:**

No se deberían generar residuos en esta etapa si se siguen las recomendaciones descritas para embalajes tanto en el apartado de preparación de feria como éste de Entrada de mercancías.







# 4. Celebración de la feria o evento





### **Concienciación del equipo:**

Para ser conscientes de lo que implica la sostenibilidad y de la influencia de nuestros comportamientos, es imprescindible tener información clara al respecto. Por eso, como paso previo a la celebración, es importante que todas aquellas personas que van a atender su stand durante el certamen, reciban previamente una charla breve y concreta en la que se les transmita el compromiso de la empresa y como pueden, con su actuación durante ese evento, contribuir a alcanzarlo.

Como guía, consideramos muy importante que les transmitan las siguientes indicaciones:

- Mantenga limpia las instalaciones y haga un uso correcto de las mismas.
- Haga un consumo responsable de los recursos naturales: apague grifos, iluminación y equipamiento cuando no los esté utilizando.
- Comunique de inmediato a los responsables del recinto cualquier fuga que detecte (agua, gas...).
- Al finalizar cada jornada, deberá de depositar en las papeleras de manera segregada (papel-cartón, envases, orgánico, vidrio y resto) los residuos que haya generado ese día.

### **Material:**

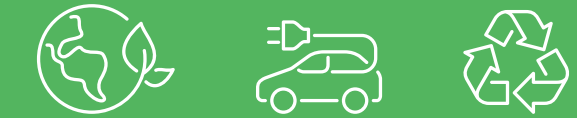
En este punto incluimos:

- Consumibles.
- Material promocional.

En ambos casos, deberán de tenerse en cuenta todos los aspectos citados al respecto en la fase de preparación.







Como complemento a esas instrucciones, dos recomendaciones:

- Controle la distribución que haga del material promocional. Tenga en cuenta que su objetivo deberá de ser dar a conocer su empresa y sus productos, no colmar las papeleras del recinto.
- Asegúrese de tener previsto un destino final para aquel material que no se consuma. Le sorprendería saber el valor que muchos de esos elementos pueden tener en centros especiales de ocupación u ONGs. Todo consiste en encontrar el lugar adecuado.

**Transporte de personas:**

Siga las recomendaciones descritas en el apartado transporte de esta guía.

**Transporte de mercancías:**

Siga las recomendaciones descritas en el apartado transporte de esta guía.

**Catering:**

Siga las recomendaciones descritas en el apartado catering de esta guía.

**Residuos diarios:**

Con respecto a los residuos que se generan diariamente:

- Deberá separarlos dentro de su stand en 5 fracciones en bolsas/contenedores/papeleras separados de: papel-cartón, envases, orgánicos, vidrio y resto.
- Tras finalizar la jornada, el personal contratado por usted para la limpieza de su stand deberá de retirar sus residuos y gestionarlos en estas 5 fracciones de manera separada, de manera que los transporte y lleve a instalaciones de tratamiento para su reciclaje/valorización.

Infórmese del sistema de segregación y recogida que esté establecido en el recinto. En caso de que exista algún otro, por ejemplo madera, deberá de tenerlo en cuenta.



# 5. Salida de mercancías

Expositores



Si hemos actuado conforme a lo establecido en los puntos anteriores, la salida de mercancías no deberá de suponer complicaciones añadidas de cara a hacerlo de forma sostenible.

Fundamentalmente, deberá de ocuparse de los siguientes aspectos:

**Embalajes:**

En la salida de mercancías cobra especial relevancia el tratamiento de los embalajes. Nuestra recomendación es:

- Siga las recomendaciones descritas en preparación de feria para embalajes.
- Asegúrese poder almacenarlos en algún lugar que le facilite su reutilización posterior.

**Transporte:**

Siga las recomendaciones descritas en el apartado transporte de esta guía.

