

**Presentación de ofertas:**

Lugar/Dirección	Plazo y Horario- Hora Argentina
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 06 de septiembre de 2023 – 11:00 hs.

**Apertura de ofertas:**

Por intermedio de app Google Meet	Plazo y Horario- Hora Argentina
Suipacha 1111 Piso 12° – Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Dpto. Compras. Email: <a href="mailto:licitaciones@argentina.travel">licitaciones@argentina.travel</a>	Plazo: El 06 de septiembre de 2023 – 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 wetransfer adjuntado dicha documentación, siendo que por el peso del documento podría poner en 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 Google Meet.**

**La participación en dicho acto no es obligatoria, sin perjuicio de lo cual, se puede acceder al acto desde su equipo, tablet o smartphone:** <https://meet.google.com/zqs-mzsp-fzx>, **también puede acceder desde su teléfono:** (AR) +54 11 3986-3700 PIN: 902 017 980 3091#

**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:**

<b>Tipo:</b> CONCURSO PÚBLICO NACIONAL N°4/2023	<b>Ejercicio:</b> 2023
<b>Clase:</b> Etapa Única (Un Sobre).	
<b>EX-2023-89370729- -APN-INPROTUR#MTYD</b>	

**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 Mercados	Oscar	Suarez
Directora de Administración y Finanzas	Valeria Soledad	Martinez
Director de Asuntos Jurídicos	Juan	Kassargian
Auditor Interno	Ricardo Gonzalo	Santos
Coordinador General	Gustavo Luis	Soto
Coordinador de Compras y Contrataciones	Gonzalo Ezequiel	Rañal



República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional  
1983/2023 - 40 AÑOS DE DEMOCRACIA

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

**Número:** IF-2023-94840828-APN-DAYF#INPROTUR

CIUDAD DE BUENOS AIRES

Martes 15 de Agosto de 2023

**Referencia:** Fecha y Hora de Recepción y Apertura de Ofertas- Concurso Público Nacional N°4/2023-EX-2023-89370729- -APN-INPROTUR#MTYD

---

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 2 pagina/s.

Digitally signed by Gestion Documental Electronica  
Date: 2023.08.15 10:57:17 -03:00

GONZALO RANAL  
Coordinador  
Dirección de Administración y Finanzas  
Instituto Nacional de Promoción Turística

Digitally signed by Gestion Documental  
Electronica  
Date: 2023.08.15 10:57:18 -03:00

## INPROTUR

### INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

#### CONCURSO PÚBLICO NACIONAL N°4/2023

#### EX-2023-89370729- -APN-INPROTUR#MTYD

### “CONTRATACIÓN DE EMPRESA IDÓNEA PARA EL DISEÑO, CONSTRUCCIÓN, ARMADO Y DESARME PARA LA PARTICIPACIÓN EN LA IMEX AMÉRICA 2023 (LAS VEGAS, ESTADOS UNIDOS) EN SU ESPACIO INSTITUCIONAL”

1

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

 [@InproturArg](https://twitter.com/InproturArg)

 [www.argentina.gob.ar/veiculos](http://www.argentina.gob.ar/veiculos) **PLIEG-2023-92558202-APN-DAYF#INPROTUR**

[Página 1](#)

**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 XXX de XXXXXXXX de 2023 – 11:00 hs.

**Apertura de ofertas:**

Por intermedio de app Google Meet	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 XXXXXXXXXX de 2023 – 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 wetransfer adjuntado dicha documentación, siendo que por el peso del documento podría poner en 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 Google Meet.**

**La participación en dicho acto no es obligatoria, sin perjuicio de lo cual, se puede acceder al acto desde su equipo, tablet o smartphone:** XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX, **también puede acceder desde su teléfono:** (AR) XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

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°4/2023	Ejercicio: 2023
Clase: Etapa Única (Un Sobre).	
EX-2023-89370729- -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
Director de Mercados	Oscar	Suarez
Directora de Administración y Finanzas	Valeria Soledad	Martinez
Director de Asuntos Jurídicos	Juan	Kassargian
Auditor Interno	Ricardo Gonzalo	Santos
Coordinador General	Gustavo Luis	Soto
Coordinador de Compras y Contrataciones	Gonzalo Ezequiel	Rañal

**ARTÍCULO 1º: 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 2º: 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 3º: 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 4º: 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:

4

- 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 COMPRES ARGENTINO Y DESARROLLO DE PROVEEDORES”, se procederá conforme lo indicado por esa norma.

**ARTÍCULO 8°: 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 PRORROGA.** 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 descrita, 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 descrita, 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 sufre 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 efectuadas 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 tuvieran 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.**



República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional  
1983/2023 - 40 AÑOS DE DEMOCRACIA

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

**Número:** PLIEG-2023-92558202-APN-DAYF#INPROTUR

CIUDAD DE BUENOS AIRES

Miércoles 9 de Agosto de 2023

**Referencia:** Pliego de Condiciones Particulares- EX-2023-89370729- -APN-INPROTUR#MTYD

---

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 25 pagina/s.

Digitally signed by Gestion Documental Electronica  
Date: 2023.08.09 15:42:18 -03:00

GONZALO RANAL  
Coordinador  
Dirección de Administración y Finanzas  
Instituto Nacional de Promoción Turística

Digitally signed by Gestion Documental  
Electronica  
Date: 2023.08.09 15:42:19 -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, nº 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, n° 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  
Secretaría de Ética Pública, Transparencia y Lucha contra la Corrupción  
Oficina Anticorrupción  
Ministerio de Justicia y Derechos Humanos





## **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 ESTADOS UNIDOS, resulta necesario llevar a cabo la contratación de una empresa idónea para el diseño, construcción, decoración, armado y desarme, para la participación en el espacio institucional de la feria IMEX AMÉRICA en Las Vegas, Estados Unidos, que tendrá lugar del 17 al 19 de octubre del 2023, acciones de promoción turística que se encuentran dentro del Plan de Promoción aprobado por el Directorio del organismo.

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 tiempo.

Por otra parte, las ferias actúan como una política de imagen global, que puede ayudar, por ejemplo, a un destino turístico para darse a conocer en el exterior. En esta oportunidad, el objetivo del Instituto Nacional de Promoción Turística resulta más estratégico, y se encuentra previsto en el Plan de Marketing para el Turismo de Reuniones, consensuado con el sector público y privado de todo el país vinculado al desarrollo del Turismo de Reuniones, ya que en ambas ferias se cuenta con la presencia de los principales hosted buyers internacionales.

La presencia de ARGENTINA en este tipo de eventos permite el posicionamiento del país como destino sede de eventos internacionales, presentando los 50 destinos sede del país que cuentan con profesionales, servicios e infraestructura para la realización de congresos, convenciones, viajes de incentivos, ferias y eventos internacionales.

Asimismo, es importante resaltar que en el marco de la participación en eventos internacionales, especialmente mediante la presencia del destino en ferias enfocada a segmentos, como en este caso particular: turismo de reuniones; 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 al mercado de ESTADOS UNIDOS como prioritario y estratégico para realizar acciones de promoción institucional y de productos específicos que permitan dar a conocer internacionalmente la diversidad de cada una de las provincias que lo componen, sus atractivos y destinos sede de eventos que tienen los extranjeros al elegir como sede de eventos a la ARGENTINA.

### **Feria IMEX América 2023**

Sede: Mandalay Bay, Las Vegas, ESTADOS UNIDOS.

Fecha: 17 al 19 de octubre de 2023.

Metraje total: **111,48 m2**

Superficie-Stands N°: El stand se dispone en una isla, con cuatro lados del perímetro libres.

### **Planimetría de la feria**





Planimetría del stand con países vecinos:



**DISEÑO CONCEPTUAL. CONSTRUCCION. ARMADO Y DESARME.**

**1. Objeto de la contratación.**

Contratación de una empresa idónea para el desarrollo de una propuesta de diseño conceptual, construcción, armado y desarme, para la participación en la Feria IMEX América (Mandalay Bay, Las Vegas, ESTADOS UNIDOS).

Se valorará especialmente las ideas que propongan una propuesta disruptiva capaz de proponer una experiencia inmersiva de parte de los visitantes, con estímulos sensoriales, audiovisuales e interactivos que inviten a que la visita al Stand sea documentada y recordada, compartida a través de social media y diferentes expresiones de cobertura del evento.

Se valorará la presentación de un stand que presente una estética abierta, liviana y permita una circulación acorde a los protocolos de sanidad establecidos por la feria. Se tendrá especial atención en aquellas propuestas que resulten innovadoras desde el punto de vista de la auto sustentabilidad y cuidados de las medidas de bioseguridad sanitaria que refieran a una



solución original, sostenible y tecnológica e incluso minimizando las emisiones de dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>) al máximo de forma tal de incentivar la generación de un stand que reduzca tiempos de montaje e impactos negativos.

## **ESPECIFICACIONES TÉCNICAS:**

### **A. DISEÑO CONCEPTUAL**

Se solicita una propuesta creativa de diseño y conceptual para construir diferentes espacios promocionales de la República Argentina en Ferias internacionales. Los oferentes deberán remitir en su oferta el detalle de la propuesta, los renders en formato PDF más 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, que se ajusten al Manual del Exhibidor.

### **B- CONSTRUCCIÓN. ARMADO. DESARME**

El stand se dispone en una isla, con cuatro lados del perímetro libres.

Se adjunta imagen y medidas de referencia:



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



## **B. A ASPECTOS GENERALES.**

**B.A1 SISTEMA ESTRUCTURAL:** deberán especificarse en la documentación gráfica, adaptando las soluciones constructivas a los lineamientos de diseño y requerimientos funcionales.

**B.A2 SOLADO:** deberá estar realizado con tarima de 10 cm de altura aproximada, con rampas en los lugares correspondientes a los accesos.

**B.A3 BANDA DECORATIVA VISIBLE DEL STAND (Ejemplo Cenefa):** Se deberá contemplar la cotización de algún tipo de banda decorativa con diseño en el espacio superior y aéreo del stand. En el caso de que se proponga una cenefa, deberán cotizarse mínimo 2 opciones de cenefa colgante. La misma puede ser perimetral o sectorizada en una de las áreas del stand.

Una de las cenefas deberá contemplar el exterior cubierto de gráficas tipo backlight en toda la superficie y la otra opción con el exterior con pantallas LED en toda su superficie.

Deberá contemplarse la aplicación de un corpóreo con el isologo de Argentina o algún elemento que identifique y destaque el nombre del país.

Podrán presentarse otras propuestas de cenefas o estructuras diferentes que no estén contempladas en los párrafos anteriores pero que cumplan con los objetivos de visibilizar el stand de Argentina.

**B.A4 GRÁFICAS y/o DISPOSITIVOS PARA PROYECCIÓN DE IMAGENES:** Se deberá contemplar la impresión y montaje de gráficas en diferentes tamaños y en alta definición y/o dispositivos para proyección de imágenes (Ejemplo pantalla led, mapping, proyector, etc) a los efectos de ser colocadas en varios espacios del stand y con el objetivo de mostrar la diversidad de paisajes, experiencias y segmentos turísticos de Argentina. La cantidad de gráficas y/o dispositivos para proyección de imágenes y ubicación de las mismas dependerán del diseño propuesto. El contenido de las mismas será definido en reuniones de ajuste.

**B.A5 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 80 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 las salas de reuniones y las activaciones digitales que se desarrollen en el stand.

**B.A6 INSTALACIÓN ELÉCTRICA. ILUMINACIÓN. ELECTRICIDAD:** Se deberá prever de una iluminación en todo el stand de Argentina, que sea acorde a los planteos de diseño y funcionalidad del espacio. Se recomienda no utilizar artefactos que generen mucho calor y aplicar los protocolos y medidas de seguridad e higiene impuestos por la organización de la feria. Setendrá en cuenta la iluminación, tanto como elemento decorativo como su creatividad para cumplir con la plena funcionalidad del stand y brindarle la mayor visibilidad al mismo.

**B.A 7 LOGÍSTICA:** Coordinación y dirección de: diseño, armado, desarme y optimización de componentes. Se deberá contar con los seguros correspondientes, según normas y protocolos impuestos por la feria durante el armado, duración de la feria y desmontaje del stand. Acreditaciones del personal de la empresa y contratados por la empresa.

## **B.B ESPACIOS DEL STAND.**

### **B.B1 POSICIONES DE TRABAJO: Espacio para la atención y de trabajo para 25 expositores - Atención operadores y prestadores de servicio y Organismos Públicos**

La estética, distribución y localización de los espacios de atención para el sector privado dependerá de la propuesta de diseño planteada por la empresa.

Cada uno de los escritorios deberá contar con espacio para que puedan reunirse 2 personas sentadas, enfrentadas entre sí.

Cada escritorio, deberá contar con iluminación, espacio de guardado bajo llave en cada posición, espacio donde se visualice el nombre de la empresa y tomas de corriente. Cada escritorio deberá contar con 1 (UNA) posición de trabajo para la empresa argentina y 1 (UNA) silla para el cliente.

### **B.B2 ESPACIO PARA LA ATENCIÓN INSTITUCIONAL.**



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 para el personal del INPROTUR y las líneas aéreas, totalizando 2 (DOS) puestos de trabajo dentro de un mismo espacio de atención. El mobiliario utilizado en este espacio deberá contar con espacios de guardado con cerramiento y llave. Este espacio debe ocupar un lugar protagónico en el stand. Debe estar ubicado sobre la calle de mayor circulación de gente. Se deberá incorporar al espacio un corpóreo de la Marca Argentina o algún elemento que identifique el nombre del país. Deberá contar con banquetas o sillas para la atención.

**B.B3 SECTOR DEPÓSITO:** Este espacio debe estar provisto de un mueble de guardado y estanterías para el guardado del material. Además se deberá incluir un tomacorrientes, conexión a Internet, una Notebook (con programas instalados – paquete Office versión oficial y navegador de Internet), dispenser de agua fría/caliente, cafetera con capsulas para café, sacos de té, vasos, servilletas y cookies para toda la duración de la feria. Se deberá garantizar la limpieza y el orden del mismo durante los 3 días de feria. Debe contar con cerradura con llave. La distribución de los elementos que lo comprenden quedará sujeta a las definiciones en las reuniones de ajustes.

**B.B4 ESPACIO LIVING:** de hasta 6 personas. Se sugiere que sea un espacio semi abierto. Este espacio deberá contar con 1 (UN) pequeño living, con sillones, una mesa y tomacorriente doble, todo acorde a la estética del stand.

Se valorará la presentación de diferentes opciones creativas para poder cubrir con dicha necesidad.

### **B.C PERSONAL:**

Contemplar y aplicar los protocolos y medidas de seguridad impuestos por la organización de la feria. La gestión y costos derivados de las acreditaciones están a cargo del adjudicatario. Para dicho servicio, se requiere personal que se detalla a continuación:

**B.C1 PERSONAL TÉCNICO DE LA EMPRESA CONSTRUCTORA (representante):** para resolver temas constructivos y de mantenimiento general del espacio durante 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.C2 PERSONAL DE LIMPIEZA:** limpieza general del espacio 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 diariamente 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 de basura para todo el stand.

**B.C3 PERSONAL DE ATENCIÓN (PROMOCIÓN):** se deberá contemplar la contratación de personal, quienes deben hablar español e inglés, y deben conocer sobre Argentina. El personal debe estar uniformado con pantalón y blazer negro con camisa blanca, zapatos negros. Tareas a realizar: de promoción. **Cantidad: 2 personas.**

Todo el personal que desarrollará tareas de atención al público en las ferias, deberá presentarse el día anterior a la inauguración, de 10 a 13 hrs, para una capacitación interna.

## **C. ACTIVACIÓN**

### **C.A. ACCIÓN CREATIVA**

Se valorará la presentación de diferentes opciones creativas, que a través de herramientas de última tecnología generen interacción con los visitantes al stand y 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. Pantallas, equipo de sonido, etc).

### **C.B. MATERIAL PROMOCIONAL**

**C.B1: Soporte de madera para computadora:** Se deberán entregar 50 soportes para computadoras, adaptable a varios tamaños, en formato cruz, plegables o desmontables, con sus respectivas bolsas contenedoras en tela. Tanto el soporte como la bolsa deben tener aplicación de marca Argentina.

**C.B2: Neceser de cuero para viaje:** Se deberán entregar 50 neceser de cuero de aproximadamente 20 cms. por 10 cms., dentro debe contener un candado para valija, una balanza digital de viaje, un marbete de viaje y un enchufe adaptador universal de viaje. Todos



los elementos deben tener aplicación de marca Argentina.

Todo el material promocional deberá estar en el stand de Argentina el día previo al inicio de la feria, para poder ser revisado por el personal de INPROTUR. Se podrán plantear modificaciones en reuniones de ajuste.

Tanto para el diseño del stand como para el desarrollo de las activaciones que se propongan, es importante tener en cuenta los objetivos de comunicación de Argentina para el producto de turismo de reuniones.

En lo que respecta al segmento de los viajes de incentivos, es importante transmitir la diversidad de destinos, servicios y actividades alternativas y únicas, que se pueden realizar en Argentina, donde se convienen otros segmentos como ser Gastronomía, Vida nocturna, Vino, Cultura (teatro, museos), Naturaleza, Salud y bienestar.

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

#### **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 de cada uno de los eventos y de manera de poder lograr los requerimientos específicos de la feria y objetivos 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 la 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 de la feria, 30 días hábiles antes del inicio de la 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, armado y desmontaje de todos los elementos que componen el stand, el suministro de equipamiento, mobiliario, servicios y personal de atención necesario. 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 la superficie contratada por el INPROTUR, la oferta económica se ajustará contemplando el precio ofertado por pie cuadrado.

VI. Todos los costos derivados de la construcción y uso de la superficie construida en cada uno de los stands, 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 que exijan los organizadores de la feria para el ingreso al predio ferial.

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, en el marco de este contrato, al Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR). Los derechos deberán ser cedidos a perpetuidad.

VIII. La empresa en cuestión, aceptará por el solo hecho de presentar oferta, deslindar de total responsabilidad al INPROTUR por reclamos de organismos o de los sujetos relacionados con dichas imágenes.



IX. La empresa que resulte adjudicataria deberá cumplir el Reglamento del predio ferial y de la Feria en cuestión, así como todas las medidas y normas de seguridad y bioseguridad establecidas por el predio ferial y los organizadores de la feria. Toda falta de cumplimiento de dicho reglamento, medidas y normas quedará por cuenta de la empresa contratista. Asimismo será responsabilidad de la empresa que resulte adjudicataria la actualización constante de las medidas/reglamentos de la feria y su consecuente ejecución.

X. El stand debe estar totalmente terminado a las 16 HS del día anterior al inicio de la feria.

XI. Los oferentes deberán presentar sus propuestas teniendo en consideración el **monto tope máximo USD 300.000 (DÓLARES ESTADOUNIDENSES TRESCIENTOS MIL)** y competirán acorde a los criterios de evaluación dispuestos en el presente pliego de especificaciones técnicas.

XII. 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.

El contratista se compromete a respetar las normas laborales, previsionales, de riesgos del trabajo y de derecho común aplicables en el lugar de cumplimiento del contrato, manteniendo indemne al INPROTUR por las sentencias, laudos arbitrales y costas que debiese afrontar con motivo de daños sufridos por los trabajadores del contratista, visitantes del evento o cualquier otra persona que sufriese accidentes por el vicio o riesgo de las construcciones realizadas.

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.

## **2. Plazo de la contratación**

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

## **3. Moneda de cotización.**

### **DOLARES ESTADOUNIDENSES**

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

## **4. 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 detalle 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 Disposición que apruebe la acción y Número de Expediente.

#### **5. ADELANTO FINANCIERO**

No se aceptarán pedidos de adelantos financieros

#### **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 durante el armado, desarrollo de cada feria y desmontaje del stand.

#### **7. Cantidad de copias en que los oferentes deben presentar sus ofertas.**

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

#### **8. Tipo de garantía a presentar.**

Este trámite, no requiere garantía de mantenimiento de oferta. Pero si garantía de ejecución del contrato, la cual será solicitada únicamente al proveedor que corresponda una vez notificado el acto administrativo de adjudicación.

Dicha garantía será a elección del oferente conforme lo estipula el Régimen General de Compras y Contrataciones y el Pliego de Condiciones Particulares.



### 9. Lugar de cumplimiento del contrato:

Las Vegas, Estados Unidos.

### 10. Presentación de muestras.

No será necesaria la presentación de muestras.

### 11. Posibilidad de prórroga.

No se admiten prórrogas.

### 12. 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 de cada uno de los proyectos feriales que se detallan en los ítems del presente Pliego de Especificaciones Técnicas.

