



MANUAL DE CONVIVENCIA

CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS
PROPIEDAD HORIZONTAL

MANUAL DE CONVIVENCIA
APROBACIÓN ASAMBLEA
MARZO 31 DE 2008

MODIFICADO EN LA ASAMBLEA
MARZO 26 DE 2009
SEGÚN ACTA NO. 28





DONDE ENCUENTRAS
EL MEJOR
LUGAR DE TRABAJO





MANUAL DE CONVIVENCIA

CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS
PROPIEDAD HORIZONTAL

MANUAL DE CONVIVENCIA
APROBACIÓN ASAMBLEA
MARZO 31 DE 2008

MODIFICADO EN LA ASAMBLEA
MARZO 26 DE 2009
SEGÚN ACTA NO. 28

| | |
|---|----|
| CAPÍTULO I | |
| Normas y principios rectores | 7 |
| CAPÍTULO II | |
| Órganos de autoridad | 8 |
| CAPÍTULO III | |
| Libertades, deberes, obligaciones y prohibiciones de las personas naturales o jurídicas que a cualquier título utilicen o visiten las instalaciones del centro comercial Parque Caldas propiedad horizontal | 9 |
| CAPÍTULO IV | |
| El domicilio y su allanamiento | 14 |
| CAPÍTULO V | |
| Restricciones al derecho de uso de un área privada | 15 |
| CAPÍTULO VI | |
| Horarios | 17 |
| CAPÍTULO VII | |
| Promociones y propagandas – estadísticas | 18 |
| CAPÍTULO VIII | |
| Zonas peatonales | 18 |
| CAPÍTULO IX | |
| Gas | 19 |
| CAPÍTULO X | |
| Acueducto | 20 |
| CAPÍTULO XI | |
| Vigilancia | 21 |
| CAPÍTULO XII | |
| Disciplina social y sanciones | 22 |
| CAPÍTULO XIII | |
| Publicación y vigencia | 23 |
| CAPÍTULO XIV | |
| Disposiciones finales | 23 |



Misión

Brindar diversión y entretenimiento a nuestros clientes, ofreciéndoles con calidez humana una adecuada variedad de productos y servicios.

Visión

Ser el Centro Comercial preferido en el eje cafetero, gracias a la calidez en la atención, a la variedad de productos y servicios ofrecidos y a sus instalaciones, pensadas para la satisfacción integral del cliente.

Misión

En el Centro Comercial Parque Caldas:

- Velámos por la excelencia en la atención a los clientes brindándoles la información cierta y precisa de manera respetuosa y amable.
- Cuidamos que los visitantes se sientan seguros con nuestras instalaciones, productos y servicios.
- Mantenemos una actitud permanente de autoevaluación y mejoramiento continuo, buscando la conciliación de intereses de los clientes, propietarios, arrendatarios y empleados.
- Planeamos e implementamos alternativas para satisfacer los intereses de diversión y entretenimiento de nuestros clientes.

| Normas y principios rectores

ARTÍCULO 1°. OBJETO

El presente manual de convivencia tiene como objeto esencial, procurar las condiciones que aseguren el ejercicio de los deberes, derechos fundamentales y libertades de todos los copropietarios, arrendatarios, propietarios de establecimientos de comercio, público y clientes en general del CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS, propenderá siempre por la convivencia pacífica de conformidad con La Constitución, las leyes, los tratados vigentes y el Reglamento de Copropiedad.

ARTÍCULO 2°. PRINCIPIOS RECTORES

Son principios de la existencia del CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS, el respeto a la dignidad humana, libertad, igualdad, tolerancia, respeto al núcleo esencial, seguridad personal, seguridad social y comunitaria, imperio de la ley.



| Órganos de autoridad

ARTÍCULO 3°. AUTORIDADES.

Para efectos de este reglamento, las autoridades son aquellas que tienen la facultad de adoptar y/o ejecutar medidas reglamentarias en el ámbito del CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS.

ARTÍCULO 4°. SON AUTORIDADES.

OFICIALES: las que establezca la ley, tales como el Alcalde y sus dependencias como Planeación, Gobierno, Inspecciones de Policía, Oficina de Control Urbano, las Curadurías Urbanas, la Policía Nacional, las autoridades ambientales y de salubridad del orden Nacional, Departamental y Municipal, entre otras.

INTERNAS:

- A. La Asamblea General de Copropietarios.
- B. El Consejo de Administración.
- C. El Revisor Fiscal.
- D. El Administrador.
- E. El Comité de Convivencia.
- F. Los demás Comités y Comisiones de creación estatutaria o de conformación transitoria por mandato y delegación de la Asamblea General o el Consejo de Administración.