**Consumibles y material promocional:**

Si hemos realizado de forma adecuada la planificación, no existirá una cantidad relevante de excedentes. En cualquier caso, no olvidemos las opciones que hemos visto anteriormente:

- Si vamos a utilizarlo en otros eventos, incorporemos su recogida a la recogida de mercancías, atendiendo las instrucciones dadas al respecto de su retirada.
- Si no podemos reutilizarlos, recordemos la opción de donarlos a la alguna organización social. Bolígrafos, cuadernos, bolsas.... Todo puede tener un uso.
- Por último, en caso de no haber sido posible optar por ninguna de las opciones anteriores, asegúrese de que su tratamiento como residuo se realiza de forma adecuada, segregando, en la medida de lo posible, los diferentes componentes (ver apartado gestión de residuos).





**Residuos:**

No se deberían generar residuos en esta etapa si se siguen las recomendaciones descritas para embalajes, consumibles y material promocional tanto en el apartado de preparación de feria como éste de Entrada de mercancías.

En el caso de consumibles y material promocional que no ha sido posible reutilizar o donar, deberá por este orden:

- Cargarlo y recogerlo como si de cualquier otra mercancía se tratara y llevárselo a sus instalaciones.
- Si no quiere o no puede cargarlo o recogerlo deberá ponerse en contacto con el recinto ferial para que le indique las posibilidades de gestión que le ofrecen (ej: depositarlo en las papeleras de los pabellones de manera segregada, etc.).

**Seguridad:**

- Es imprescindible que todas las personas que vayan a participar en la salida de mercancías, utilicen los equipos de protección individual.
- Tal y como citábamos en la preparación de feria, la empresa que cargue y recoja las mercancías deberá de asegurar que cumple con las exigencias legales en materia de seguridad, así como cualquier otra norma o instrucción que, con carácter particular, haya establecido la organización de la feria o el recinto donde esta tiene lugar.

**Consumos:**

- Ajustese a los horarios de salida de mercancías establecidos por la organización. La necesidad de prolongar jornadas por encima del plazo previsto, incide directamente en los consumos necesarios para mantener los espacios abiertos y en funcionamiento.
- Utilice, en la medida de lo posible, maquinaria eficiente de bajo consumo.
- Acuérdesese de apagar los equipos cuando no los vaya a utilizar o utilice un temporizador para su apagado.



# 6. Desmontaje de la feria o evento

Expositores





El periodo de desmontaje es, junto con el de montaje, el que mayor incidencia tiene en lo que se refiere a residuos. Dos aspectos a tener en cuenta y que convierten este tema en prioritario en esta fase.

- Generalmente el desmontaje se realiza en plazos de tiempo muy limitados.
- Es posible que no se pretenda reutilizar los materiales por lo que se opte por el retiro y la retirada conjunta.

De todos modos, si bien la gestión de residuos va a ser el punto primordial a tratar aquí, es necesario no olvidar y tener en cuenta el resto de aspectos que ya hemos descrito en otros apartados de esta guía:

- **Residuos**
- **Consumos**
- **Seguridad**
- **Embalajes**
- **Transporte**

### **Residuos:**

El montaje y desmontaje de nuestro stand podremos realizarlo directamente o subcontratarlo a otra empresa, bien con el organizador de la feria, bien con una tercera empresa, y, en este último caso, bien de forma directa, bien a través de una agencia que gestione toda nuestra participación. En cualquier caso, debemos considerarnos responsables de que el proceso se realice de forma sostenible y, para ello, incorporar las actuaciones que a continuación vamos a enumerar o exigir a su proveedor que las cumpla.





Los objetivos a perseguir son fundamentalmente:

**1: Reducir el volumen de residuos generados.**

**2: Segregar los mismos.**

**3: Valorizar el mayor porcentaje posible.**

Como siempre, es fundamental la planificación.

Teniendo en cuenta el tiempo destinado a desmontaje los objetivos planteados, deberá de determinar los recursos que serán necesarios para ello.

**1: Reducir el volumen/peso de residuos generados:**

A la hora de planificar su participación, sea consciente de los beneficios de plantear un stand que pueda reutilizar para su participación en más de un evento, no sólo en lo que se refiere a sostenibilidad, sino también a costes para su empresa.

En caso de que se produzca la reutilización total, aplique, en lo referente a embalaje y transporte, los consejos que previamente hemos establecido con respecto a las mercancías.