### 13. Criterios de Evaluación.

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

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

#### a) **Concepto creativo de la Propuesta Técnica recibida: hasta 50 puntos.**

Consideraciones de evaluación:

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



- Coherencia.

Las propuestas técnicas para las acciones a cotizar se calificarán con:

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

**b) Antecedentes: hasta 10 puntos**

Trabajos digitales originales 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 NACION.

- 8 trabajos o más: 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 40 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:

$$X = (\text{puntaje total (40 puntos)} \times \text{oferta más económica}) / \text{oferta evaluada}$$

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.

o **Las ofertas que no reúnan como mínimo 50 puntos NO SERÁN TENIDAS EN CUENTA Y SE PROCEDERÁ OPORTUNAMENTE A SU DESESTIMACIÓN.**



#### 14. 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 la feria, superficie, etc.
  - 2) Oferta económica, en la moneda correspondiente, con todos los impuestos incluidos.
  - 3) 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.

#### 15. CLAUSULA DE CANCELACIÓN

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

#### 16. Documentación que se adjunta al presente.

Anexo I: PLANIMETRÍA DE FERIA IMEX AMERICA - IF-2023-83016614-APN-DPT#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 IMEX AMERICA - IF-2023-IF-2023-84477680-APN-DPT#INPROTUR -APN-DPT#INPROTUR



República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional  
1983/2023 - 40 AÑOS DE DEMOCRACIA

**Hoja Adicional de Firmas**  
**Pliego Especificaciones Tecnicas**

**Número:** IF-2023-84653149-APN-DPT#INPROTUR

CIUDAD DE BUENOS AIRES

Viernes 21 de Julio de 2023

**Referencia:** Pliego de especificaciones técnicas Contratación de empresa idónea para el diseño, construcción, armado y desarme para la participación en la IMEX AMÉRICA 2023 (Las Vegas, Estados Unidos) en su espacio institucional

---

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 19 pagina/s.

Digitally signed by Gestion Documental Electronica  
Date: 2023.07.21 17:42:48 -03:00

CONSTANZA MARMOL ONZARI  
Asistenta técnica  
Dirección de Productos Turísticos  
Instituto Nacional de Promoción Turística

IF-2023-91314337-APN-INPROTUR#MTYD



República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional  
1983/2023 - 40 AÑOS DE DEMOCRACIA

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

**Número:** IF-2023-91314337-APN-INPROTUR#MTYD

CIUDAD DE BUENOS AIRES

Lunes 7 de Agosto de 2023

**Referencia:** Pliego de Especificaciones Técnicas Contratación de empresa idónea para el diseño, construcción, armado y desarme para la participación en la IMEX AMÉRICA 2023 (Las Vegas, Estados Unidos) en su espacio institucional

---

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 20 pagina/s.

Digitally signed by Gestion Documental Electronica  
Date: 2023.08.07 15:55:25 -03:00

MERCEDES BLASI  
Analista técnico  
Instituto Nacional de Promoción Turística

Digitally signed by Gestion Documental  
Electronica  
Date: 2023.08.07 15:55:26 -03:00

# DISEÑO, CONSTRUCCIÓN, DECORACIÓN, ARMADO Y DESARMADO

## FERIA IMEX AMERICA 2023

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: IMEX AMERICA		
SUPERFICIE STAND (m2): 1200 m2		PRECIO EN DOLARES
A.	DISEÑO CONCEPTUAL	
SUBTOTAL A:		
B.	CONSTRUCCIÓN, DECORACIÓN y ARMADO	
B.A.	Aspectos Generales	
B.A.1.	Sistema estructural	
B.A.2.	Solado	
B.A.3.	Banda decorativa visible del stand	
B.A.4.	Gráficas y/o Dispositivos para proyección de imágenes Full HD	
B.A.5.	Conexión a internet	
B.A.6.	Instalación eléctrica, iluminación, electricidad	
B.A.7.	Logística	
SUBTOTAL B.A.:		
B.B	Espacios del stand	
B.B.1.	Espacio para posiciones de trabajo	
B.B.2.	Espacio para la atención institucional	
B.B.3.	Espacio para depósito	
B.B.4.	Espacio de livings	
SUBTOTAL B.B.:		
B.C.	Personal	
B.C.1.	Personal técnico (representante)	
B.C.2.	Personal de limpieza	
B.C.3.	Personal de atención	
SUBTOTAL B.C.:		
<b>TOTAL PARCIAL B (SUBTOTAL B.A. + SUBTOTAL B.B + SUBTOTAL B.C)</b>		
C	ACTIVACIÓN	
C.A.	Acción creativa	
C.B.	Material Promocional	
SUBTOTAL C		

<b>TOTAL RENGLÓN (A + B + C)</b>	
<i>LA OFERTA DEBE SER EXPRESADA EN NÚMEROS Y LETRAS.</i>	
NÚMEROS:	
LETRAS:	
<b>PRECIO POR METRO CUADRADO: TOTAL PARCIAL B + C</b> (Total Parcial B= BA + BB + BC + C) <b>DIVIDIDO LA SUPERFICIE</b>	
<i>*El valor del metro cuadrado se debe calcular dividiendo el (Total Parcial B=B1 + B2) por la superficie del lote del stand</i>	



República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional  
1983/2023 - 40 AÑOS DE DEMOCRACIA

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

**Número:** IF-2023-84477680-APN-DPT#INPROTUR

CIUDAD DE BUENOS AIRES  
Viernes 21 de Julio de 2023

**Referencia:** Planilla de cotización Imex America 2023

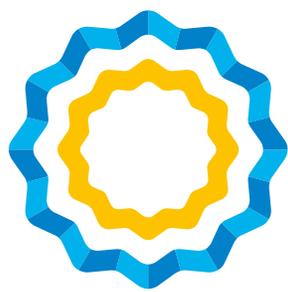
---

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

Digitally signed by Gestion Documental Electronica  
Date: 2023.07.21 12:57:13 -03:00

CONSTANZA MARMOL ONZARI  
Asistenta técnica  
Dirección de Productos Turísticos  
Instituto Nacional de Promoción Turística

Digitally signed by Gestion Documental  
Electronica  
Date: 2023.07.21 12:57:13 -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 general **#FFD722-68656609-APNEIAM#MPROTUR** y principios de identidad.



# Índice

<b>1. ESTRATEGIA DE DISEÑO</b>				
Concepto	05			
Símbolos patrios	06			
Voz de marca	07			
<b>2. LA MARCA</b>				
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			
<b>3. COLOR</b>				
3.1. Paleta de colores principales	26			
3.2. Paleta de colores complementarios	27			
<b>4. TIPOGRAFÍA</b>				
4.1. Familia tipográfica principal	29			
4.2. Familia tipográfica complementaria	30			
<b>5. ESTILO FOTOGRÁFICO</b>				
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			
<b>6. LAYOUT Y DIAGRAMACIÓN</b>				
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			
<b>7. MÓDULOS Y TRAMAS</b>				
7.1. Presentación y combinaciones	47			
7.2. Apertura gráfica	48			
7.3. Ejemplos de uso	49			
<b>8. APLICACIONES</b>				
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.

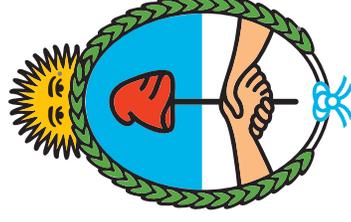
# Símbolos patrios

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 inobjektibles 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.

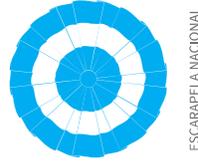
El Sol de Mayo es el ícono de la bandera nacional y se encuentra presente en la gran mayoría de los escudos nacionales y provinciales. Es un elemento distintivo, muy poco frecuente en otras banderas del mundo.

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



IF-2022-6856609-APN-DM#INPROTUR

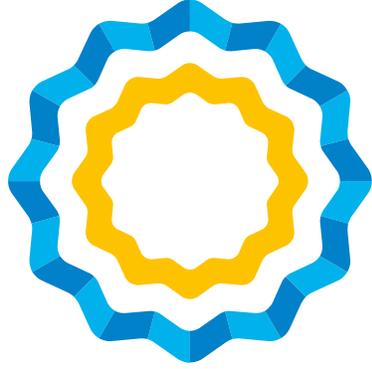


El imagotipo es la representación gráfica de la marca de uso común en todas las aplicaciones.

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 [IPRA-IDM#INPROTUR](mailto:022-68656609@IPRA-IDM#INPROTUR)



# Argentina

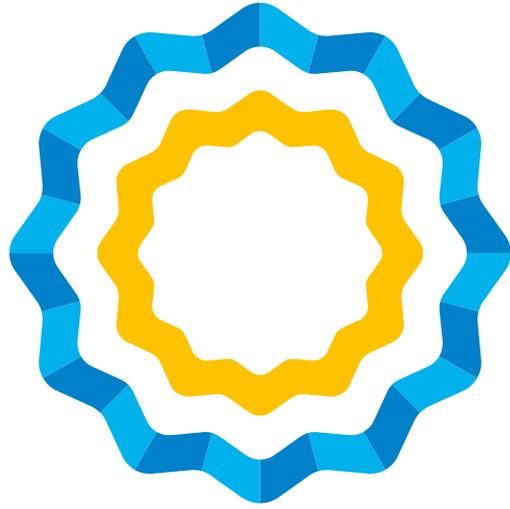
## ARTICULACIÓN VERTICAL

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 <https://www.argentina.gub.ar/brand>

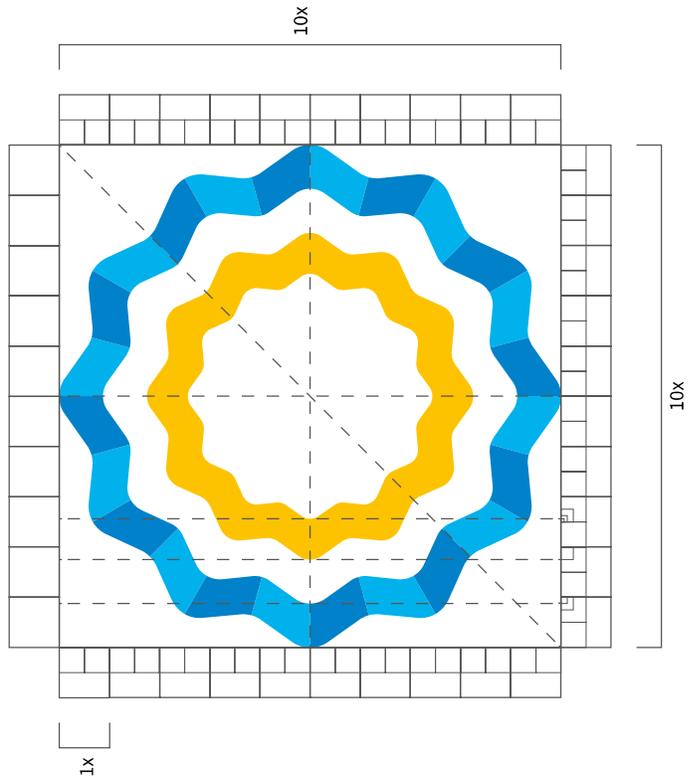
La escarpela-sol es el elemento central de nuestra imagen de marca



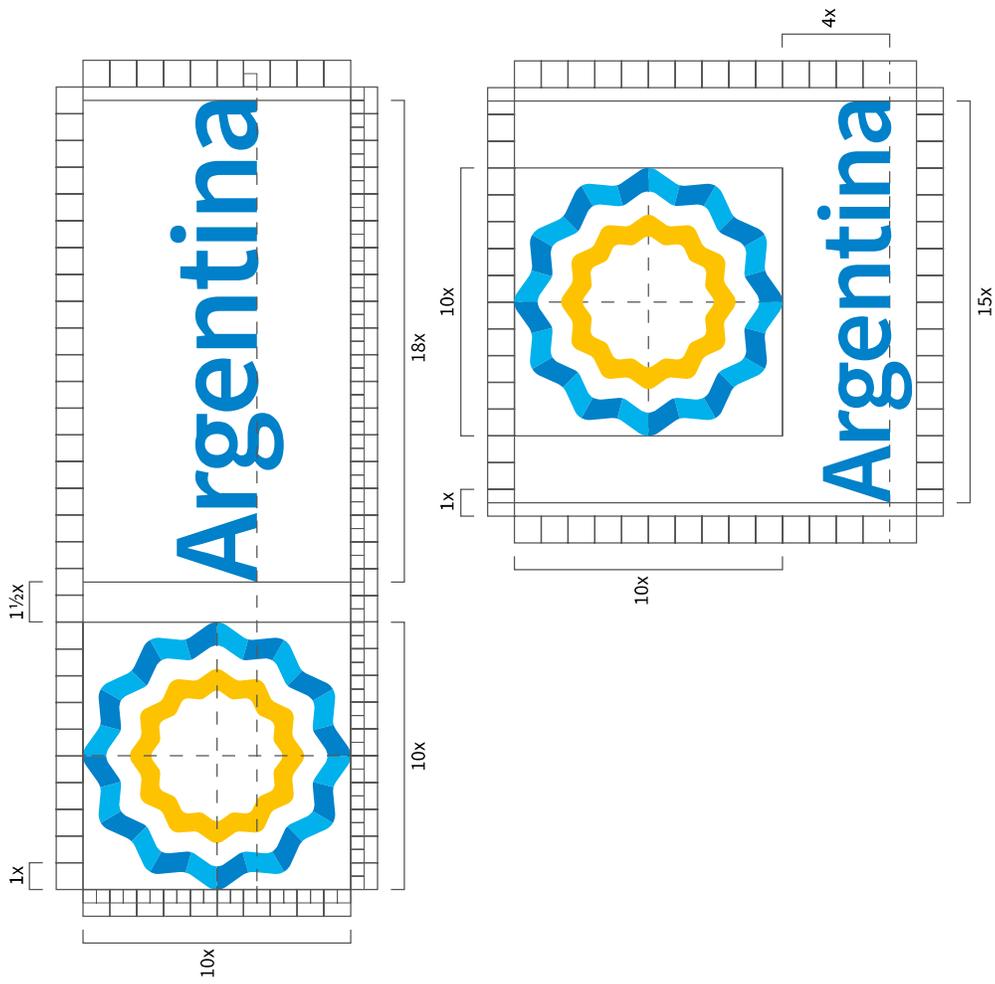
**IMPORTANTE**

La relación entre los elementos es fija e inalterable y sólo puede reproducirse, en todos los casos, a partir de <https://www.argentina.gob.ar/prototur>

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.

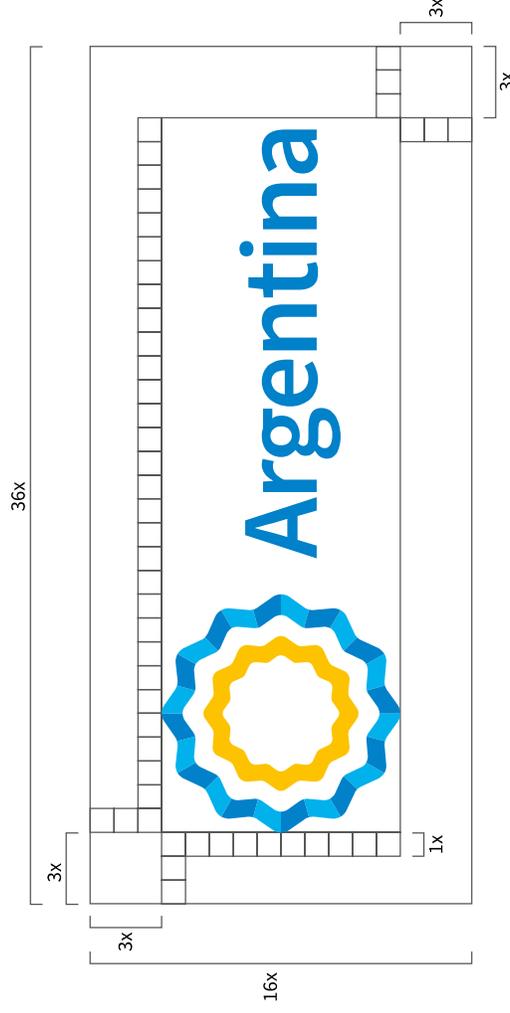


**ARTICULACIÓN (HORIZONTAL Y VERTICAL)**  
En base a esta modulación, se extiende la grilla para proporcionalizar las relaciones fijas e inalterables entre el isotipo y el logotipo tanto para su versión horizontal como vertical.



## 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.

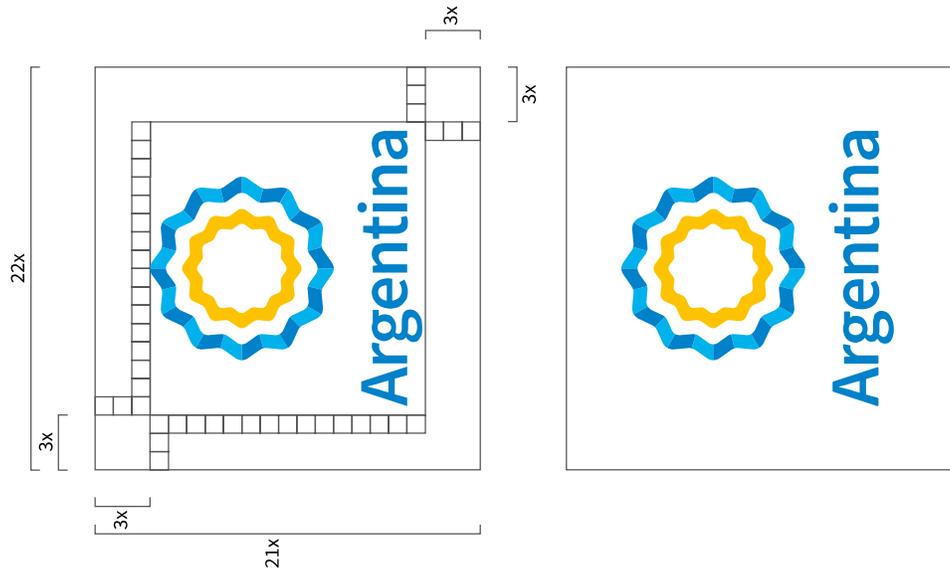
La construcción del área de resguardo, en base a la grilla constructiva y a la unidad de medida "x", queda determinado en 36x16 unidades.

#### REDUCCIÓN MÍNIMA

Como norma general, para una correcta visualización y legibilidad del imatopipo, 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.





**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 imatopipo, 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.



IF 52022-6856609-APR 2018 #INPROTUR

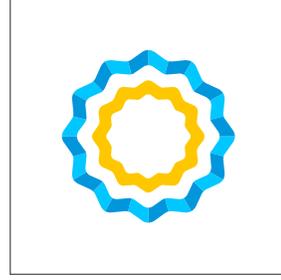
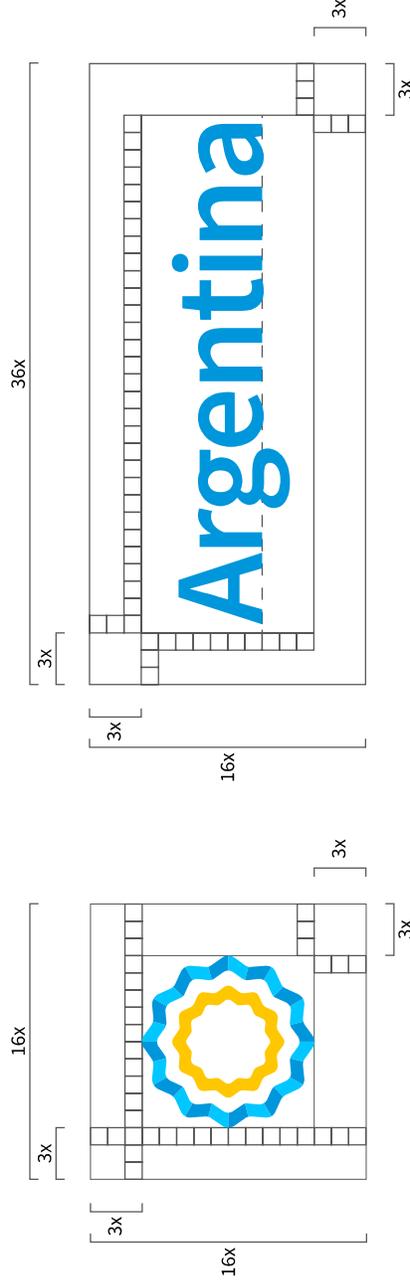
## 02

### 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 la unidad de medida "x", queda determinado en 22x21 unidades.



#### REDUCCIÓN MÍNIMA

Como norma general, para una correcta visualización y legibilidad del imatgotipo, 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.