Libertades, deberes, obligaciones y prohibiciones de las personas naturales o jurídicas que a cualquier título utilicen o visiten las instalaciones del Centro Comercial Parque Caldas propiedad horizontal

ARTÍCULO 5°.

De conformidad con lo previsto por el Reglamento de Copropiedad Horizontal del EL CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS PROPIEDAD HORIZONTAL, se establecen las siguientes obligaciones individuales de cada propietario:

A) OBLIGACIONES DE DAR

Cada propietario de área privada está obligado: a) A pagar puntualmente las cuotas fijadas por la Asamblea de Propietarios como contribución a las expensas comunes necesarias a la administración, conservación y reparación de las áreas comunes, así como el pago de las primas de seguros y los gastos de propaganda, vigilancia, servicio de aseo, en proporción al porcentaje de participación en la Persona Jurídica; b) A pagar puntualmente las cuotas extraordinarias que llegare a decretar estatutariamente la Asamblea de Propietarios; c) A pagar puntualmente las multas, indemnizaciones o sanciones del reglamento de propiedad horizontal y del presente y que pueden ser decretadas a su cargo y en favor de la Persona Jurídica o del "Fondo de Improvistos"; d) Cuidar en todo caso que el aspecto exterior de su unidad privada armonice con el edificio y produzca una buena impresión estética, de conformidad a las disposiciones vigentes.

ARTÍCULO 6°. DEBERES DE TODAS LAS PERSONAS NATURALES O JURÍDICAS QUE VISITEN O UTILICEN A CUALQUIER TÍTULO LAS INSTALACIONES DEL CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS.

1. Respetar los derechos ajenos y no abusar de los propios.
2. Obrar conforme al principio de solidaridad social, responsabilidad con acciones humanitarias ante situaciones que pongan en peligro la vida o la salud propia y de los copropietarios.
3. Respetar y apoyar a las autoridades u órganos de autoridad legítimamente constituidos para el cumplimiento de los principios que orientan el presente reglamento.
4. Defender, respetar y difundir los derechos humanos como fundamento de la convivencia pacífica.



5. Promover y participar de las actividades comunales del CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS PROPIEDAD HORIZONTAL.

6. Propender al logro, mantenimiento y convivencia de la paz y el orden en EL CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS PROPIEDAD HORIZONTAL.

7. Colaborar para que en todo momento se conserve la paz en EL CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS PROPIEDAD HORIZONTAL.

8. Proteger los recursos naturales y físicos del CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS PROPIEDAD HORIZONTAL y velar por la conservación de un ambiente sano.

9. Todas las personas naturales y jurídicas que a cualquier título utilicen las instalaciones del CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS PROPIEDAD HORIZONTAL tienen derecho al libre desarrollo de sus libertades y ejercicio de sus derechos dentro de los límites que indican que los derechos de una persona llegan hasta donde empiezan los de los demás.

10. Derecho a la inviolabilidad de la correspondencia y demás formas de comunicación privada. Sólo pueden ser interceptados o registrados mediante orden judicial, en los casos y con las formalidades que establezca la ley.

Por razones de seguridad los porteros y vigilantes podrán revisar bolsos y paquetes que ingresen y salgan del CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS PROPIEDAD

HORIZONTAL, siempre dentro de los límites que le impone el respeto, la dignidad humana y la intimidad de las personas.

EL CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS PROPIEDAD HORIZONTAL se reserva el derecho de no permitir el ingreso a sus instalaciones a aquellas personas que se nieguen a permitir la revisión de sus bolsos o paquetes o que razonablemente pueda representar un riesgo físico o moral al CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS PROPIEDAD HORIZONTAL, a sus habitantes o visitantes.

11. Todas las personas que a cualquier título utilicen las instalaciones del CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS PROPIEDAD HORIZONTAL, tienen derecho al libre desarrollo de su personalidad sin más limitaciones que las que imponen los derechos de los demás, el orden jurídico, el reglamento de propiedad horizontal y el presente reglamento.

12. Respetar el derecho de los demás a expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial. Es entendido que no se permite dentro de las instalaciones del CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS PROPIEDAD HORIZONTAL, efectuar ningún tipo de proselitismo, salvo que el Consejo de Administración previo análisis de la solicitud, lo permita y garantice que no se vulneran derechos de terceros.

En todo caso no será permitido ningún tipo de proselitismo de política partidista.