En caso de no tener prevista la reutilización total de su stand:

Reutilización parcial: analice las piezas que lo componen para determinar si hubiese algunas que sí pueden ser de utilidad en futuras ocasiones o para otro tipo de actividades (ej: madera, aluminio, cartón, tornillería, lonas, iluminación, cableado, moquetas, plantas, etc.).

Analice los materiales que no vaya a reutilizar a ver qué salidas se les puede dar, por ejemplo:

Textiles: pueden ser utilizados por centros de ocupación especial u otras instituciones para fabricar otros materiales/productos (ejemplo lonas se reciclan en centros especiales de empleo transformándose en bolsos o bolsas promocionales) o

Plantas naturales: envío a centros especiales de empleo o empresas de jardinería para ser replantadas.

Productos alimentarios: envío a ONGs para su aprovechamiento.

**2 y 3: Segregación y valorización de residuos:**

En caso de que no se hayan podido reducir ni reutilizar los materiales y haya que desecharlos, estos se deberán gestionar como residuos.

Las empresas montadoras deben de ser conscientes de que su posición es la de productores de los residuos y, consecuentemente, los máximos responsables de su gestión. Deberán de tener como objetivo, el cumplir con el nivel de segregación que se describe a continuación y destinar todos los residuos, excepto el de resto, a gestor de residuos autorizado para su reutilización o reciclado.

La empresa montadora deberá segregar como mínimo los residuos que genere durante el montaje en los siguientes tipos: "Papel-cartón", "Envases", "Orgánico", "Vidrio", "Madera" y "Resto". Podrá ampliar la segregación al "Textil".

En todo caso, todas las fracciones de residuos descritas con anterioridad se deberán destinar a gestor autorizado de residuos para su reciclado, excepto el "resto", que son todos aquellos residuos que no se pueden reciclar.



### Consumos:

- Ajústese a los horarios de desmontaje establecidos por la organización. La necesidad de prolongar jornadas por encima del plazo previsto, incide directamente en los consumos necesarios para mantener los espacios abiertos y en funcionamiento.
- Utilice, en la medida de lo posible, maquinaria eficiente de bajo consumo.
- Acuérdesese de apagar los equipos cuando no los vaya a utilizar o utilice un temporizador para su apagado.

### Seguridad:

- Es imprescindible que todas las personas que vayan a participar en el desmontaje, utilicen los equipos de protección individual.
- Tal y como citábamos en preparación de feria, la empresa montadora deberá de asegurar que cumple con las exigencias legales en materia de seguridad y salud, así como cualquier otra norma o instrucción que, con carácter particular, haya establecido la organización de la feria o el recinto donde esta tiene lugar.

### Embalajes:

- Reutilice los embalajes utilizados en el montaje o en otros montajes y desmontajes de ferias.
- Siga las recomendaciones descritas en preparación de feria para embalajes.

### Transporte:

- Siga las recomendaciones descritas en el apartado transporte de esta guía.





# 7. Catering de la feria o evento





El consumo de alimentos y el tratamiento de los excedentes y residuos, es un aspecto muy relevante en lo que se refiere a la participación sostenible en una feria, congreso o evento.

Por lo que se refiere a la Celebración, hay dos aspectos singulares a estudiar:

#### **Personal del stand:**

Es recomendable, si el objetivo es tener un control sobre el impacto producido, en todos los aspectos que pueden depender de nosotros, intentar actuar con posibilidades controladas.

Para ello, los organizadores de la feria, habitualmente ofrecen opciones de asistencia o proporcionan empresas encargadas de satisfacer esta necesidad. Y por supuesto, pueden organizarlo directamente desde la propia empresa expositora.

En cualquiera de los tres casos, hay consideraciones a tener en cuenta, bien directamente, bien solicitándole a la empresa concesionaria que lo garantice.

Para ello, tenga en cuenta las recomendaciones que se describen abajo en los apartados Productos y alimentos y Envases y recipientes.

#### **Atención a visitantes:**

Antes de avanzar en este punto, es preciso animarle a que reflexione al respecto de su necesidad y del tipo de atención que va a ofrecer. Realice esta reflexión apostando por un consumo responsable. Dependiendo del volumen que quiera asumir, entendemos que tomará la decisión de contratar a una empresa especializada o llevarlo a cabo directamente con sus recursos.