IF-2022-6856609-~~ARGENTINA~~#INPROTUR



# 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 solo puede reproducirse, en todos los casos, a partir de un documento original en formato INPROTUR.

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.



MPA CELESTE



MPA AZUL

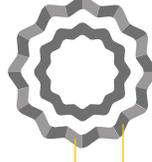
MPA AZUL OSCURO

**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 [022-68656609@IPRA-IDM#INPROTUR](mailto:022-68656609@IPRA-IDM#INPROTUR)

## 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.

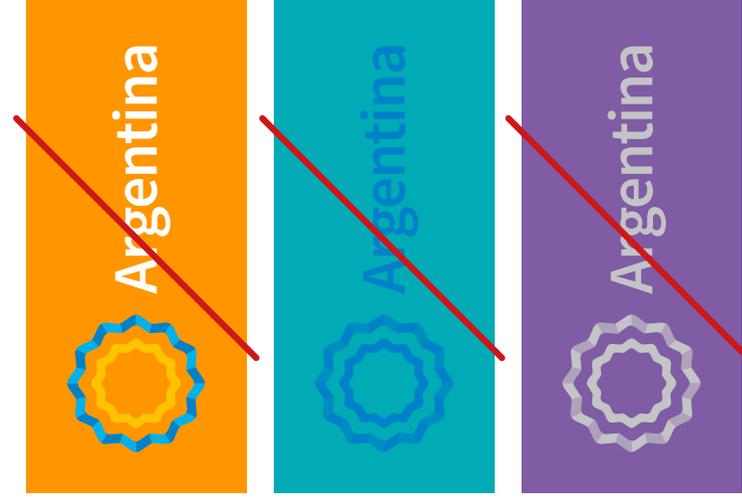
### NOTA

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 <http://2022-c68656609-AIPN-IDM#INPROTUR>

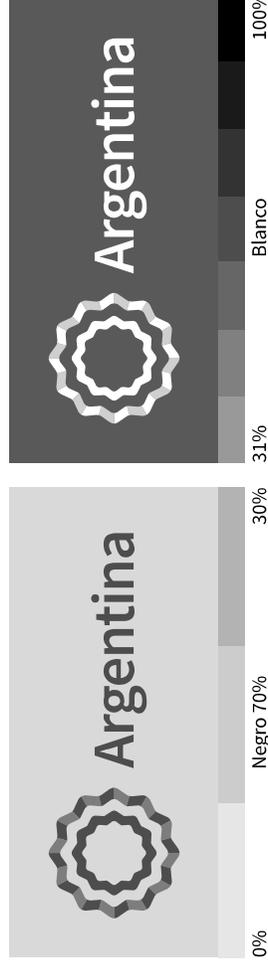
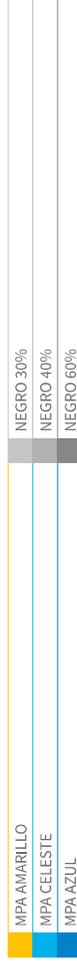


**SOBRE FONDOS DE COLOR ALTERNATIVOS**

En caso de ser necesario, la aplicación del imago tipo 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.

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

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 imago tipo 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 <http://2022-68656609-AIPA-IDM-INPROTUR>



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.

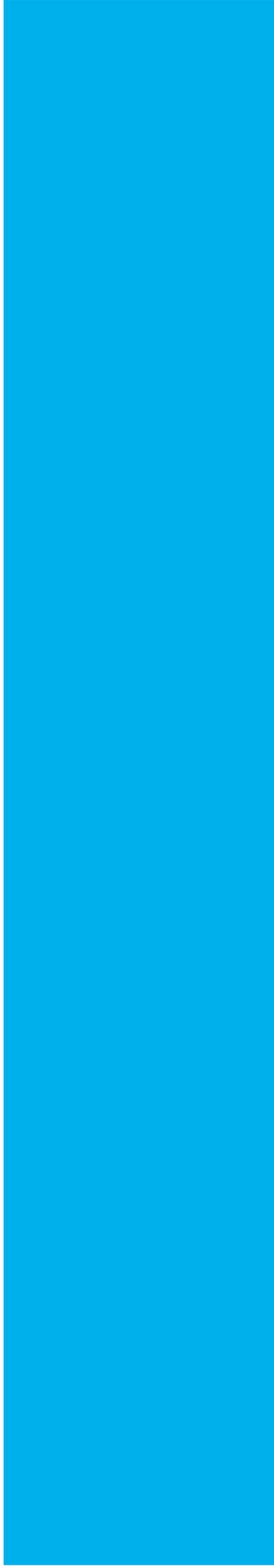
		
A. 	C. 	G. 
		
B. 	D. 	H. 
		
E. 	I. 	J. 

- 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



IF-2022-6856609-APN-DM#INPROTUR

	<p>La utilización e interacción de los colores son el gran soporte comunicacional de la identidad.</p> <p>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.</p>	<p>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.</p>  
---	--	---

# 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.

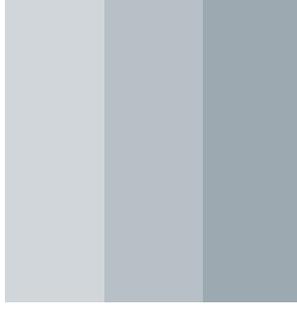
El color amarillo institucional debe utilizarse en una menor proporción para acentuar aquello que sea importante o destacado.

## 03 Color

### 3.2 Paleta de colores complementarios

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.



**MPA PLATA 01**  
PANTONE (PMS): 427 C  
CMYK: 4, 0, 0, 12

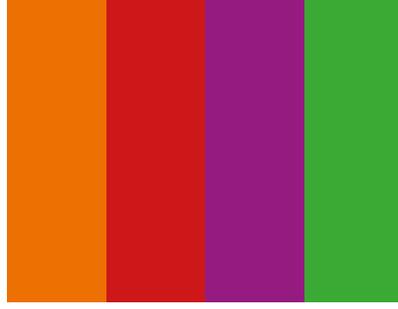
RGB: 209, 215, 218  
HEX #D1D7DA

**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

# 04 Tipografía



# Source Sans Pro

SOURCE SANS PRO SEMI-BOLD

**Arg**  
 ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz  
 +!@#\$\$%&\* ( ) { } ; < > ... 0123456789

SOURCE SANS PRO REGULAR

**Arg**  
 ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz  
 +!@#\$\$%&\* ( ) { } ; < > ... 0123456789

SOURCE SANS PRO LIGHT

**Arg**  
 ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz  
 +!@#\$\$%&\* ( ) { } ; < > ... 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  
 Regular *Italic*  
 SemiBold  
 SemiBold *Italic*  
 Bold  
 Bold *Italic*  
 Black  
 Black *Italic*

IMPORTANTE

Descarga: <https://fonts.google.com/specimen/Source+Sans+Pro>  
 ID: 2022-09-22-68656609-ALPN-DM#INPROTUR

# Roboto

## ROBOTO REGULAR

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

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean lacus nisi, 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

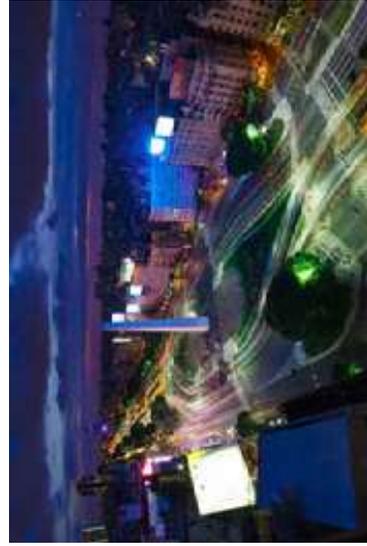
Thin  
*Thin Italic*  
Light  
*Light Italic*  
Regular  
*Italic*  
Medium  
*Medium Italic*  
Bold  
*Bold Italic*  
Black  
*Black Italic*

## IMPORTANTE

Descarga: <https://fonts.google.com/specimen/Roboto>

# 05 Estilo fotográfico





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).

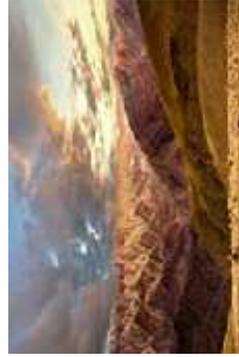
Especificaciones técnicas a tener en cuenta:

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



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



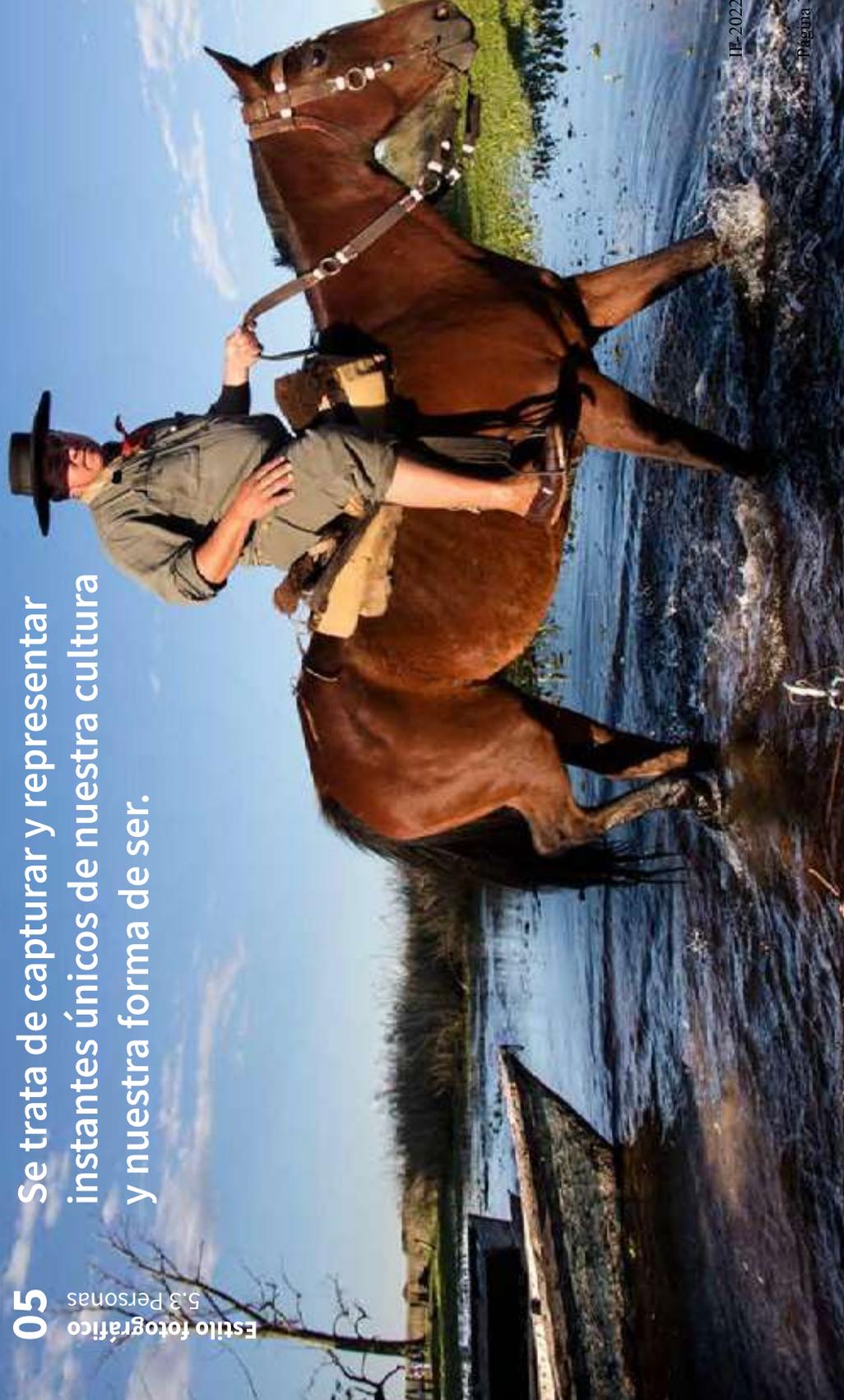


Se debe dar cuenta de la dimensión y espectacularidad de cada paisaje de nuestro país (natural o urbano).

El tono predominante en las fotografías de paisajes debe ser épico, entendiéndose 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.

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  
Riquezas naturales, cultura y talento



IF-2022-686566699-APA -DMW INPROTUR

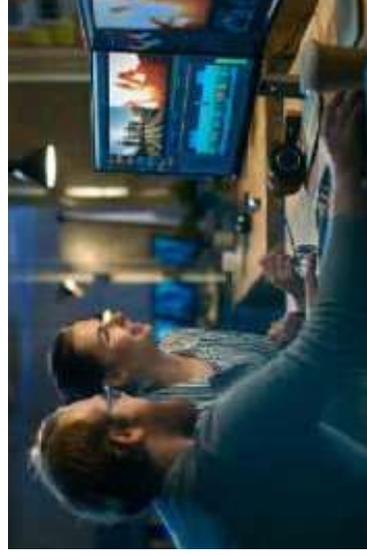
Página 37 de 71

**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.





**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.



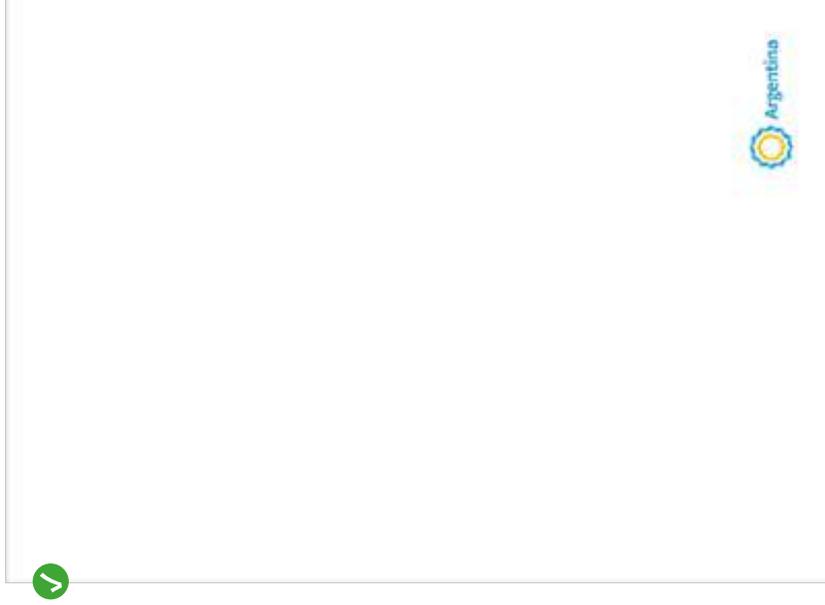


**PERSONALIDADES DESTACADAS Y DEPORTES.**  
Las numerosas personalidades destacadas argentinas son naturalmente representantes de la MPA en el mundo. Argentina es reconocida por sus grandes exponentes de la historia, la ciencia, la cultura y el deporte.

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



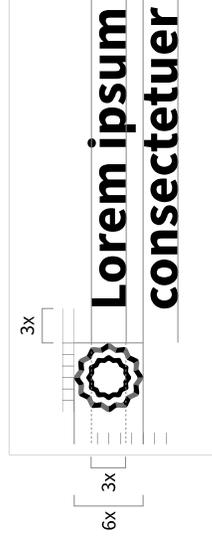
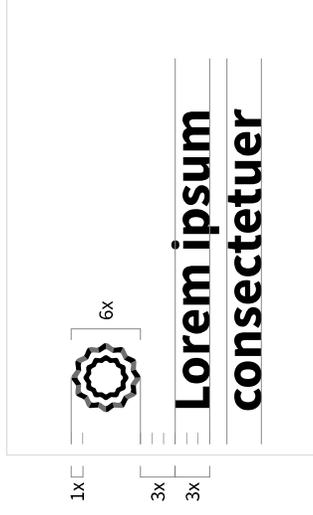


En las piezas de comunicación propia, la marca deberá estar ubicada en el extremo inferior derecho.

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



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.

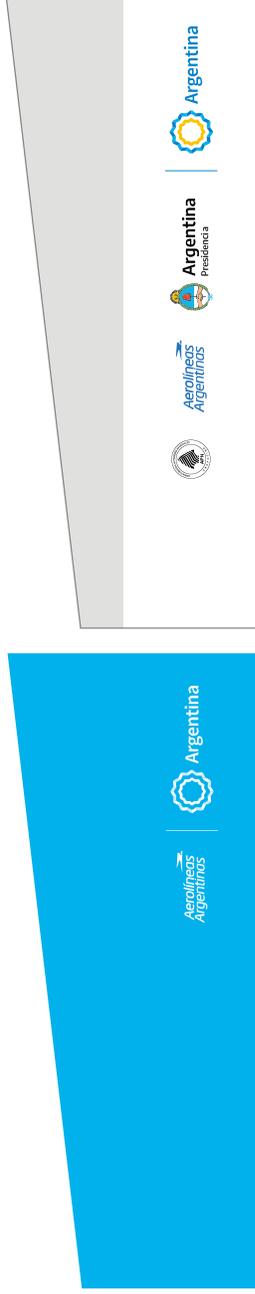
En las piezas de formato horizontal se puede aplicar el isotipo por delante del texto para lograr mayor armonía entre los elementos.

#### NOTA

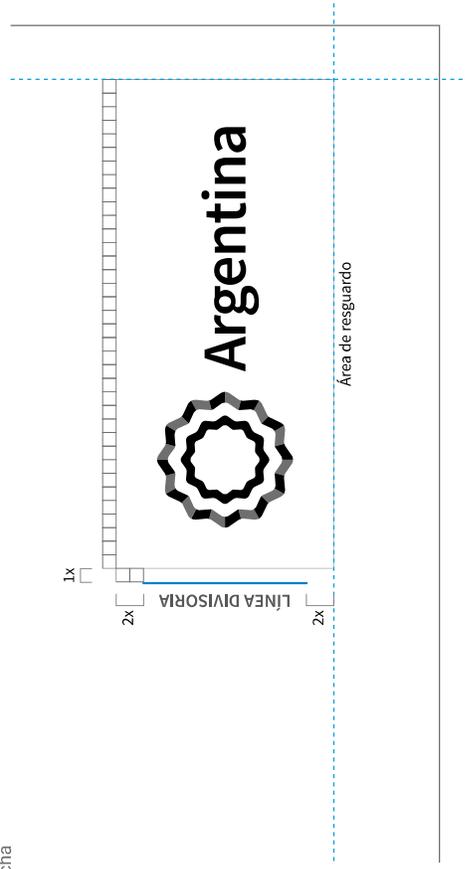
Cuando se aplica el desacople del isotipo, para evitar la repetición de la marca, se debe utilizar como firma de la pieza al logotipo únicamente.

La combinación del imagotipo firmante y el isotipo desacoplado **no es válida.**

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**

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.

**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 **022-6865609-AIPA-IDM#INPROTUR**



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 imago tipo 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 **IP-2022-68656609-API-NDI-M-PR-OTUR** de cada una de las versiones de la marca.

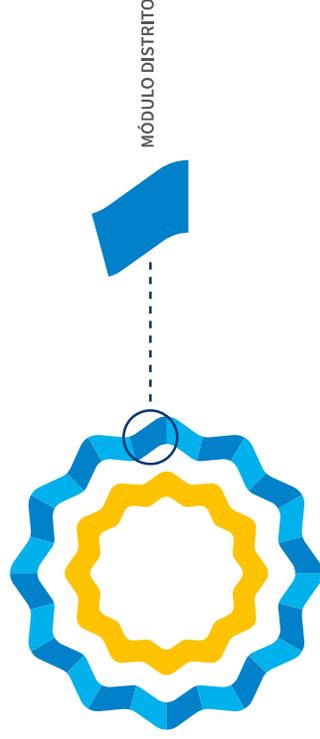
# 07 Módulos y tramas



## 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).

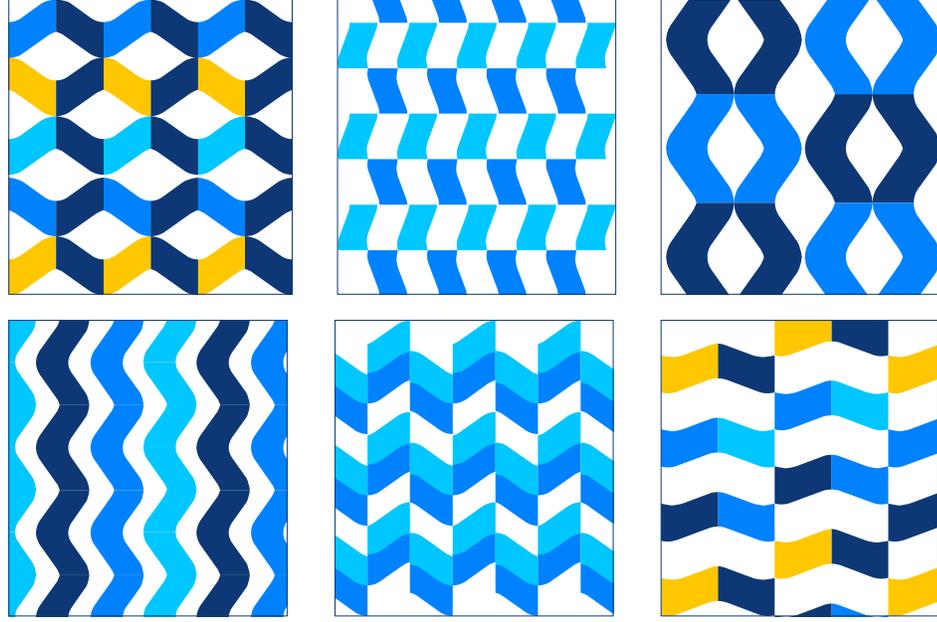


Este módulo base, al que llamamos "Módulo Distrito", permite generar tramas que amplían el sistema de identidad.