13. La paz es un derecho y un deber de obligatorio cumplimiento.

14. Todo propietario y/o comerciante del CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS PROPIEDAD HORIZONTAL tiene derecho a presentar petición respetuosa a la Administración o cualquiera de los órganos de autoridad del CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS PROPIEDAD HORIZONTAL, por motivos de interés general o particular y a obtener respuesta escrita dentro de los quince (15) días calendario siguientes al día de la entrega de la solicitud en las oficinas de la Administración del CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS PROPIEDAD HORIZONTAL.

15. Toda persona que a cualquier título legítimo utilice las instalaciones del CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS PROPIEDAD HORIZONTAL, tiene derecho a circular libremente por las áreas comunes en los días autorizados, salvo cuando por razones de seguridad o mantenimiento o por otra a juicio del Administrador, deba ser aislados del tránsito del público.

16. Procurar que se garantice la honra, la dignidad y la intimidad de las personas.

17. Se reconoce el derecho a la libre empresa lícita, a la iniciativa privada dentro de los límites del bien común, teniendo en cuenta los espacios, recursos y oportunidades con los que cuenta EL CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS PROPIEDAD HORIZONTAL y con las reglamentaciones de uso de los locales y áreas comunes que se indican más adelante. Solo en los locales ubicados en

los niveles seis y siete, y un local F-1, se podrá expender comida preparada.

18. Derecho a la buena calidad de los servicios ofrecidos por la Administración a los usuarios del CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS PROPIEDAD HORIZONTAL.

19. Los usuarios, empleados, personal directivo del CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS PROPIEDAD HORIZONTAL se abstendrán en beneficio propio de utilizar dentro del horario laboral, personal al servicio de la propiedad horizontal.

ARTÍCULO 7°.

Queda prohibido dentro de las instalaciones del CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS PROPIEDAD HORIZONTAL vender, autorizar o facilitar el consumo de bebidas embriagantes o cigarrillos a menores de edad; así mismo como sustancias psicoactivas cuyo comercio esté proscrito por la ley, dentro de las instalaciones del CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS PROPIEDAD HORIZONTAL.

En todo caso, se observará lo que al respecto regulen El Código Nacional de Policía y el Reglamento de Convivencia Ciudadana de Caldas, así como otras normas del orden municipal.

ARTÍCULO 8°. RUIDO.

Se prohíbe la utilización de equipos de sonido que causen contaminación auditiva en EL CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS PROPIEDAD HORIZONTAL tal como indica adelante en el presente reglamento.



ARTÍCULO 9°. FACHADAS Y AVISOS.

Corresponde al Consejo de Administración del CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS PROPIEDAD HORIZONTAL en primera instancia y a la Asamblea de Copropietarios en segunda instancia, decidir sobre las solicitudes de autorización de cambios en las fachadas que conforman el cerramiento de cada local.

En ningún caso las modificaciones pueden implicar invasión de áreas y bienes comunes o de terceros.

El Administrador tramitará ante el Consejo de Administración o en su caso ante la Asamblea General, del EL CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS PROPIEDAD HORIZONTAL las solicitudes que hagan propietarios o residentes que impliquen modificaciones a las fachadas o alteraciones en el uso de los bienes comunes.

La violación de esta disposición, dará lugar a que el CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS PROPIEDAD HORIZONTAL exija por vía prejudicial, policiva, judicial o administrativa, según el caso, el restablecimiento de las cosas a su estado anterior, observando claro está las formas propias de los procedimientos que se establecen en el presente reglamento, en el de propiedad horizontal o en las normas legales, sin perjuicio de las multas que se prevén en este reglamento.

B) OBLIGACIONES DE HACER

Es deber de cada uno de los propietarios:

1) Someterse a las estipulaciones del Reglamento de Propiedad Horizontal, al presente Reglamento, a las decisiones legalmente adoptadas por la Asamblea de Propietarios, el Consejo de Administración, el Administrador, o los árbitros; estas últimas en función de cláusulas compromisorias, y a las contenidas en las normas legales y costumbres que rigen la propiedad horizontal.

2) Mantener su área privada en normales condiciones de estética, seguridad de interiores y exteriores, haciendo las reparaciones que correspondan a su área, de manera que esta sea debidamente conservada y se mantenga en estado permanente de utilidad y seguridad para los usuarios.

3) Reparar a sus expensas los desperfectos que se ocasionen en las partes inmediatamente superiores, inferiores, colindantes por rotura de colectores de aguas negras o tuberías de aguas potables, que no fueren de uso común, ocurridas en el área privada de reformas, reparaciones, deterioros, accidentes de cualquier naturaleza, negligencia, abandono o imprudencia de los usuarios. La misma obligación es aplicable cuando se produzcan humedades por no mantener las instalaciones en debidas condiciones, en caso de encontrarse desocupada la respectiva área, o por haberse procedido a la reparación del área con la prudencia requerida en cada caso.