En ambos casos, deberá de tener en cuenta las siguientes consideraciones:

- Infórmese de la normativa que aplica en el recinto ferial en cuanto a catering se refiere.
- Por último, tenga en cuenta las recomendaciones que se describen abajo en los apartados “Productos y alimentos” y “Envases y recipientes”.





**Productos y alimentos:**

La empresa expositora es responsable de que los catering que contratan sean seguros y no causen intoxicaciones alimentarias. Para ello, deberá asegurarse de que la elaboración y distribución de los alimentos en las empresas de catering contratadas cumplen con la legislación de seguridad alimentaria.

Una forma sencilla de comprobar que estas empresas cumplen con este tipo de normativa, son las certificaciones oficiales (ej: certificación de la norma ISO 22000 de la empresa de catering u otra de similares características equivalente, auditoría de la empresa expositora a la empresa de catering para homologarla, etc).

Le invitamos a seguir estas recomendaciones para que dicho servicio sea más sostenible:

- Comunicar la previsión diaria de visitantes a su stand a la empresa de catering para evitar generar excedentes de alimentos innecesarios.
- Donar los excedentes alimentarios que puedan generarse (aunque deberían de ser los mínimos posibles si se hace una previsión diaria adecuada) a ONGs locales para su reparto a personal con bajo recursos.
- Tener en cuenta las alergias e intolerancias alimentarias. Estos productos estarán identificados.
- Ofrecer productos ecológicos y/o de producción local y/o comprados en organizaciones de comercio justo. Estos productos estarán identificados.
- Por último, se podrán ofrecer productos veganos, Halal, Kosher, etc si se sabe que pueden visitar el stand personas con este tipo de sensibilidades.





### Envases y recipientes:

Ejemplo de envases y recipientes:

- Vasos/copas,
- Platos,
- Cubiertos,
- Servilletas y manteles,
- Bolsas,
- Pajitas y agitadores de bebidas,
- Envases de alimentos,
- Envoltorios de dulces y snacks salados,
- Monodosis de cafés,
- Monodosis de salsas y aliños,
- Cualquier otro tipo de envases de un solo uso

Todos los envases y recipientes utilizados serán aptos para uso alimentario.

La empresa expositora priorizará que los envases y recipientes de los catering sean de materiales reutilizables (cristal, textil, etc.), evitando los de un solo uso.

En caso de no ser posible y siempre de manera justificada, los envases y recipientes de un solo uso deben de (además de ser aptos para uso alimentario):

- Estar compuestos de materiales reciclados,
- Estar fabricados bajo criterios medioambientales (ej: fabricante de los envases o recipientes certificado bajo la norma internacional ISO 14001/EMAS, envases de cartón con marcado FSC o PFCE, o etiquetas medioambientales de producto tipo Ecolabel, AENOR Medio Ambiente, Ángel azul alemán, Cisne nórdico noruego, Producto natura 2000, EPD u otras equivalentes) y, además,
- Recuerde, después de su uso debe de llevarse a una instalación de tratamiento de residuos (gestor autorizado) para ser reciclados o valorizados.

La empresa expositora priorizará el uso de dispensadores a granel o jarras para bebidas.





# 8. Transporte



**Transporte de mercancías:**

En ocasiones, durante el desarrollo de una feria, se producen entradas y salidas de mercancías, bien porque se permite venta directa, bien por reposición o sustitución.

En este caso, como en todos los aspectos de esta Guía, es muy necesario realizar al inicio del proyecto la planificación adecuada para garantizar que la necesidad se afronta de forma racional y sostenible. Esta actividad se lleva a cabo durante el montaje, entrada de mercancías, celebración, salida de mercancías y desmontaje.

El transporte lo puede realizar la propia empresa expositora o bien se puede contratar a un tercero, pudiendo ser éste el organizador de la feria, que podría ofrecer ese servicio, infórmese a este respecto.