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





Requisitos para el uso de tramas:

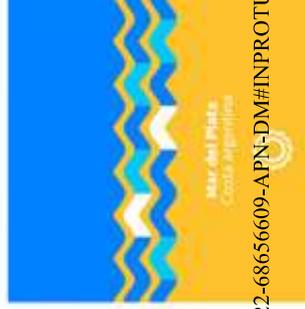
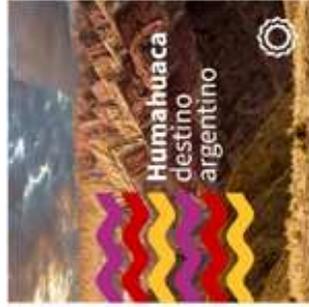
- Siempre en dirección vertical u horizontal.
- Podrán tocarse pero no superponerse.
- Siempre funcionan de a pares y esos pares se combinan de diferentes formas, pudiendo estar pegados o separados.
- El tamaño mínimo del módulo es el que resulta de su repetición 14 veces en el ancho de la pieza en la 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 [IP: 022-686609-APNA-DAM#ENIPROTUR](https://www.marcapais.gov.ar/registro) de nuevas tramas deberán ser aprobadas por la Dirección Nacional de Marca País.

## 07 Módulos y tramas

### 7.3 Ejemplos de uso



# 08 Aplicaciones



IF-2022-6856609-APN-DM#INPROTUR

### TARJETAS PERSONALES

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

Tamaño: 8,5 x 5 cm



**HOJA MEMBRETADA**

Ejemplos de hojas membretadas en formato A4.

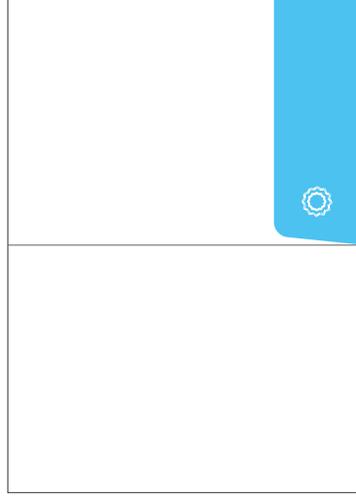
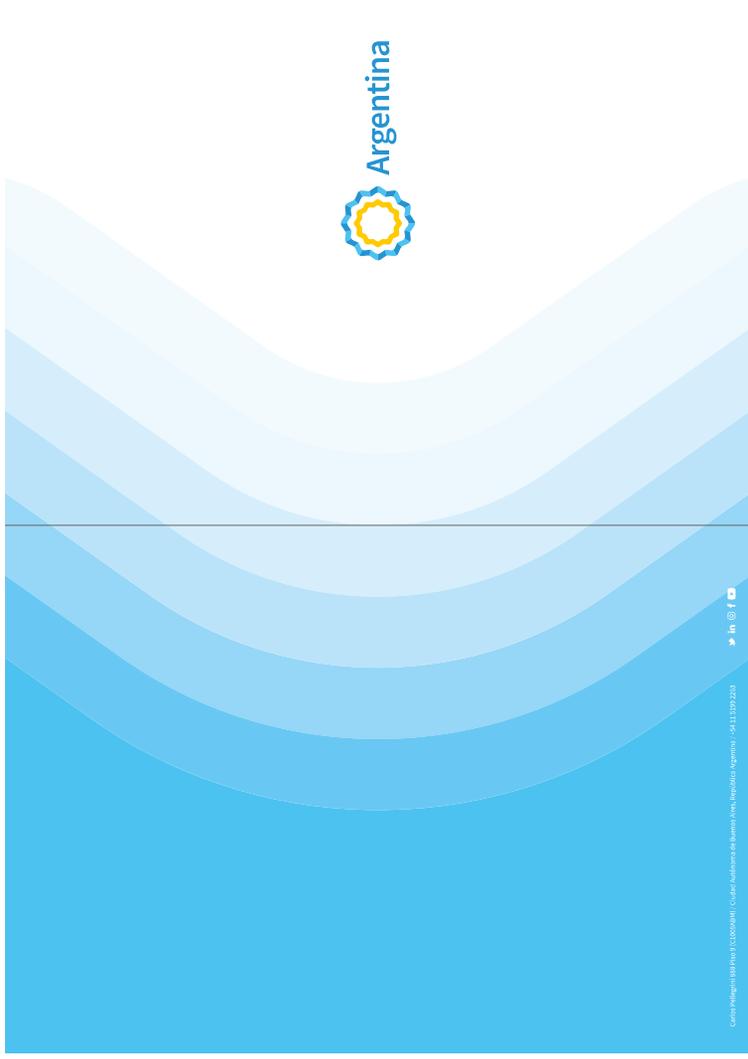


Hoja 1

Hoja 2 y siguientes

### CARPETA A4

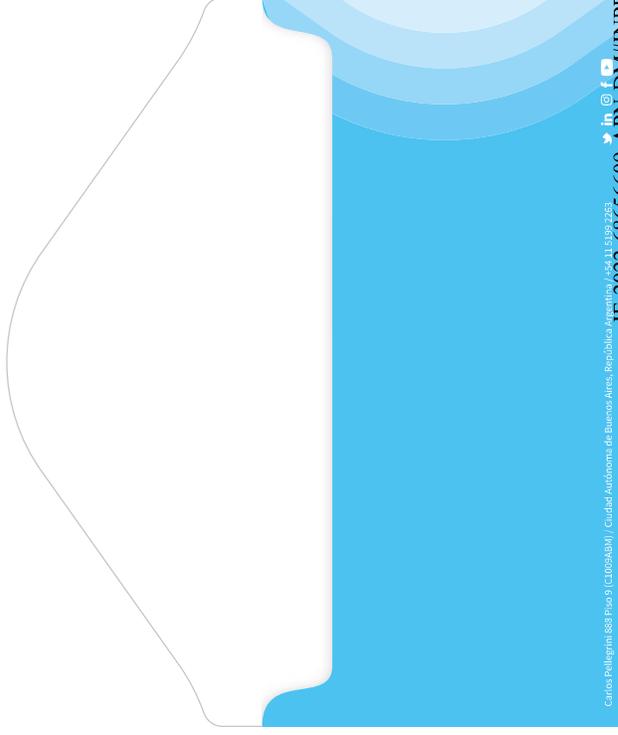
Carpetas laminadas frente y dorso.



### **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.



### FORMA DE USO MPA EN REDES SOCIALES

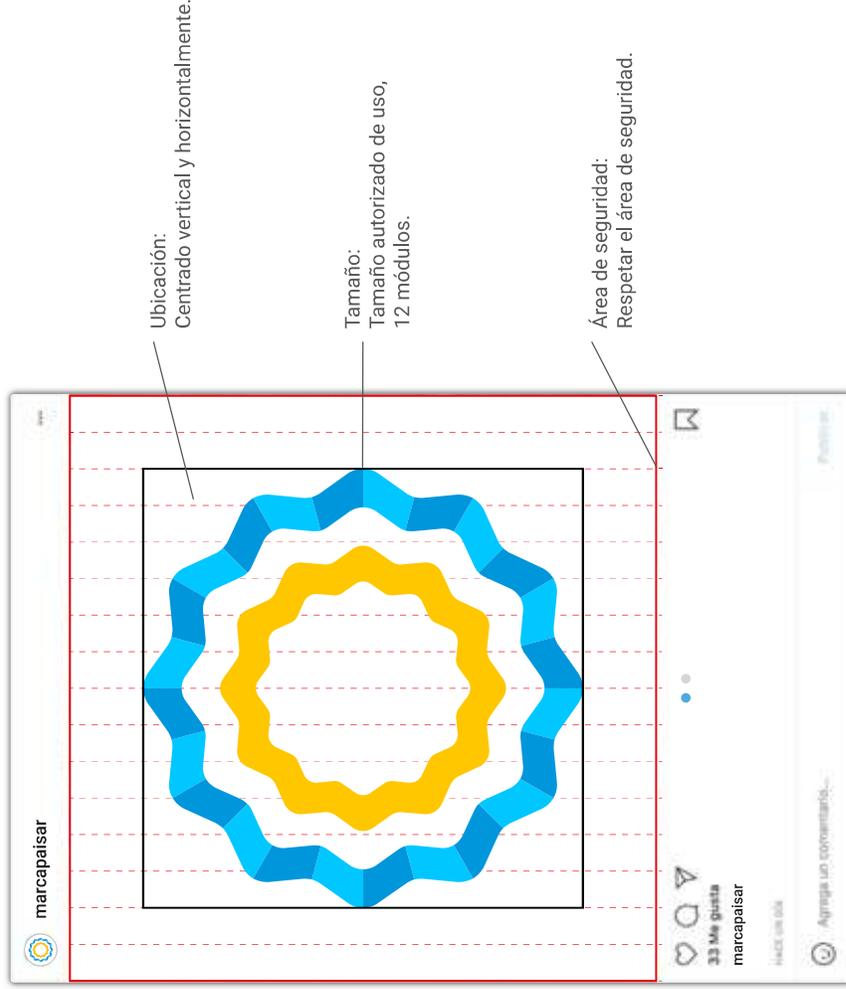
En esta etapa de presentación de marca, el isotipo y el logotipo deben ir, preferentemente, aplicados en su versión color sobre fondo blanco.

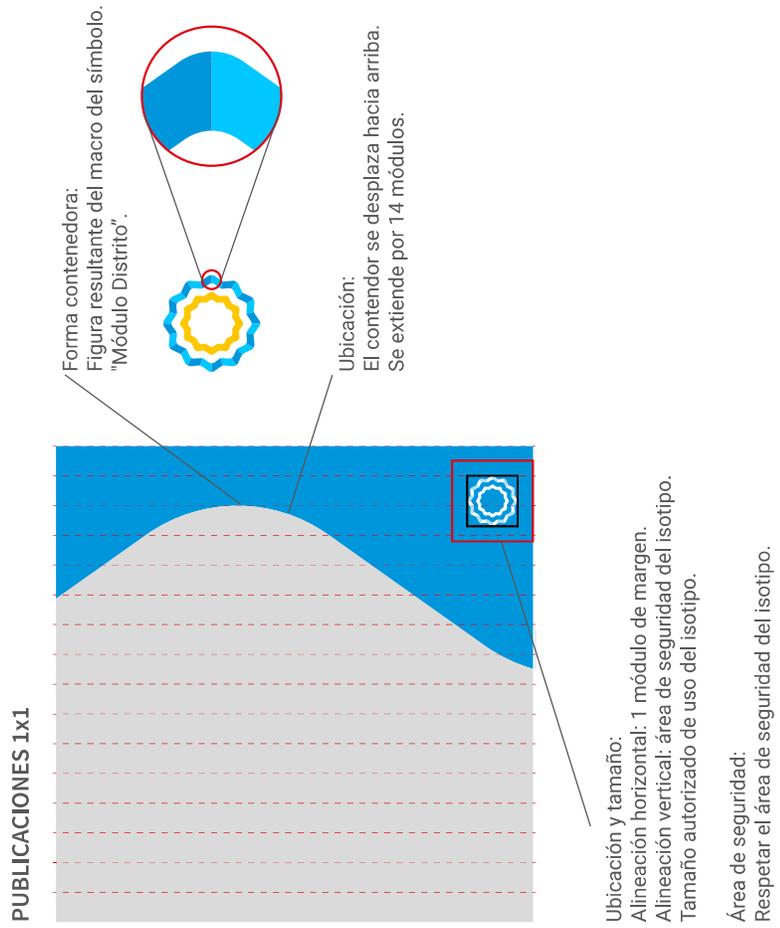
Deberán prevalecer los colores de identificación nacional primaria: MPA Celeste, MPA Azul y MPA Blanco.

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

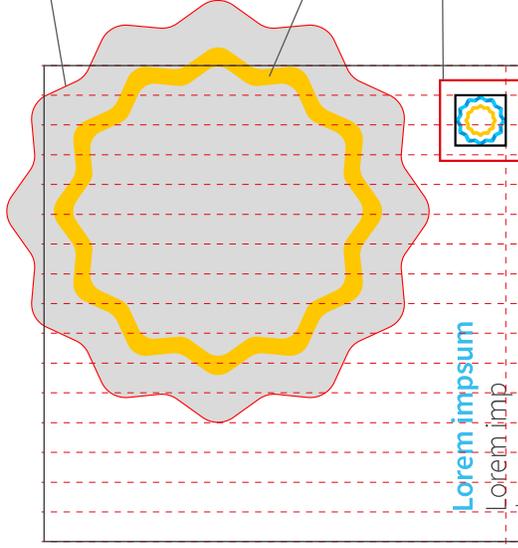
Sobre fondo MPA Celeste, la marca deberá aplicarse en su versión negativa (ver página 18).

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.





## PUBLICACIONES 1x1



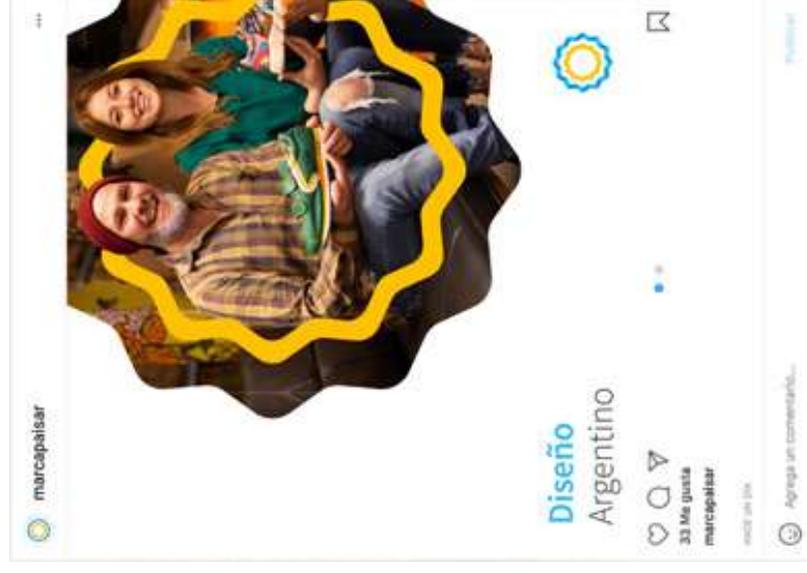
**Forma contenedora:**  
Resultado de la utilización del isotipo como contenedor de imagen. La misma debe ocupar 12 de los 16 módulos como indica la imagen.

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

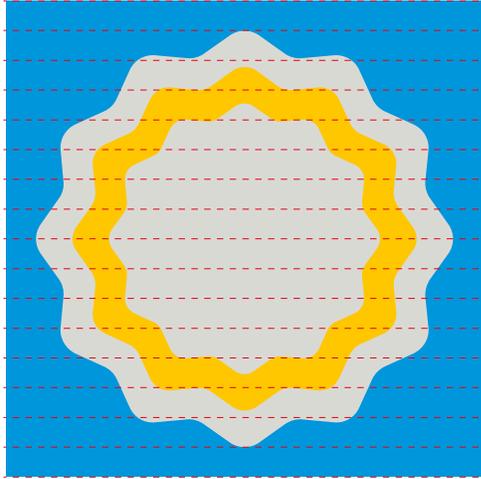
**Ubicación y tamaño:**  
Alineación horizontal: 1 módulo de margen  
Alineación vertical: área de seguridad del isotipo.  
Tamaño autorizado de uso del isotipo.

**Texto:**  
Texto en dos líneas, alineado a la base del isotipo.

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



PUBLICACIONES 1x1

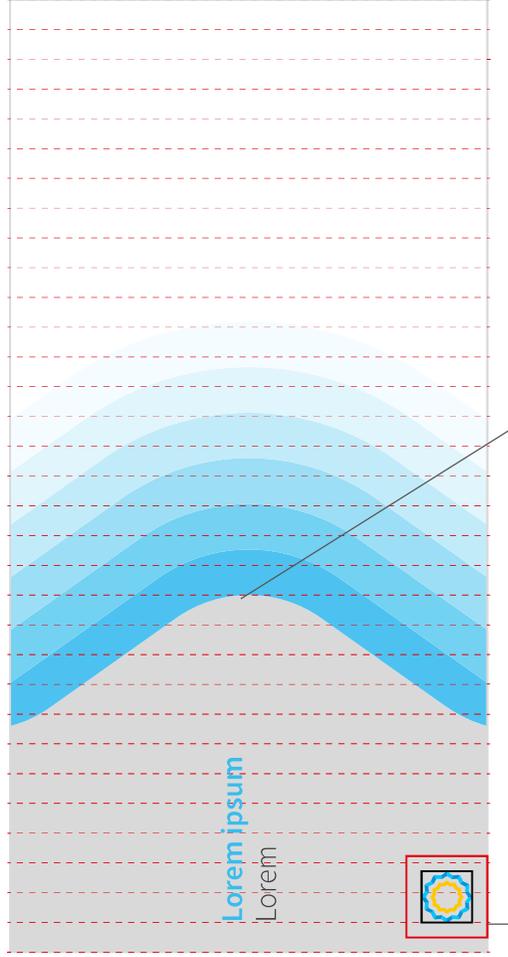


Forma contenedora:  
Resultado de la utilización del isotipo,  
como contenedor de imagen.  
La misma debe ocupar 12 módulos de 16.

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



### PUBLICACIONES 2x1



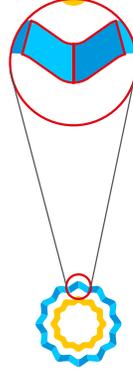
**Marca:**  
Se implementa el isotipo cada vez que figure la palabra "argentina/argentino".

**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.

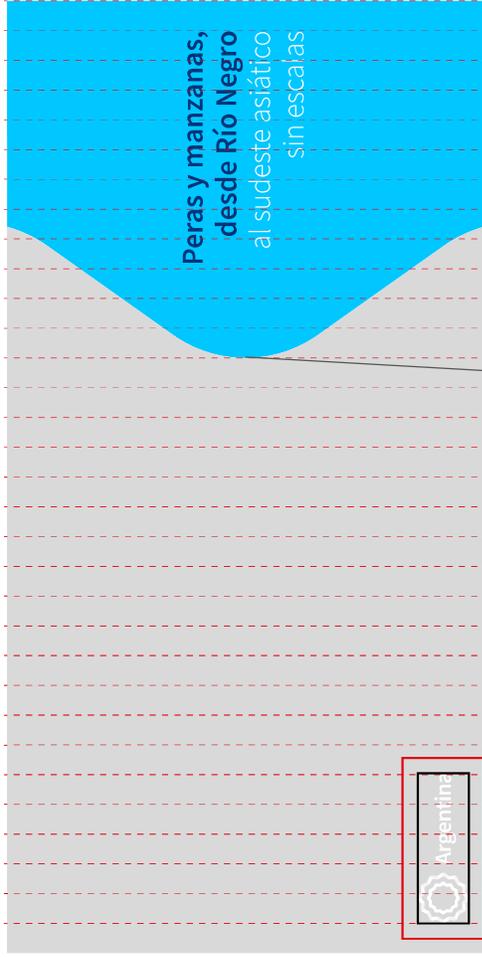
**Tamaño de contenedor:**  
12 módulos de figura plena. Se funde pleno de color, hacia fotografía plena, en 6 porcentajes de degradado.  
Porcentajes: 90% / 70% / 50% / 30% / 15% / 5%



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



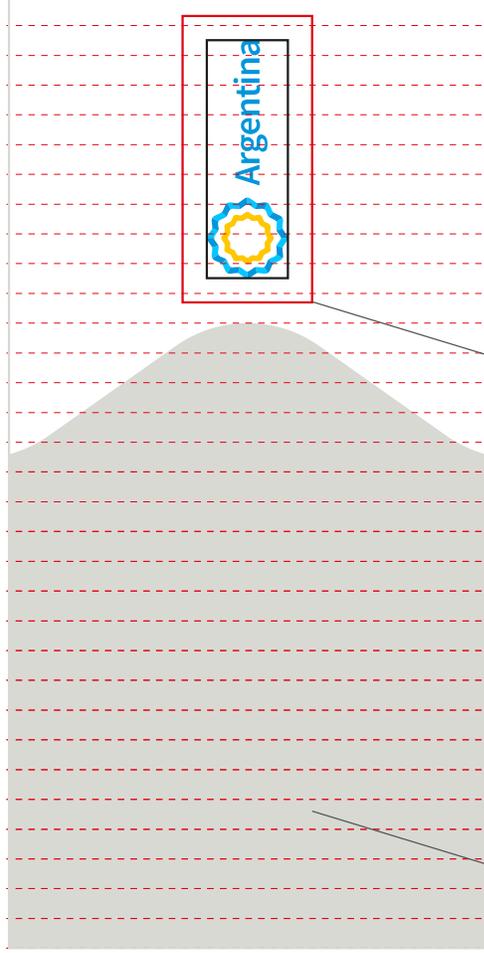
PUBLICACIONES 2x1



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

Tamaño de contenedor:  
12 módulos de figura plena.