4) Permitir el ingreso al inmueble de su propiedad a las personas encargadas de proyectar, inspeccionar o realizar trabajos de interés común, sea que afecten o no los bienes

de uso o las unidades vecinas. Tales trabajos deberán realizarse con la máxima celeridad o cuidado para evitar dificultades o molestias a los ocupantes.

5) Dar pronto aviso al Administrador, de la enajenación, limitación del dominio, gravámenes, arrendamiento, anticresis, depósito o comodato referidos a su área privada, suministrándole los documentos e información necesarias para la anotación, en la respectiva matrícula privada y en el correspondiente libro de registro, de las personas que reciban la cesión, derecho real, arrendamiento, depósito, anticresis, comodato o cualquier otra transferencia de dominio, uso o tendencia; en este sentido, debe velar el copropietario porque estas personas sean de reconocida solvencia moral.

6) Mantener debidamente informado al Administrador de las personas que con derecho real, contrato a título personal, o relación familiar o amistosa, o de empleo o de negocios, puedan tener acceso permanente u ocasional a su propiedad con llaves autónomas.

7) Responder, sin perjuicio de la responsabilidad que pueda haber simultáneamente a otros titulares de los derechos reales, o a ocupantes, usuarios e inquilinos, de los daños materiales o morales que dentro del edificio, por causa de este, se ocasionaren a otros propietarios o a terceros, por acción u omisión, dolosa o culposa del propietario, de las personas ocupantes del área privada, o por acción de cosas de su propiedad, en cuantía que, si no hubiere acuerdo directo, puede señalar el Consejo de Administración según lo previsto en este reglamento o un Tribunal de Arbitramento que para el efecto se constituya.

8) Tener registrada en la Administración, la dirección de su oficina o residencia, teléfonos, correo y demás datos complementarios del domicilio.

9) Pagar dentro del plazo señalado al efecto por la Asamblea General las cuotas extraordinarias decretadas por la misma o, dentro de los diez (10) primeros días de cada mes, las expensas comunes necesarias. Cada propietario acepta que dichas expensas le sean cobradas por la vía ejecutiva sin necesidad de requerimientos judiciales o privados, derechos éstos a los cuales renuncia expresamente.

10) Tomar los seguros que se determinen en el Reglamento de Propiedad Horizontal, sin perjuicio de los que la persona jurídica tome en relación con las áreas comunes. En desarrollo de esta obligación, cada propietario de una unidad privada deberá contratar, mantener vigente, enviar y mantener en la oficina de Administración del CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS, póliza de seguros de incendio, temblor y/o erupción volcánica, que cubra el valor de reposición de su respectiva unidad privada, con la correspondiente proporción de su participación en el área común. Si el propietario, dentro de los 30 días siguientes al vencimiento de su póliza o de la adquisición del local, no presenta su póliza, la administración quedará facultada para contratar el seguro, facturando y cobrando su costo al respectivo propietario.

11) En fin, utilizar su derecho de dominio dentro de un cívico y funcional concepto de las restricciones que legal o intrínsecamente conlleve al Régimen de Propiedad Horizontal, actuando con espíritu comunal, respetando los derechos de los propietarios, manteniendo mútua consideración y procurando no molestar ni estorbar a los demás, para poder exigir el mismo tratamiento.



| El domicilio y su allanamiento

ARTÍCULO 10°.

Entiéndase por domicilio, la residencia acompañada real y sustantivamente del ánimo de permanecer en ella. Los propietarios y tenedores de los locales y demás unidades privadas del CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS deberán registrar ante la Administración, la dirección y cambios de su domicilio principal.

Entiéndase por domicilio del CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS PROPIEDAD HORIZONTAL, la unidad que compone la totalidad del terreno, las unidades privadas y los bienes comunes que de él hacen parte, ubicados en la Carrera 21 # 30 - 03, Oficinas de la Administración.

ARTÍCULO 11°.

Las autoridades de Policía no podrán intervenir para limitar el ejercicio de derecho de propiedad, salvo en los casos autorizados por la ley y en desarrollo del principio de solidaridad en prevención o atención de desastres o calamidades públicas.

En caso de perturbación del derecho de posesión o mera tendencia que cualquier persona o EL CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS PROPIEDAD HORIZONTAL tenga sobre un bien privado o común, las autoridades de Policía intervendrán en lo sometido bajo su competencia, para establecer y preservar la situación que existía en el momento en que se produjo la perturbación.