En la medida de lo posible es recomendable que los materiales para la construcción del stand, consumibles y material de exposición sea contratado con proveedores locales. Si esto no fuera posible, intente que el transporte utilizado sea bajo en emisiones, además de las siguientes recomendaciones en caso de que el transporte fuera por carretera:

- Seleccionar el tamaño de vehículo, de manera que sea adecuado a su carga. Evite transportar aire.
- Utilizar en la medida de lo posible, vehículos de combustibles alternativos (gas, híbridos, eléctricos, etc.).
- Utilizar vehículos adecuadamente mantenidos (ITV y mantenimientos periódicos al día)
- Los vehículos utilizarán neumáticos de baja resistencia a la rodadura (letras A o B) y estarán correctamente hinchados.
- Planificar las rutas de manera que se seleccionen en aquellas que supongan menos kilómetros recorridos y que supongan menos tiempos de espera.
- Reducir la velocidad durante el transporte.







### Transporte de personas:

Esta actividad se lleva a cabo durante el montaje, entrada de mercancías, desmontaje, salida de mercancías, pero, sobre todo, durante la celebración. El equipo que atiende un stand se traslada todos los días al recinto para llevar a cabo su labor. Desde la organización de la logística del stand deberán de tenerse en cuenta dichos traslados a la hora de intentar minimizar el efecto producido por los mismos (ej: Se podría contratar un servicio particular de traslado del hotel al recinto ferial todos los días tanto de ida como de regreso). Normalmente es un transporte colectivo (ej: autocar, furgoneta, etc) lo que permite reducir costes y emisiones favoreciendo un menor número de vehículos circulando por las calles, mejorando la calidad del aire). Algunas recomendaciones efectivas y que deberá de tener en cuenta:

En caso de que usted y sus empleados no sean residentes en la ciudad donde se celebra el evento:

- Utilice preferentemente y en la medida de lo posible, el tren como medio de transporte de largo recorrido y en caso de desplazarse en avión, seleccionar aquellas compañías aéreas que:
  - Pongan en marcha iniciativas para reducir el impacto ambiental de sus vuelos (por ejemplo: aviones más eficientes, aviones de menos peso, aviones que emitan menos gases de efecto invernadero, sustitución de envases de plástico por envases de vidrio a bordo, acciones de compensación de huella de carbono, separación de residuos generados a bordo para su reciclado, etc.) y,
  - Colaboren con ONG para fines sociales.
- Una vez en llegados a su destino, desplácese hasta el hotel utilizando transporte público o colectivo (microbuses, autocares, etc).

- Seleccione alojamientos en función de estos criterios:
  - Que exista una ruta fácil en transporte público para ir al evento o,
  - Que cuenten con transporte colectivo al recinto ferial con motivo del evento y seleccione esa opción para el traslado de su equipo.
- En caso de utilizar vehículo propio, organícese para que sea transporte compartido.
- En caso de alquiler de vehículos, garantice que sean vehículos eléctricos o bajo en emisiones.
- Es importante tener en cuenta estas recomendaciones, haciéndolas extensivas a sus traslados por la ciudad donde se celebra el evento fuera de las horas del mismo (cenas, conferencias, etc.).

En caso de que usted y sus empleados sean residentes en la localidad donde se celebra el evento:

- Fomente el uso del transporte público por parte de su equipo.
- En caso de alquiler de vehículos, garantice que sean vehículos eléctricos.
- En caso de utilizar vehículo propio, organícese para que sea transporte compartido.





# 9. Anexos





## Anexo I: Sostenibilidad en Instalaciones Feriales

### 1º. En cuanto a la gestión del recinto ferial:

El recinto ferial debe de tener compromisos claros con el desarrollo sostenible que incluyan:

- La reducción de la huella de carbono y del impacto ambiental de la actividad del recinto ferial.
- La seguridad de las personas que trabajen y visiten el recinto ferial.
- La transparencia en la gestión.
- Acciones de innovación y emprendimiento y
- Acciones sociales.

Ejemplo de compromiso con el desarrollo sostenible verificado por una tercera parte independiente:

- Implantación y certificación por organismo acreditado, de normas o estándares nacionales o internacionales relacionados con la gestión sostenible de eventos, la gestión ambiental, la eficiencia energética, la seguridad y la calidad del servicio prestado. Ejemplos de normas más importantes: ISO 20121, ISO 50001, ISO 14001, EMAS, ISO 22320, ISO 45001, normas accesibilidad universal, etc.