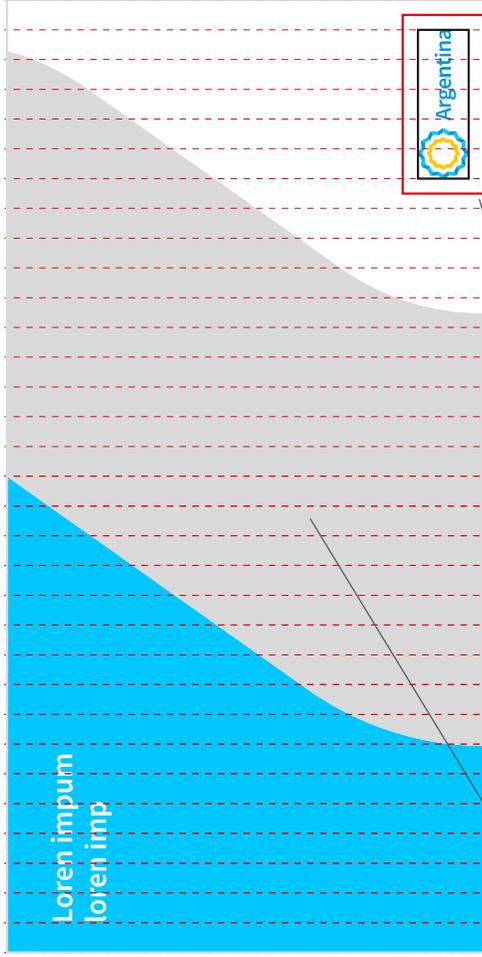
PUBLICACIONES 2x1



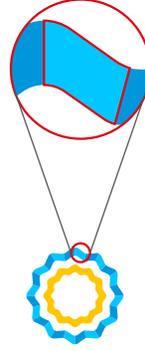
Tamaño de contenedor:  
5 módulos de máscara fotográfica.  
Cada imagen seleccionada,  
debe mostrar en esta zona  
un contenido visual relevante.

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

PUBLICACIONES 2x1



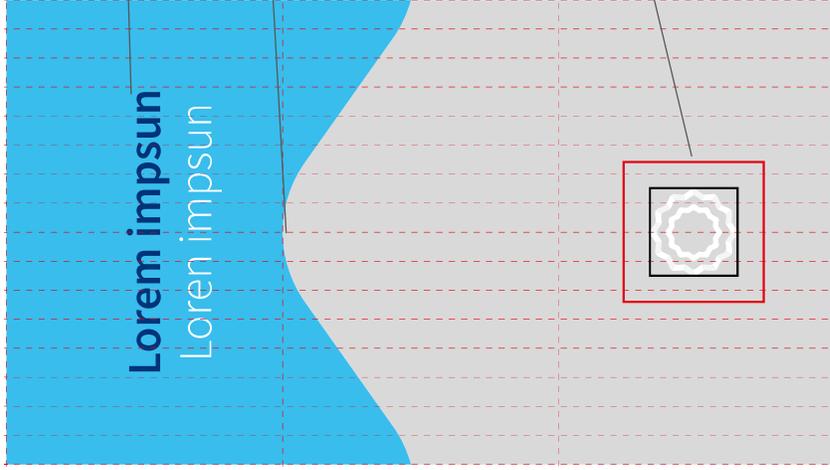
Contenedor:  
"Módulo Distrito".



Tamaño:  
5 módulos de ancho.

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

PUBLICACIONES EN HISTORIAS



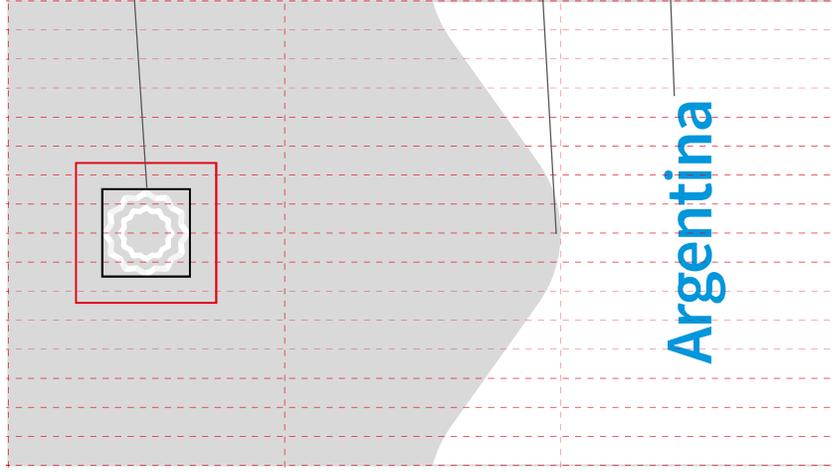
Texto:  
Centrado horizontalmente  
en contenedor de color.

Forma contenedora:  
Ocupa 2 módulos horizontales.

Tamaño:  
Tres módulos.



PUBLICACIONES EN HISTORIAS

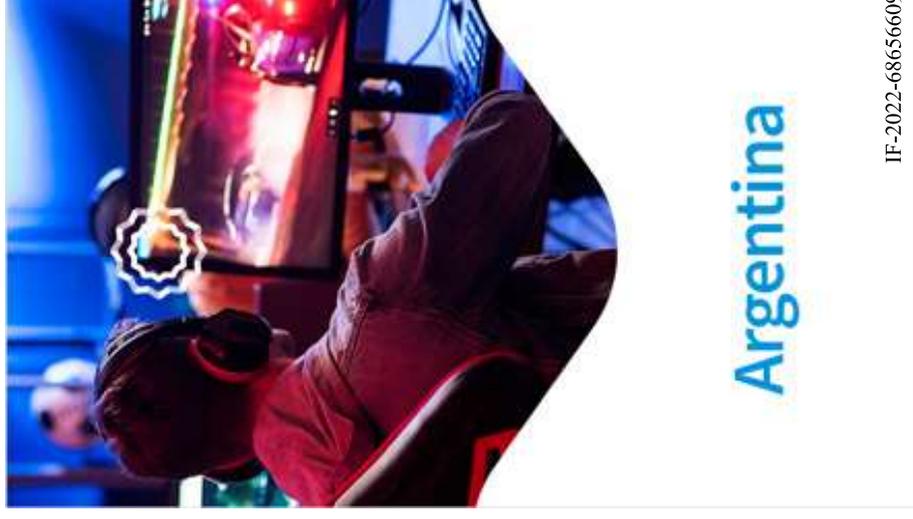


Isotipo:  
Centrado horizontalmente  
en el primer tercio.

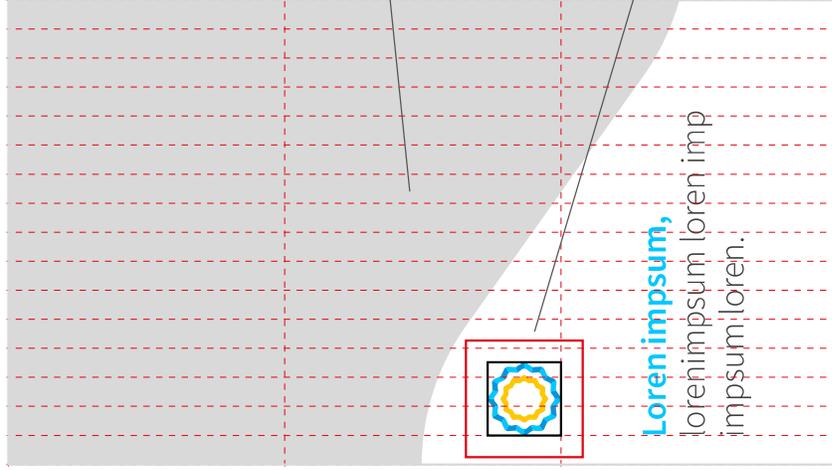
Forma contenedora:  
Ocupa 2 módulos horizontales.

Tamaño logotipo:  
9 módulos.

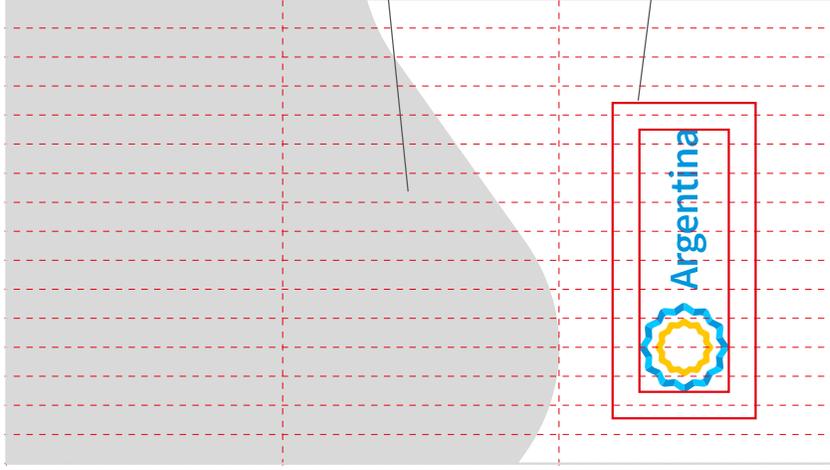
Ubicación:  
Centrado horizontalmente  
en el tercer tercio.



PUBLICACIONES EN HISTORIAS



PUBLICACIONES EN HISTORIAS



Forma contenedora:  
Ocupa 2 módulos horizontales.

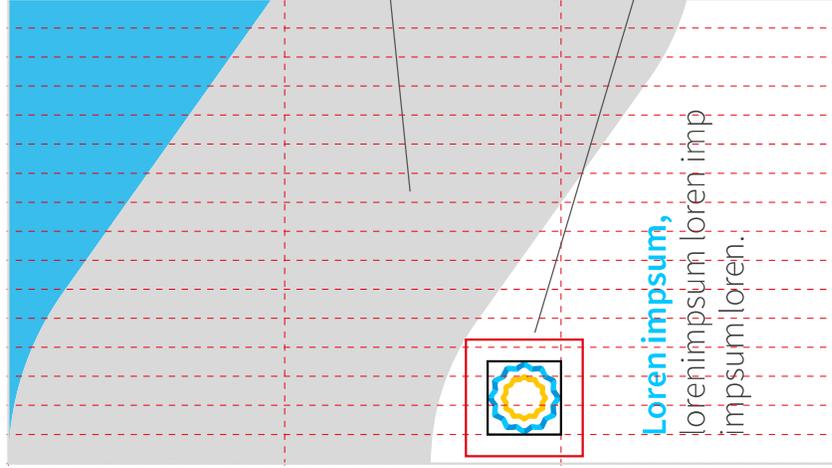
Tamaño:  
9 módulos.

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



IF-2022-68656609-APN-DM#INPROTUR

PUBLICACIONES EN HISTORIAS



IF-2022-68656609-APN-DM#INPROTUR

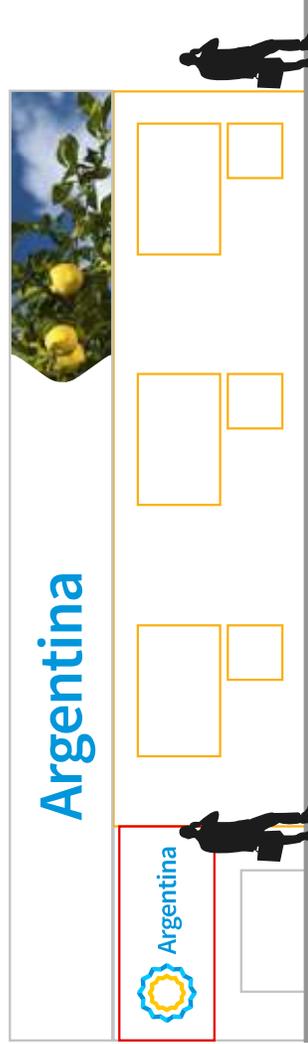
**PROMOCIÓN COMERCIAL**  
Diagramación de cenefas de altura



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.



### PROMOCIÓN COMERCIAL

Diagramación de cenefas de altura

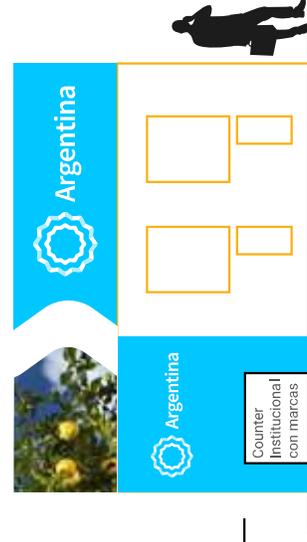


Para cenefas de altura se privilegiará el MPA Celeste como color identificador primario y como segundo color el MPA Blanco, aplicando sobre esta segunda opción la marca en su versión color.

El isotipo se independiza de la palabra y se usa como marca de agua sobre imagen, en corpóreos aéreos o como muro marcarío, 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.

### PROMOCIÓN COMERCIAL

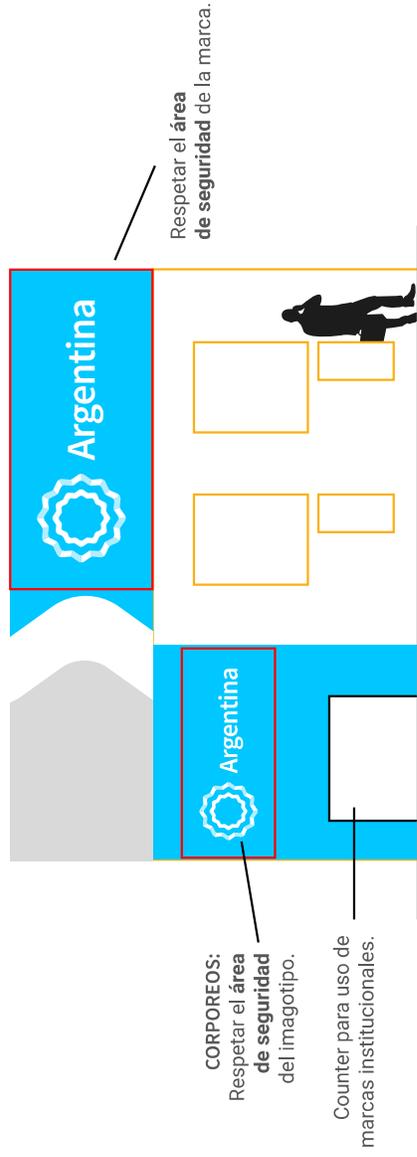
Diagramación de cenefas de altura



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

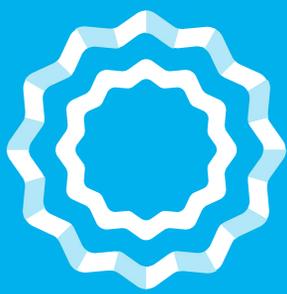


CORPOREOS:  
Respetar el área de seguridad del imago tipo.

Counter para uso de marcas institucionales.

Respetar el área de seguridad de la marca.

# Argentina





República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional  
Las Malvinas son argentinas

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

**Número:** IF-2022-68656609-APN-DM#INPROTUR

CIUDAD DE BUENOS AIRES  
Miércoles 6 de Julio de 2022

**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

MACARENA MEDINA  
Analista Técnica  
Dirección de Mercados  
Instituto Nacional de Promoción Turística

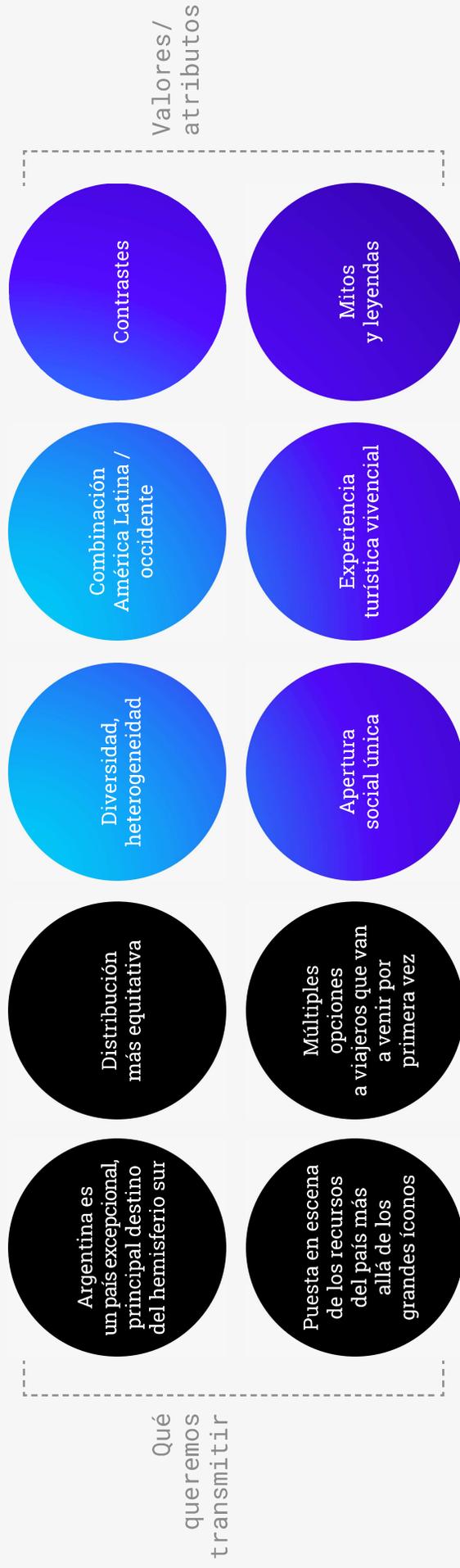
Digitally signed by Gestion Documental  
Electronica  
Date: 2022.07.06 15:20:38 -03:00

# Sistema de Identidad

VisitArgentina 

# Concepto

Introducción



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

IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR

# Concepto

Introducción



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

IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR

# Concepto

Introducción



IT-2022-67310605-APN-DM/INPROTUR

# Concepto

Introducción



VR-2022-67610605-A-PN-IDM#INPROT



IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR

# Sistema de Identidad



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

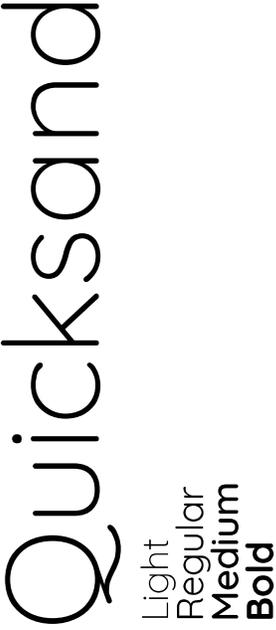
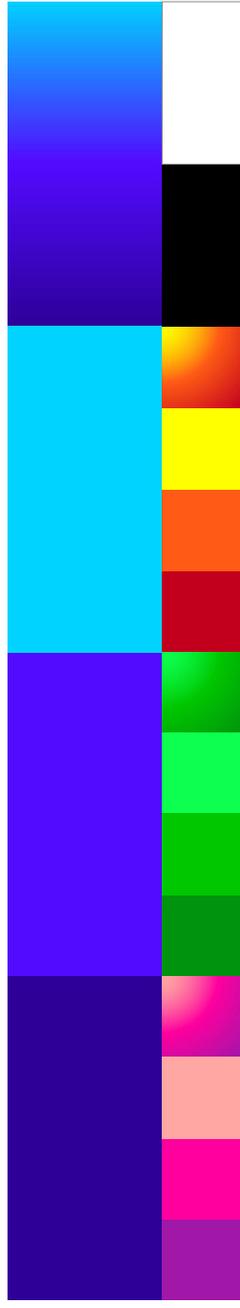
El objetivo de esta guía es presentar de forma clara y sencilla un lenguaje flexible que identifique las comunicaciones de Visit Argentina. Un idioma coherente que a partir de un sistema de marca integral y dinámico posibilite la creación de piezas que se reconozcan rápidamente, funcionen globalmente 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.