Materia de sostenibilidad:

- Normativa de Compliance publicada y actualizada.
- Planes de Responsabilidad Social Corporativa y/o Planes de voluntariado publicados y actualizados.
- Aquellas ferias organizadas por el propio recinto ferial deben de promover acciones sociales, de innovación y/o emprendimiento dentro de su programa de actividades.

### 2º. En cuanto al consumo de fuentes de energía:

- Iluminación de bajo consumo en pabellones y salas de reuniones.
- Energía eléctrica origen 100% renovable certificada.
- Instalaciones de producción de energía renovable instaladas: placas solares, geotermia, etc.
- Control de la temperatura de las instalaciones durante la celebración, de manera que no supere los 21 grados en invierno ni baje de los 26 grados en verano.
- Los stands que ofrece el recinto ferial tienen iluminación LED incorporada.

### 3º) En cuanto al consumo de agua:

- Grifería electrónica y con perlizadores instalados en todos los grifos.
- Retretes doble descarga.
- Urinarios secos.
- Agua regenerada para el riego.
- Sistemas de riego por goteo.







#### 4º. En cuanto al consumo de papel del recinto ferial:

- Papel proveniente de bosques sostenibles (marcado FSC, PEFC, etc.).
- Gestión on-line de las entradas de manera preferente.
- Material para el acceso a la feria fabricado con elementos reciclados (ej: entradas, pulseras, etc.) y reciclable al final de su vida útil.

#### 5º. En cuanto al consumo de moqueta instalada por el recinto ferial:

- Se reutiliza en la medida de lo posible.
- Su composición permite su reciclado.

#### 6º. En cuanto a la movilidad y transporte, el recinto ferial:

- Dispone de transporte público cercano a las instalaciones.
- Dispone de parking para coches eléctricos con suministro eléctrico 100% renovable.
- Dispone de parking para bicicletas.
- Dispone de transporte interno (autobús o similar) que utiliza energías alternativas (eléctrico, gas, biodiesel, híbridos, etc.).

- Ofrece descuentos con empresas de transporte viajeros (aviones, trenes, metro, autobuses, etc.) para expositores y visitantes.
- Ofrece transporte colectivo (en autobuses) para el transporte desde el hotel al recinto ferial de manera gratuita.
- Dispone de instalaciones accesibles para personas con capacidades especiales (plazas de parking suficientes, sillas de ruedas, etc.).

#### 7º. En cuanto a la gestión de residuos, el recinto ferial:

- Da información clara de las normas de gestión de residuos a este respecto (ej: cartelería, megafonía, normas escritas, etc.).
- Ofrece un servicio que incluye la segregación de los residuos generados y su gestión hasta su reciclado.
- Pone a disposición durante la celebración, de papeleras cercanas a su zona de exposición para depositar los residuos de manera segregada (papel-cartón, envases, vidrio, orgánico, resto, etc.).



# Siente la inspiración

Recinto ferial  
Av. del Partenón, 5  
Madrid. España

[ifema.es](http://ifema.es)





República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional  
2021 - Año de Homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

**Hoja Adicional de Firmas**  
**Anexo**

**Número:**

**Referencia:** Guía Participación Sostenible FITUR 2022

---

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 40 pagina/s.

Digitally signed by Gestion Documental Electronica  
Date: 2021.11.23 17:09:25 -03:00

Digitally signed by Gestion Documental  
Electronica  
Date: 2021.11.23 17:09:27 -03:00





**República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional**  
Las Malvinas son argentinas

## **Informe**

**Número:**

**Referencia:** CIRCULAR SIN CONSULTA N° 1 - MODIFICATORIA - Expediente Electrónico EX-2022-117195130- -APN-INPROTUR#MTYD

---

### **CIRCULAR SIN CONSULTA N° 1 – MODIFICATORIA**

**EX-2022-117195130- -APN-INPROTUR#MTYD**

Se emite la siguiente CIRCULAR SIN CONSULTA N°1 – MODIFICATORIA, correspondiente al expediente que tiene por objeto “Contratación de empresa idónea para el diseño, construcción, decoración, armado y gestión de medios para la participación del año 2023 en la feria FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO (FITUR) en Madrid, España, en su espacio institucional” a los efectos de la rectificación de los criterios de evaluación PLIEG-2022-117095506-APN-DM#INPROTUR.