<b>Isologotipo</b> 5 >	<b>Tipografías</b> 22 >
	
<b>Colores</b> 24 >	
	

IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR

# Aplicación del isologotipo



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

**Versión Principal Color**



# Tamaño del isologotipo

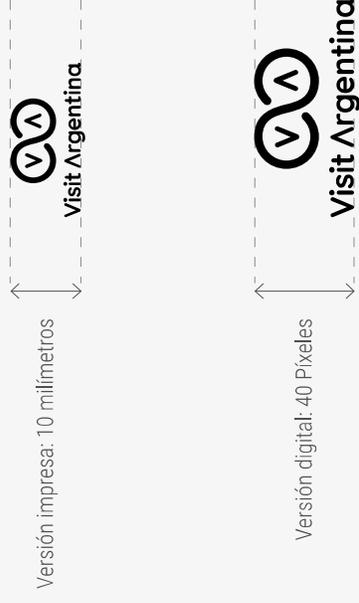


Para garantizar la legibilidad en entornos reducidos, el isologotipo debe ser de al menos de 10 mm de alto para versiones impresas y 40 píxeles de alto para versiones digitales.

## 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



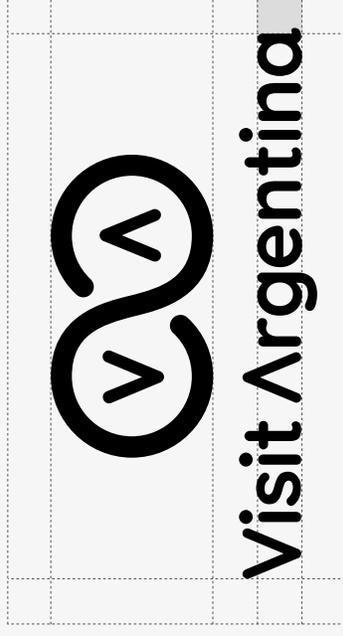
# Espacio del isologotipo



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



Visit Argentina

Positivo, isologotipo color  
sobre fondos de color claro



Visit Argentina

Negativo, isologotipo blanco  
sobre fondos de color oscuro



Visit Argentina



Visit Argentina

IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR

# 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

IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR

# 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.



# Usos incorrectos

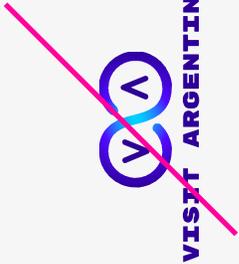
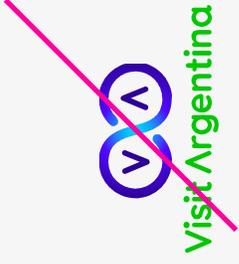
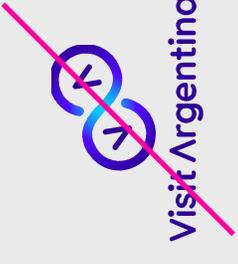
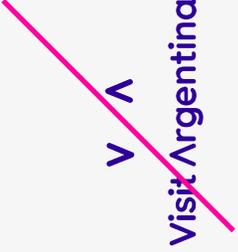
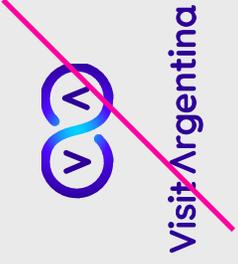


El isologotipo no debe ser alterado, ni modificado. Para reproducirlo se deben usar siempre los archivos provistos. A modo de guía se ejemplifican algunas restricciones.

## 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.	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.

IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR

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**



**Visit Argentina**

Isologotipo magenta  
sobre fondos de color claro



**Visit Argentina**

Isologotipo verde  
sobre fondos de color claro



**Visit Argentina** 2022-67510605-APN-DM#INPROTUR

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

# 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



Visit Argentina 



Visit Argentina 



Visit Argentina 

IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR

# 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



IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR

# 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



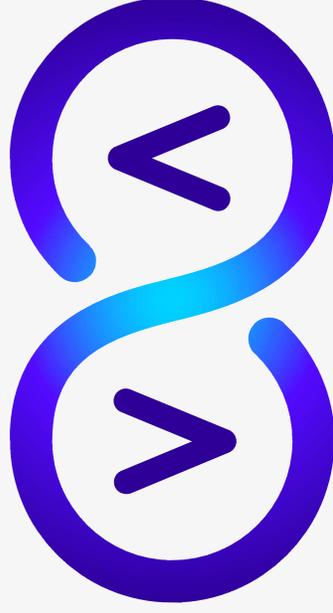
IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR

# Isotipo



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

**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



IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR

# Isotipo



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.

IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR

# 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>

## 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.

<b>Quicksand Light</b>	<b>Quicksand Regular</b>
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890 !@+(\$#%&/-	abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890 !@+(\$#%&/-
<b>Quicksand Medium</b>	<b>Quicksand Bold</b>
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890 !@+(\$#%&/-	abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 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.

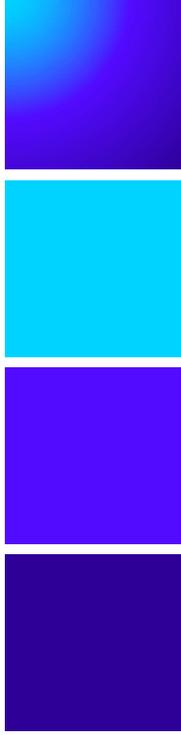
Para reproducir los colores, utilizar siempre los los códigos Pantone y HEX, y valores CMYK y RGB proporcionados en estas pautas.

## Colores institucionales

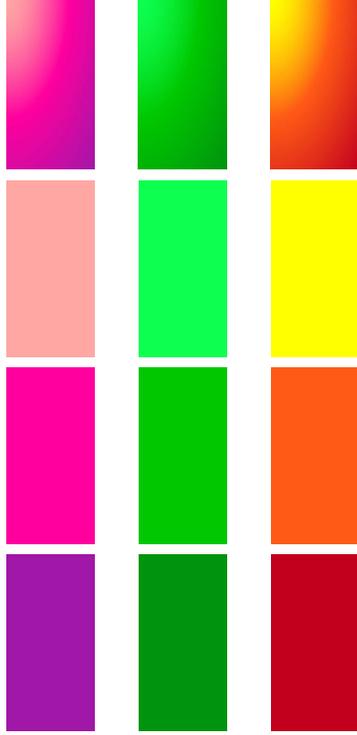
No usar valores de color de archivos electrónicos que hayan sido convertidos automáticamente entre modos de color.

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

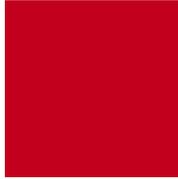
CMYK 0.86.0.38  
RGB 161.023.167  
HEX #A117A7



CMYK 100.0.90.42  
RGB 000.147.014  
HEX #00930E



CMYK 0.10.85.24  
RGB 194.000.030  
HEX #C2001E



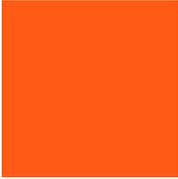
CMYK 0.100.38.0  
RGB 255.000.158  
HEX #FF009E



CMYK 100.0.100.22  
RGB 000.199.000  
HEX #00C700



CMYK 0.64.91.0  
RGB 255.091.022  
HEX #FF5B16



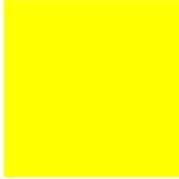
CMYK 0.35.36.0  
R=255 G=167 B=163  
HEX #FFA7A3



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 #FFFFFF00



DEGRADÉ  
MAGENTA



DEGRADÉ  
VERDE



DEGRADÉ  
NARANJA



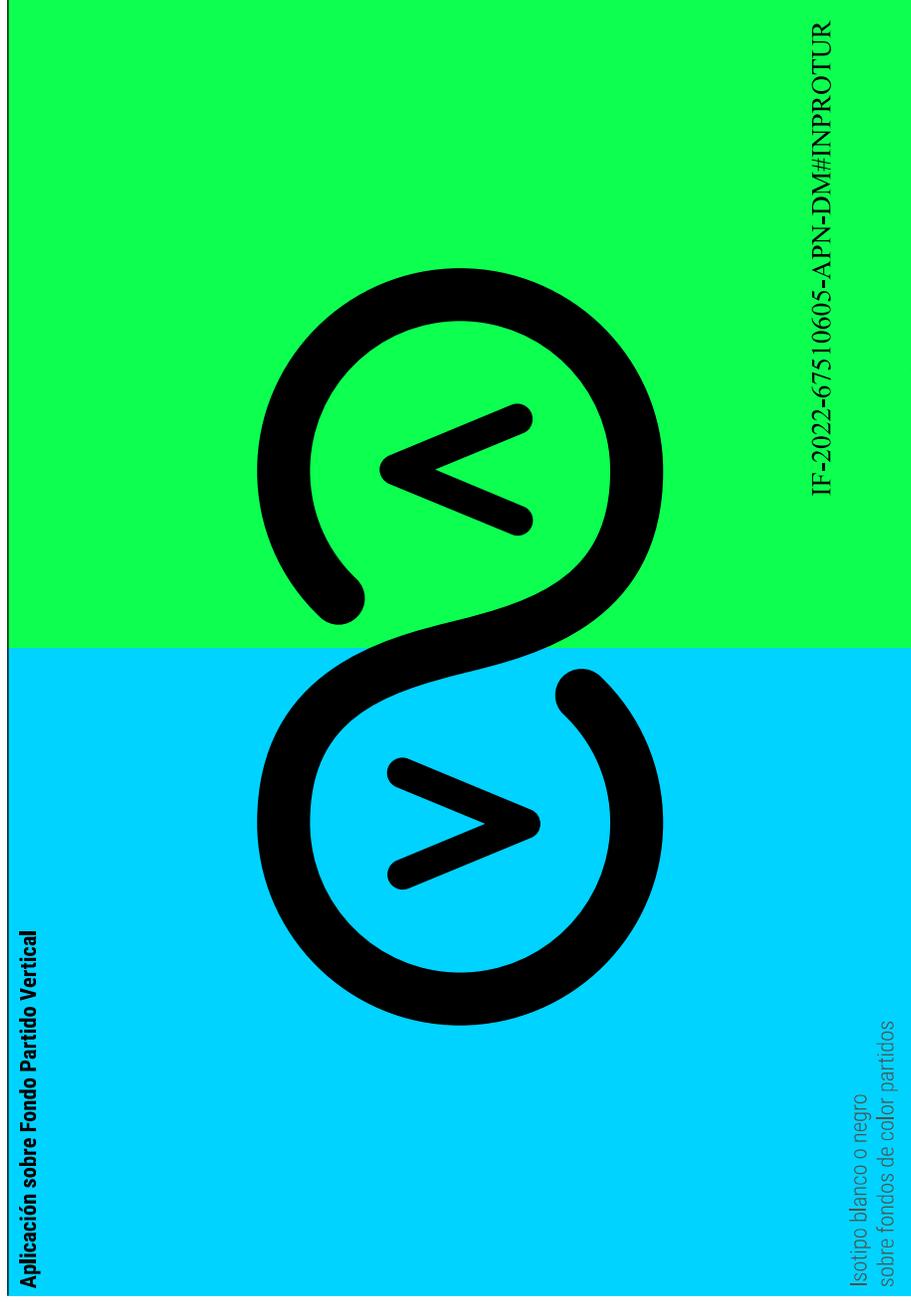
IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR

# 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 en fondos



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

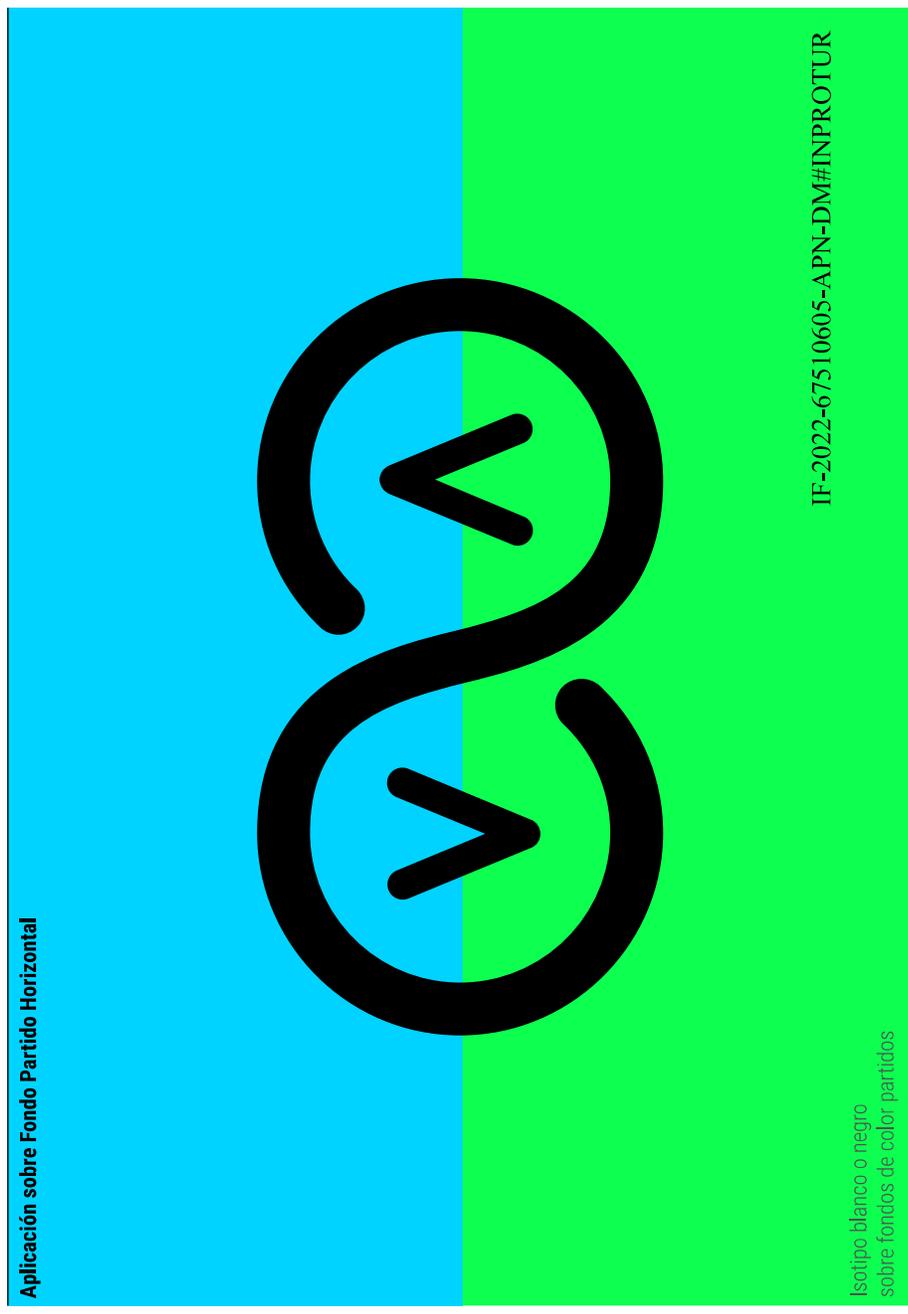
Cuando el fondo se divide en dos planos horizontales y se coloca el isotipo en el centro, debe realizarse un ajuste para que las contraformas de las letras V y A continúen del mismo color del fondo y no se vea un corte.

Aplicar el isotipo en el centro de la composición.

Usar siempre las versiones blanco y negro del 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 Horizontal



Isotipo blanco o negro sobre fondos de color partidos

IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR

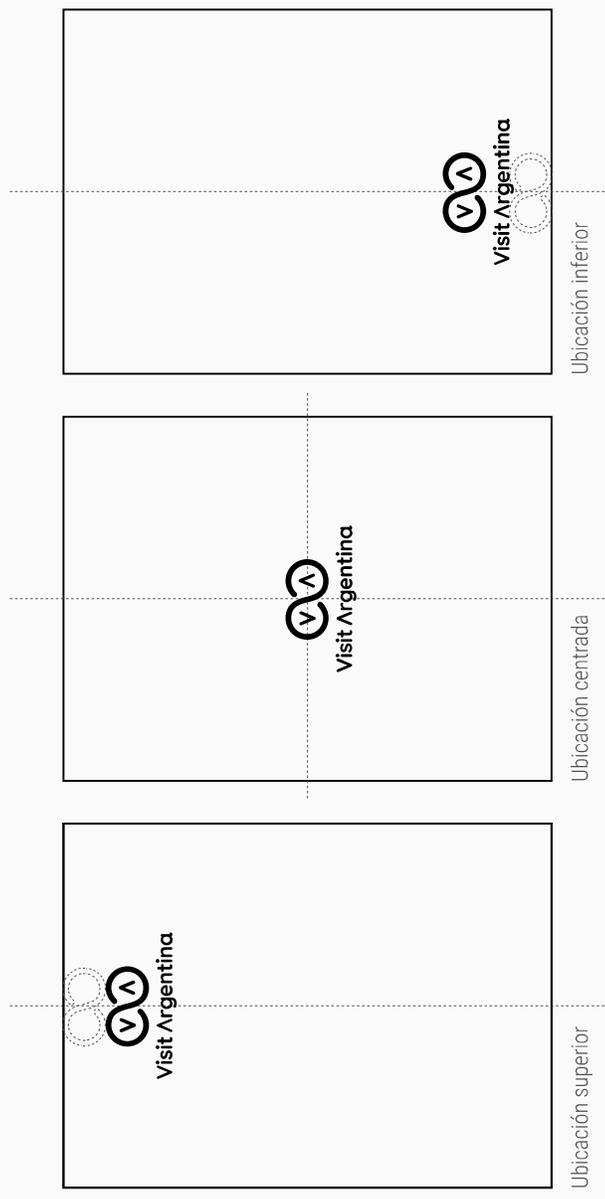
# Ubicación



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



IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR

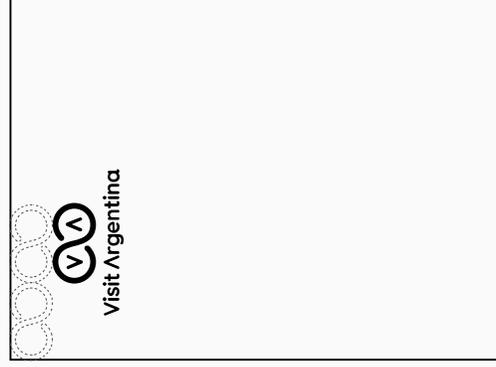
# Ubicación



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

IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR

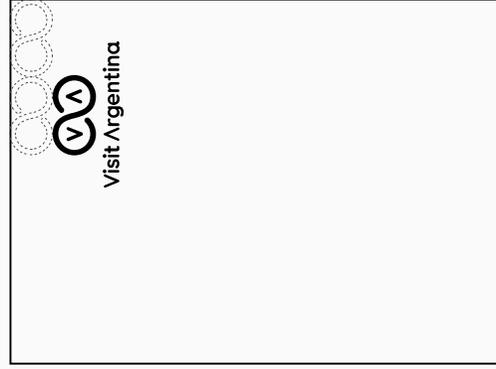
# Ubicación



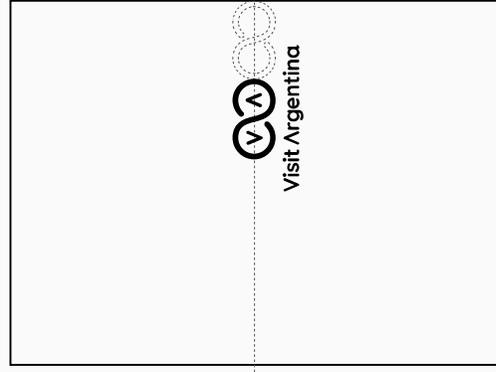
La ubicación del logotipo depende del tipo de comunicación y uso. Deberá estudiarse en cada caso particular. Como generalidad podemos establecer estos parámetros de aplicación del isologotipo marginado a derecha.

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

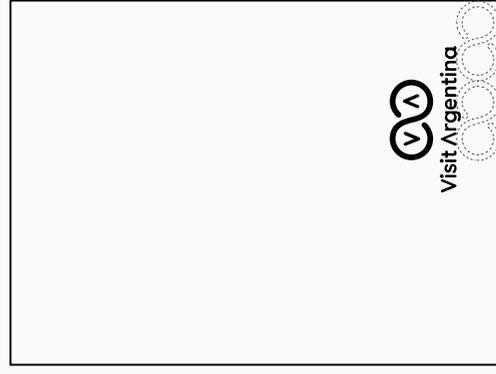
## Ubicación del isologotipo marginado a derecha



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



Visit Argentina

INPROTUR Arg



Visit Argentina

INPROTUR Arg

IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR

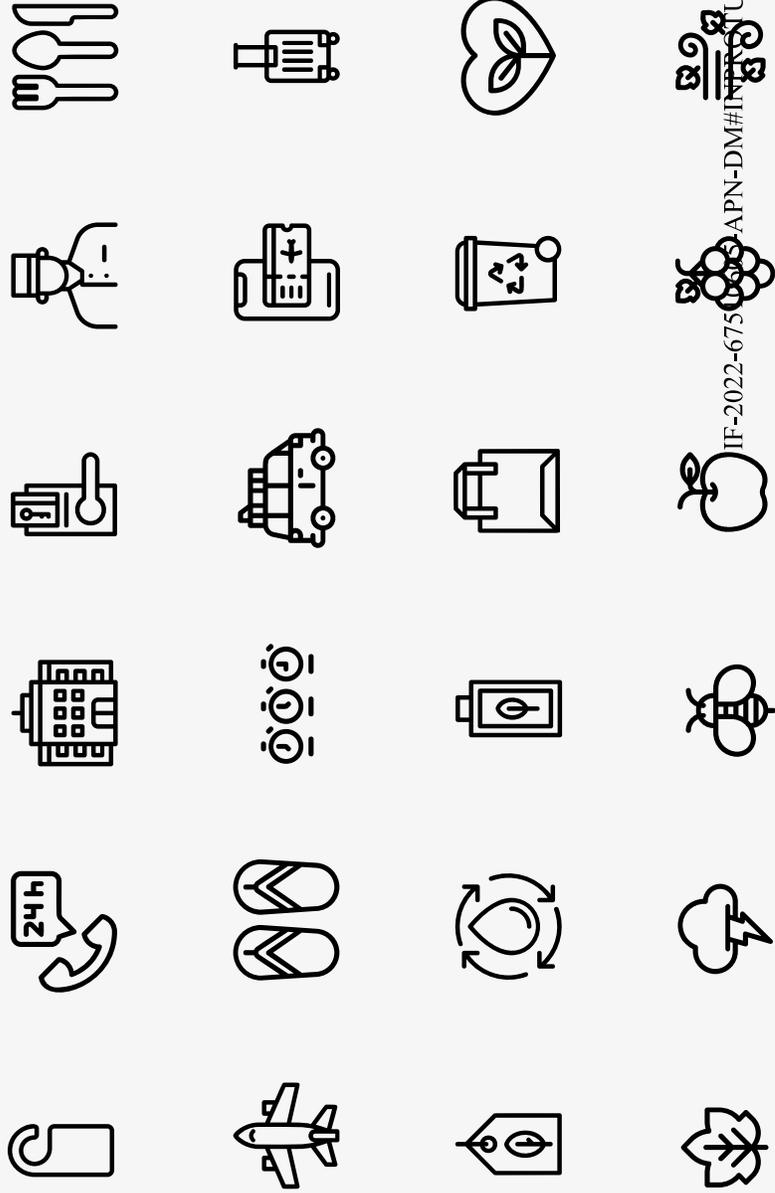
# Sistema de pictogramas



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

# Stamping

Sección 08 | Ejemplos de aplicación



# Cartel

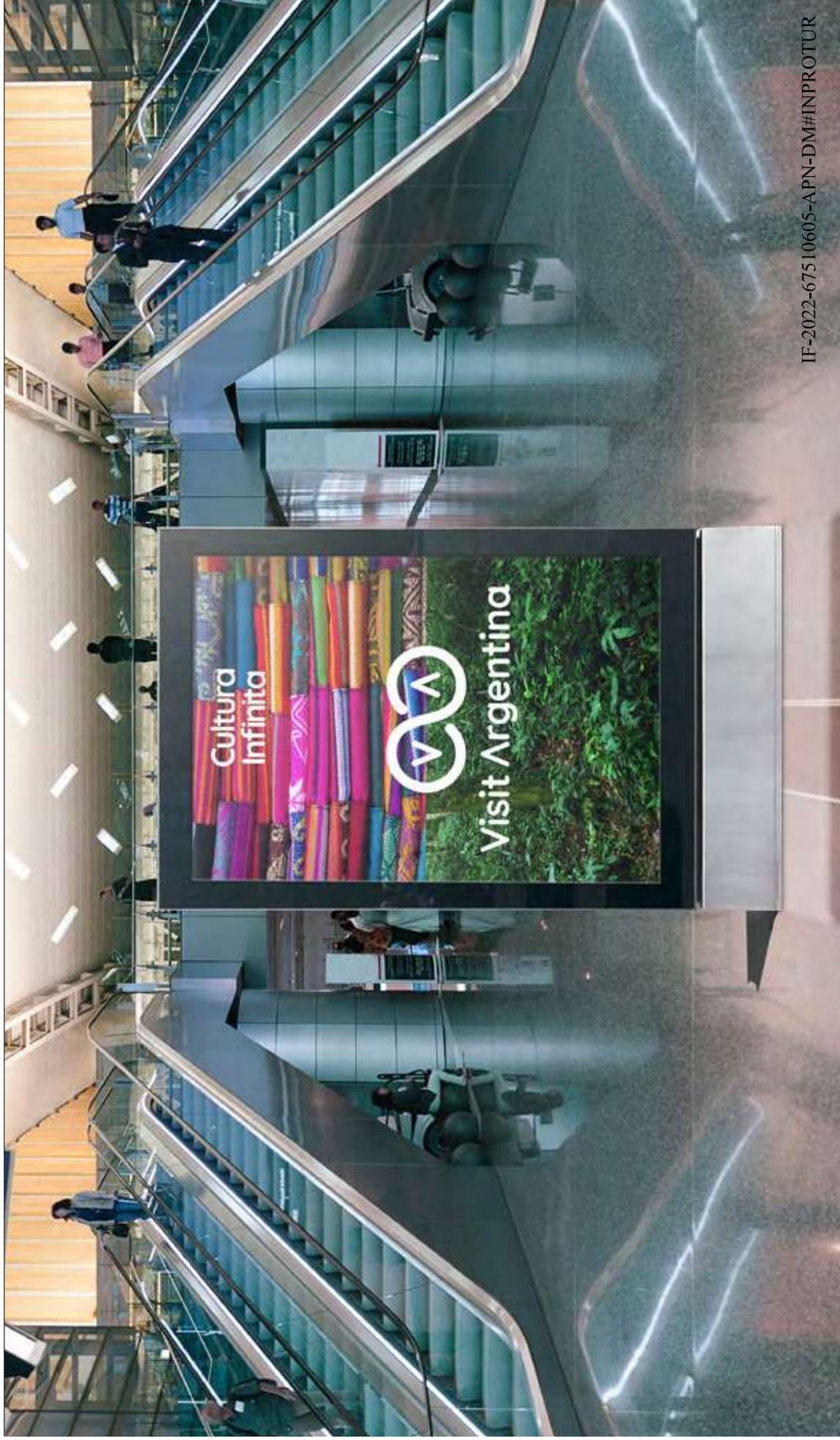
Sección 08 | Ejemplos de aplicación



IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR

# Cartel

Sección 08 | Ejemplos de aplicación



IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR

# Manga

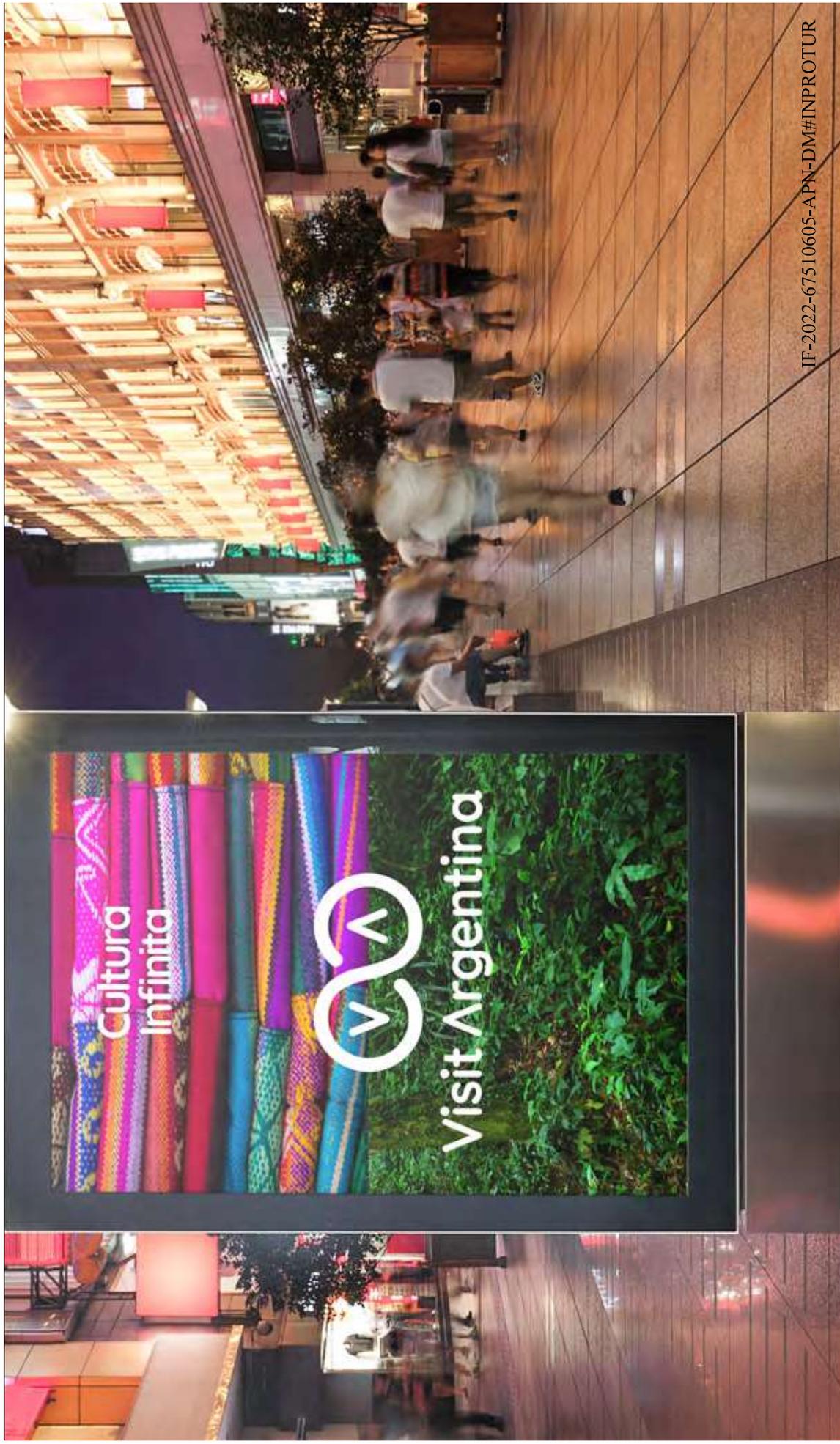
Sección 08 | Ejemplos de aplicación



IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR

# Cartel

Sección 08 | Ejemplos de aplicación



# Bandera

Sección 08 | Ejemplos de aplicación



IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR

# Banner

Sección 08 | Ejemplos de aplicación



IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR

# Bo1sa

Sección 08 | Ejemplos de aplicación



IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR

# Camiseta

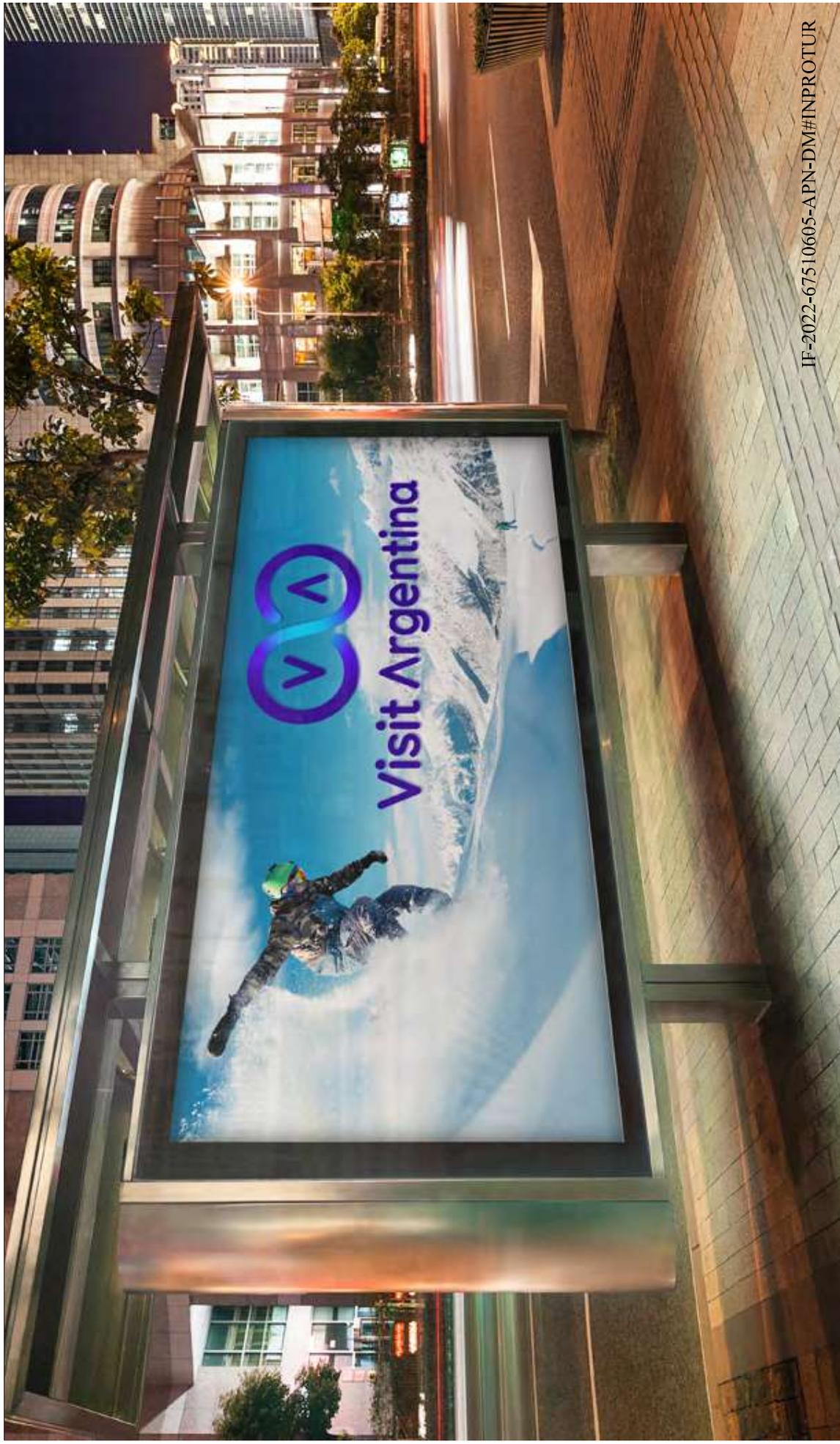
Sección 08 | Ejemplos de aplicación



IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR

# Cartel

Sección 08 | Ejemplos de aplicación



IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR

# Credencial

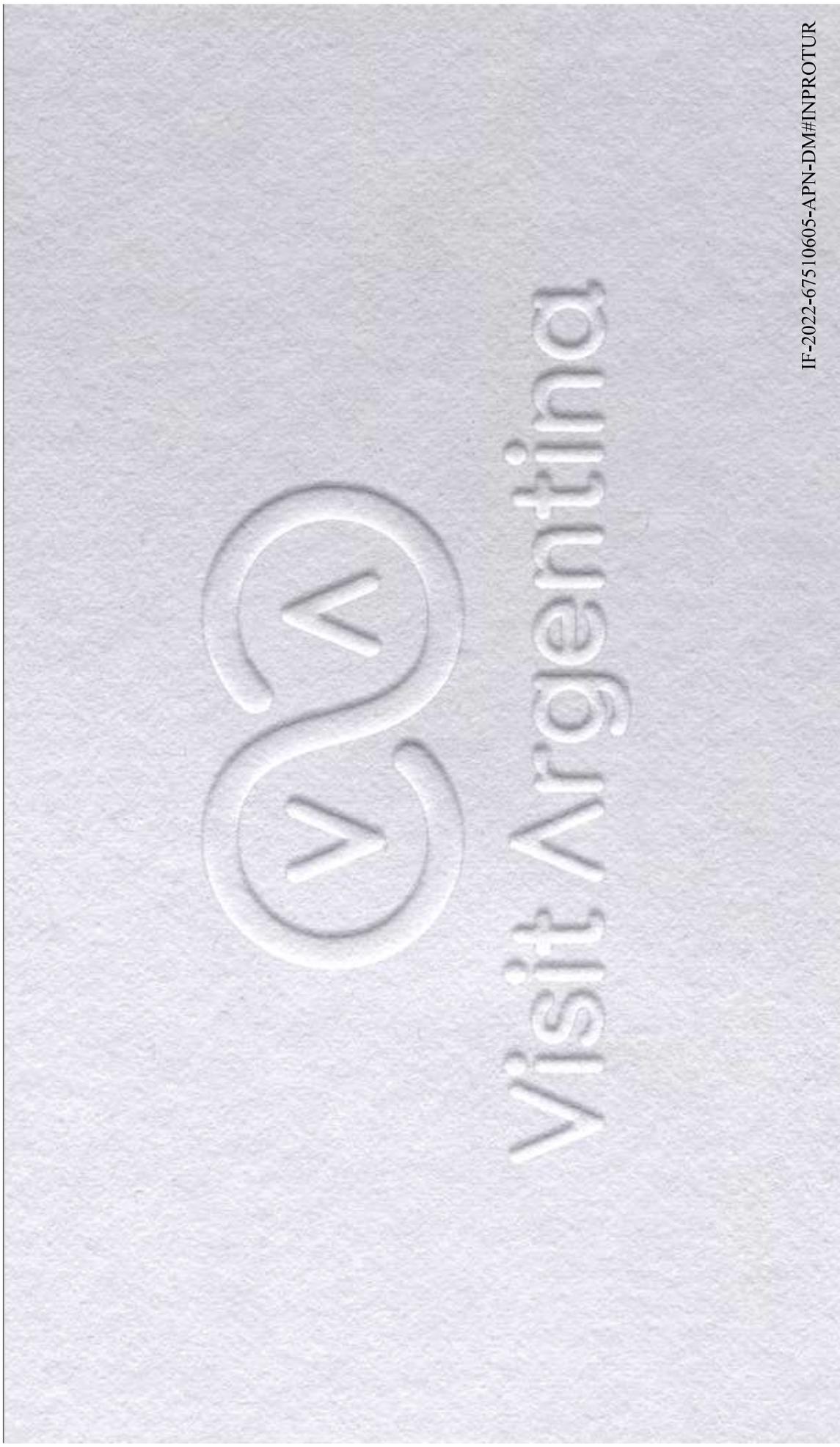
Sección 08 | Ejemplos de aplicación



IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR

# Relieve

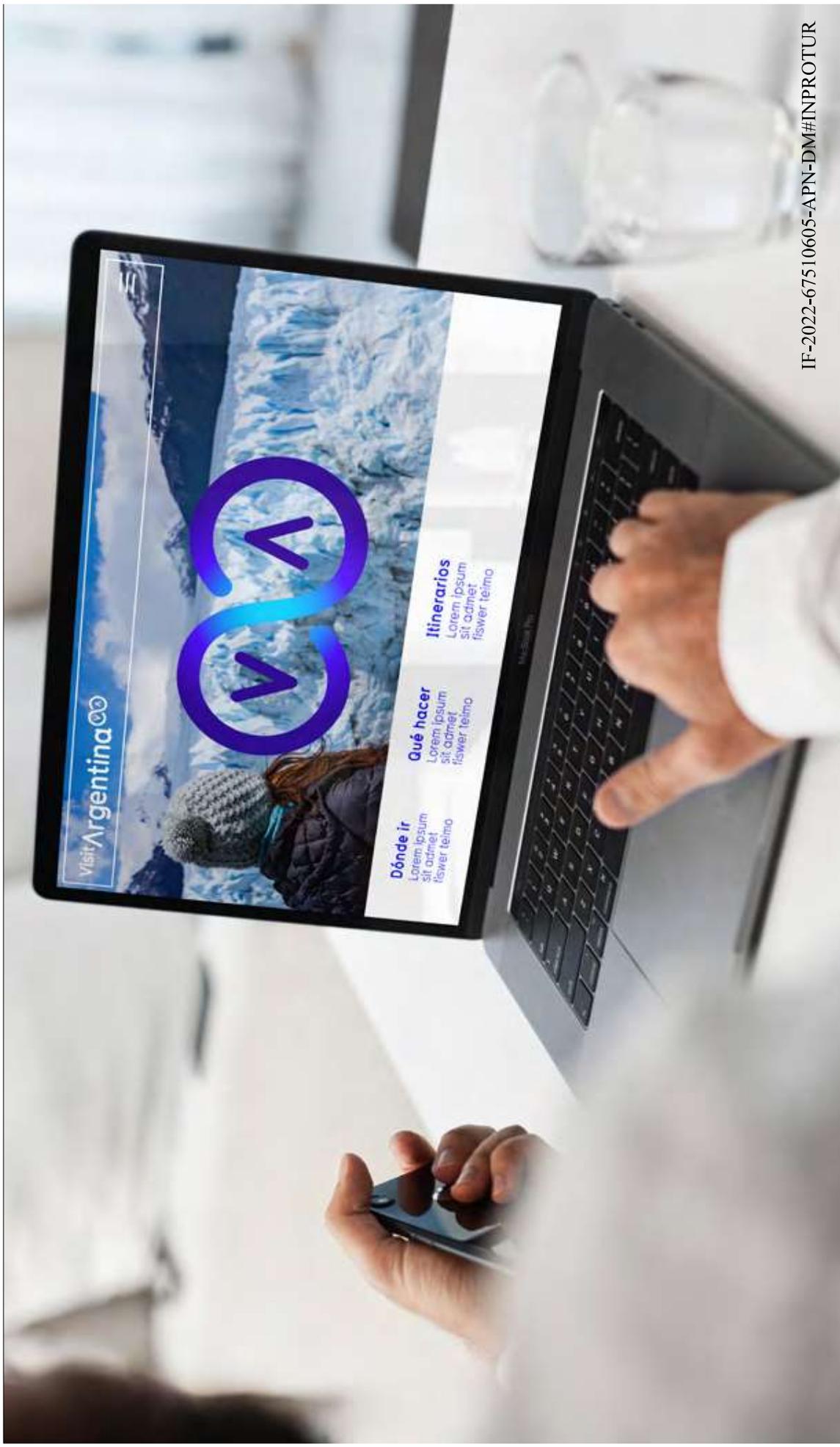
Sección 08 | Ejemplos de aplicación



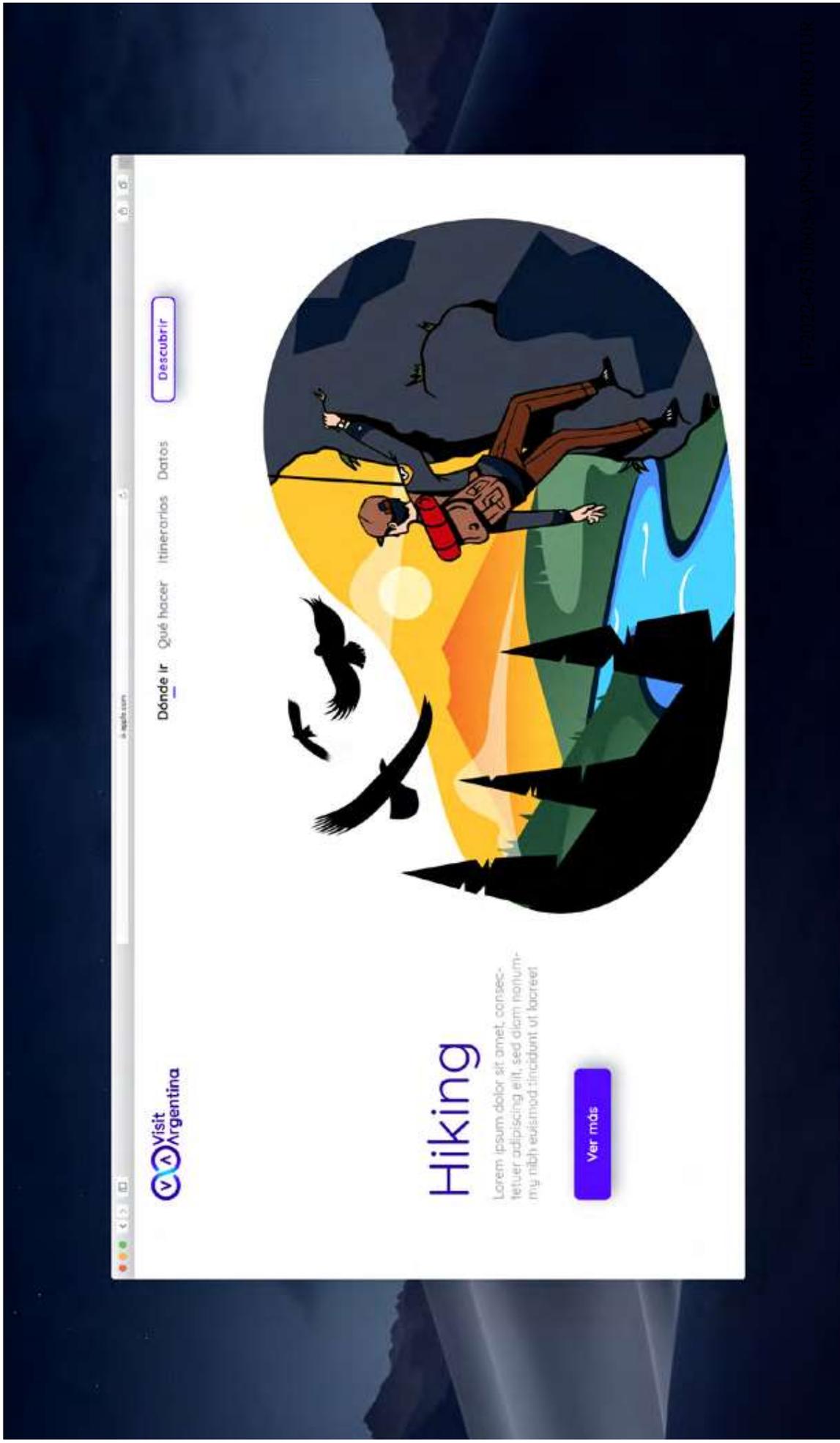
IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR

# Sitio web

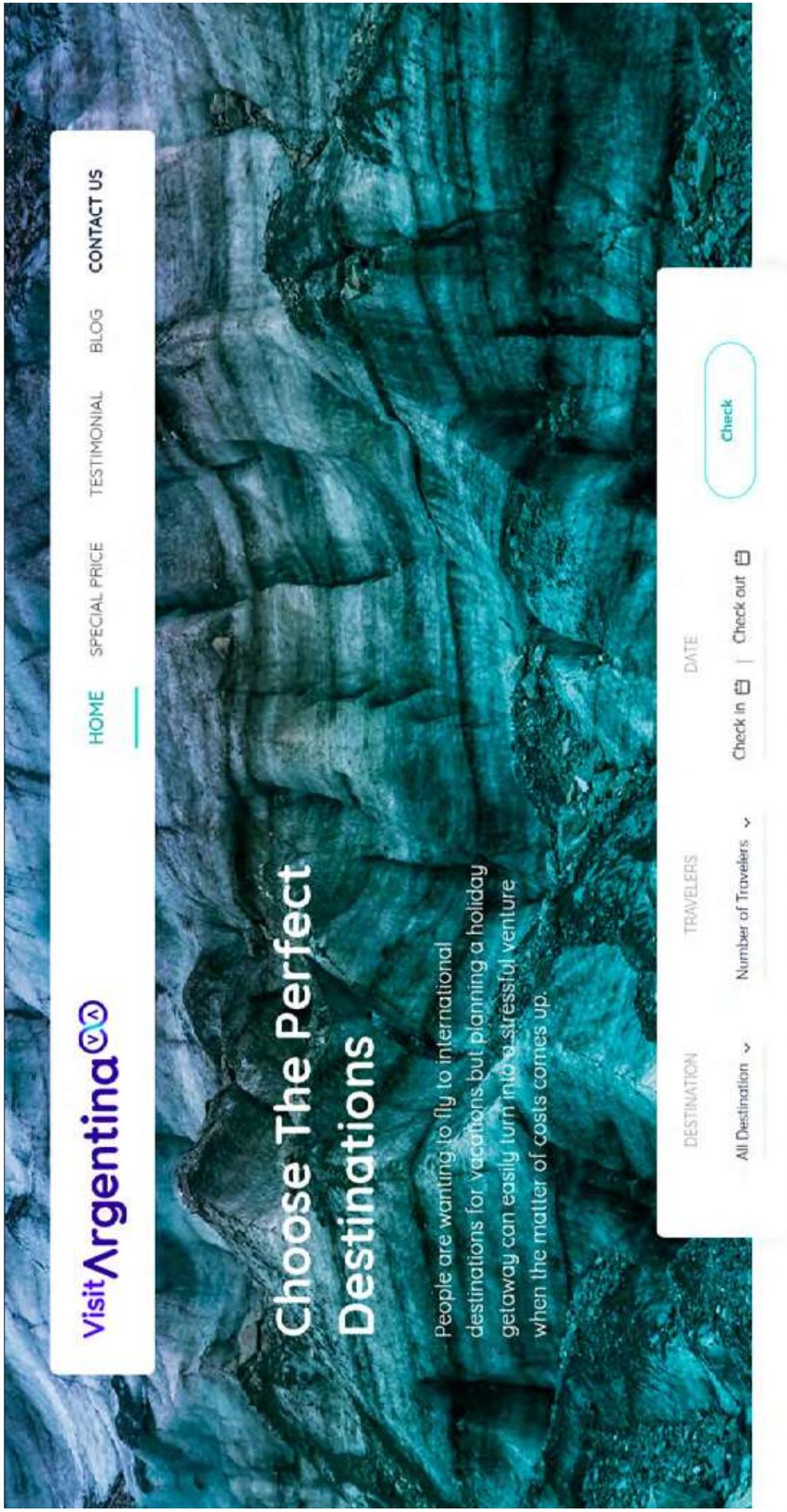
Sección 08 | Ejemplos de aplicación



IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR



U-2022-67510605-APN-DM-INPROTUB

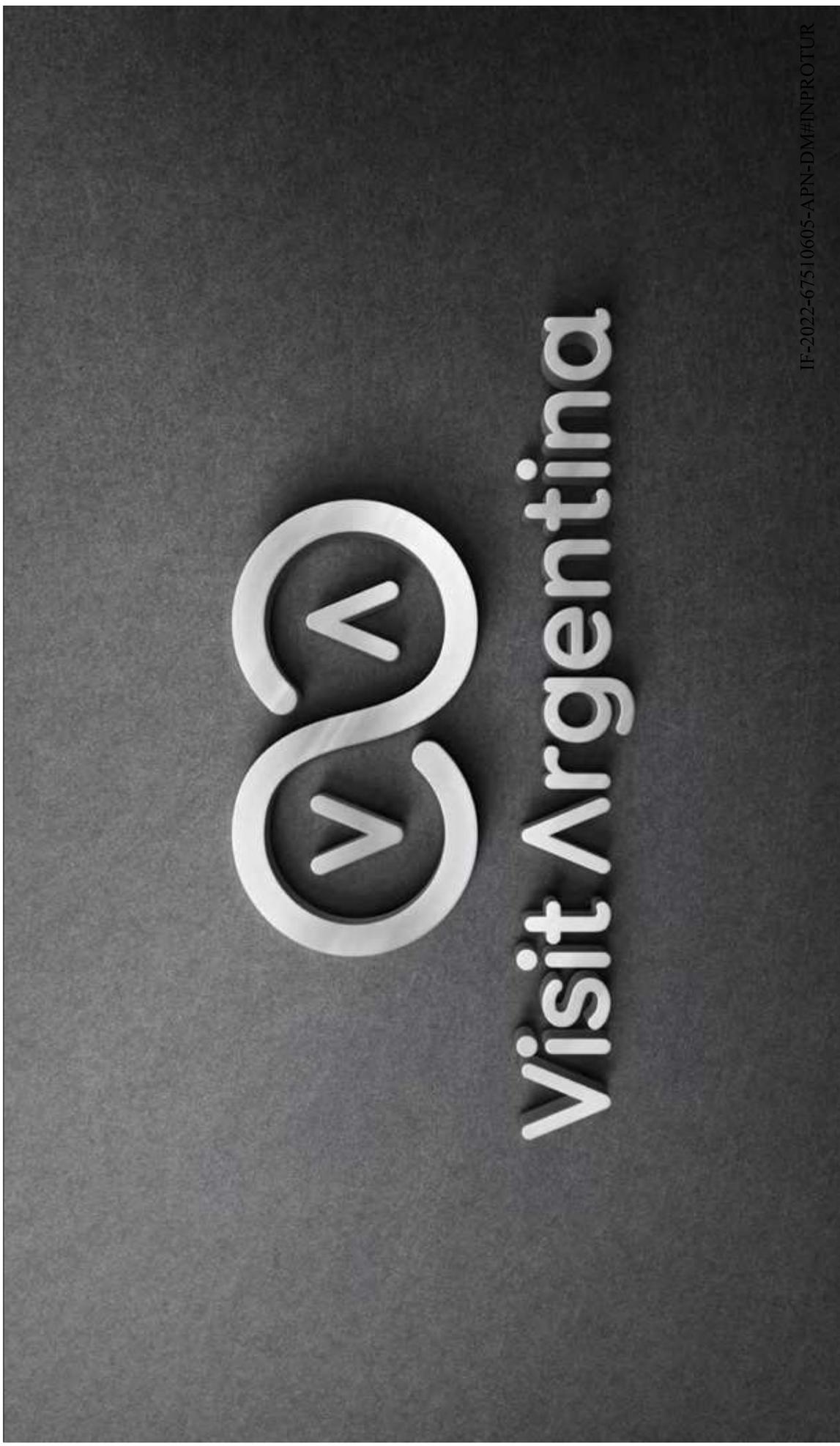


# Pin

Sección 08 | Ejemplos de aplicación



IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR



IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR

# Mostrador

Sección 08 | Ejemplos de aplicación



# Aplicación

Sección 08 | Ejemplos de aplicación



IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR

# Valija

Sección 08 | Ejemplos de aplicación



IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR

# Valla

Sección 08 | Ejemplos de aplicación



# Camiseta deportiva

Sección 08 | Ejemplos de aplicación



IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR



IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR

# Asociaciones

Sección 08 | Ejemplos de aplicación



IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR

# Asociaciones

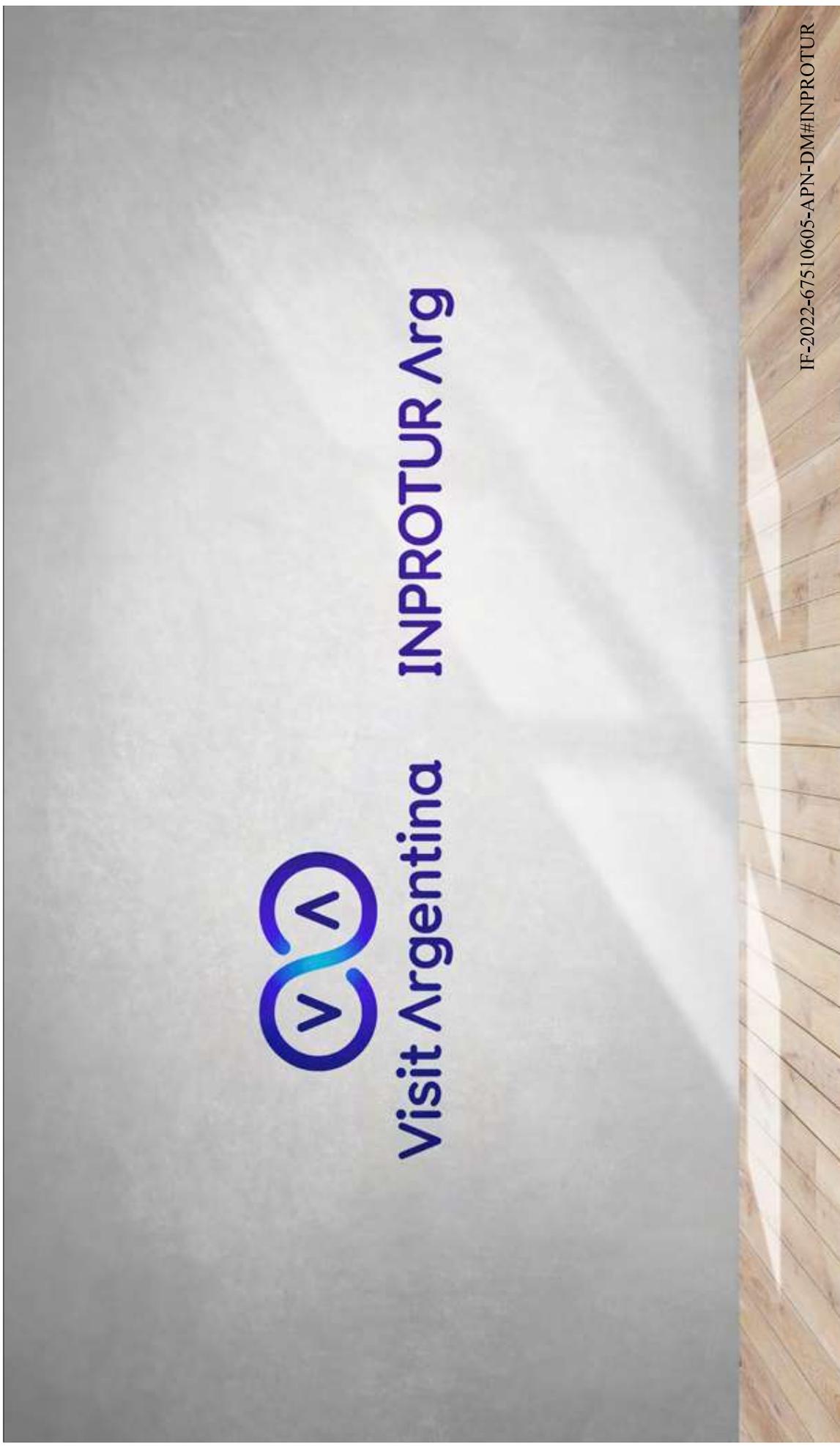
Sección 08 | Ejemplos de aplicación



IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR

# Asociaciones

Sección 08 | Ejemplos de aplicación



IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR

# ¡Gracias!

Más información o consultas  
Dirección de Comunicación Visit Argentina

VisitArgentina 

IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR

Página 68 de 68





República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional  
Las Malvinas son argentinas

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

**Número:** IF-2022-67510605-APN-DM#INPROTUR

CIUDAD DE BUENOS AIRES  
Lunes 4 de Julio de 2022

**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

MACARENA MEDINA  
Analista Técnica  
Direccion de Mercados  
Instituto Nacional de Promoción Turística

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





República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional  
1983/2023 - 40 AÑOS DE DEMOCRACIA

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

**Número:** IF-2023-83016614-APN-DPT#INPROTUR

CIUDAD DE BUENOS AIRES  
Martes 18 de Julio de 2023

**Referencia:** PLANIMETRÍA DE FERIA IMEX AMERICA 2023

---

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

Digitally signed by Gestion Documental Electronica  
Date: 2023.07.18 17:00:02 -03:00

CONSTANZA MARMOL ONZARI  
Asistenta técnica  
Dirección de Productos Turísticos  
Instituto Nacional de Promoción Turística

Digitally signed by Gestion Documental  
Electronica  
Date: 2023.07.18 17:00:02 -03:00



República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional  
1983/2023 - 40 AÑOS DE DEMOCRACIA

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

**Número:**

**Referencia:** Concurso Público Nacional N°4/2023-EX-2023-89370729- -APN-INPROTUR#MTYD

---

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 201 pagina/s.