#### **11. Criterios de Evaluación**

Teniendo en cuenta los criterios estéticos de diseño definidos y las especificaciones funcionales definidas, se evaluarán los servicios que se enumeraron previamente y se clasificará a cada uno de acuerdo al esquema de calificación que se especifica debajo. La puntuación máxima posible de ser obtenida es de 100 puntos.

Se calificará de 0 a 100 puntos de acuerdo al siguiente esquema de calificación:

##### **A. Propuesta Técnica recibida: HASTA 60 PUNTOS**

Consideraciones de evaluación:

- Pertinencia de la propuesta
- Originalidad
- Factibilidad y ejecución
- Coherencia

A su vez el criterio de evaluación “A. Propuesta Técnica recibida: HASTA 60 PUNTOS” se divide en dos:

A.1 . Concepto creativo de la Propuesta Técnica recibida. HASTA 50 PUNTOS

A.2. Servicio de fotos y videos y gestión de prensa. HASTA 10 PUNTOS

**A.1 . Concepto creativo de la Propuesta Técnica recibida. HASTA 50 PUNTOS**

En este punto se evaluará la originalidad y creatividad, el cumplimiento de todos los ítems solicitados y también el uso de tecnologías innovadoras. Aquí se exceptúa el requerimiento de prensa ya que será analizado por separado. Se calificarán con:

-0 (mala)

-15 (regular)

-30 (Bueno)

-45 (Muy bueno)

-50 (Excelente)

**A.2. Servicio de fotos y videos y gestión de prensa. HASTA 10 PUNTOS**

En este punto se evaluará el cumplimiento de los ítems detallados. Las acciones a cotizar se calificarán con:

- 0 (mala)

- 3 (regular)

- 5 (Bueno)

- 8 (Muy bueno)

- 10 (Excelente)

**1. Antecedentes: HASTA 10 PUNTOS**

Trabajos similares previos. La acreditación de los trabajos se acredita a través de cartas o notas membretadas y firmadas por las empresas contratadas. No se tendrán en cuenta trabajos previos que hayan sido realizados para el INPROTUR o para el MINISTERIO DE TURISMO Y DEPORTES DE LA NACIÓN.

-Igual o mayor a 8 trabajos 10 puntos

-De 5 a 7 trabajos 7 puntos

-De 2 a 4 trabajos 3 puntos

-De 0 a 1 trabajos 0 puntos

### 1. Oferta económica: HASTA 30 PUNTOS

La oferta económica tendrá una evaluación por puntaje, aplicando el criterio inversamente proporcional; esto es, a menor precio, mayor puntaje.

La asignación de puntajes a las ofertas se realizará con base en los “Valores de Comparación de las Ofertas” mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

$$X = (\text{puntaje total (30 puntos)} \times \text{oferta más económica}) / \text{oferta evaluada}$$

El resultado de la ecuación será asignado como puntaje económico total, redondeando hasta las centésimas del siguiente modo: hacia arriba si la milésima es igual o mayor a (5) cinco; y hacia abajo si es menor.

- **Las ofertas que no reúnan como mínimo 40 puntos en la totalidad de los criterios de evaluación NO SERÁN TENIDAS EN CUENTA Y SE PROCEDERÁ OPORTUNAMENTE A SU DESESTIMACIÓN.**

**Se recuerda que la presente circular sin consulta N° 1 – Modificatoria, debe ser presentada y firmada junto con la cotización.**



República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional  
Las Malvinas son argentinas

**Hoja Adicional de Firmas**  
**Anexo**

**Número:**

**Referencia:** Unión de archivos para publicación - Expediente Electrónico EX-2022-117195130- -APN-  
INPROTUR#MTYD

---

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 302 pagina/s.