Restricciones al derecho de uso de un área privada

ARTÍCULO 12°.

Ningún usuario podrá destinar su área privada a uso diferente no permitidos en este reglamento, en el de Propiedad Horizontal, o contrarios a la ley, a la moral y buenas costumbres o prohibidas por el Código de Policía.

ARTÍCULO 13°.

Todo usuario debe comunicarse con la Administración, en caso de alguna reunión especial, horas extras de trabajo interno en cualquier área privada o casos similares con causa justificada, para convenir con la vigilancia el cierre de las porterías, estando a cargo de dicho local los costos adicionales que impliquen el reforzamiento de la vigilancia dentro de las instalaciones del CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS, dejando en todo caso los registros RESPECTIVOS en el libro de portería.

ARTÍCULO 14°.

Ningún usuario podrá utilizar por sí o por medio de otras personas sus respectivos bienes privados para eventos o actos que perturben el sosiego o el normal uso de los bienes o los demás ocupantes.

Por lo tanto, queda prohibido el uso inmoderado en cualquier aspecto de aparatos de radio, altoparlantes,

instrumentos musicales, etc. También se prohíbe con el presente artículo la instalación de motores, máquinas o aparatos que produzcan ruidos o vibraciones molestas, salvo por razones de mantenimiento o reparaciones, caso en el cual deberá coordinarse con la Administración del Centro Comercial los horarios para ello, de manera que se preserve el normal desarrollo de las actividades del Centro Comercial.

ARTÍCULO 15°.

Los establecimientos dedicados a la elaboración y/o venta de comida deberán contar con los equipos e instalaciones necesarias para extracción de humos y olores, trampa de grasas, triturados de desperdicios, rejillas adecuadas y demás elementos que garanticen el adecuado manejo de los alimentos, evitando la contaminación del aire y el taponamiento de tuberías de desagüe; la Administración proporcionará previamente las normas técnicas para instalaciones de dichos equipos de tal forma que no perjudique la armonía arquitectónica de fachadas y cubiertas. Adicionalmente se debe fumigar el local cada tres (3) meses.

ARTÍCULO 16°.

Ningún comerciante podrá mantener dentro de sus áreas privadas y menos aún ocupando áreas comunes sustancias y/o elementos que representen peligro o incomodidad para



el Centro Comercial y sus ocupantes por su condición de inflamables, infecciosas o similares y aquellas que produzcan olores u otra clase de molestias a usuarios en general. Tampoco podrá mantener objetos que interrumpen el paso por áreas comunes.

ARTÍCULO 17°.

Todo usuario de área privada deberá hacer por su cuenta y riesgo las reparaciones necesarias para la conservación y utilización de su área privada y se hará responsable de todos los perjuicios, si por no atender a ellas oportunamente sufriera merma o disminución el valor del edificio o cause molestias o daños a los demás usuarios. Adicionalmente solicitar permiso a la Administración para instalar aparatos de aire acondicionado o equipos extractores, instalando los equipos y los elementos de drenaje de las aguas de condensación dentro del bien de dominio particular.

ARTÍCULO 18°.

No se permite dentro de las instalaciones del Centro Comercial la instalación de puestos, promociones o ventas de chance, boleterías, bonos o similares, rifas, etc., por parte de los usuarios o empleados de los establecimientos comerciales, ni por los empleados del Centro Comercial. Esta facultad solo le está reservada al CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS para actividades y fines propios del mismo y para los establecimientos de comercio legalmente abiertas como tales y que cuenten con las debidas autorizaciones municipales y se ajusten a las reglamentaciones existentes.

ARTÍCULO 19°.

Es deber del usuario u ocupante de un área privada del CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS que conozca se haya perpetrado la comisión de un delito cualquiera dentro

de las instalaciones de éste, sea o no en su área privada, informar sobre ello a la Administración del CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS y poner el hecho en conocimiento de las autoridades competentes.

ARTÍCULO 20°.

Las reparaciones y/o modificaciones de instalaciones sanitarias, eléctricas, telefónicas, mecánicas, etc., deberán ser permitidas en los locales afectados siempre y cuando se pida permiso a los interesados por medio de la Administración, observando y acatando en todo caso las disposiciones de las empresas prestadoras de servicio públicos domiciliarios y dejando las cosas en el estado original. La Administración del Centro Comercial efectuará y el locatario permitirá, la inspección periódica a juicio de aquella de las instalaciones de acueducto, alcantarillado, gas y energía eléctrica a los locales y unidades privadas, de manera que se puedan prevenir daños o eventos que pongan en riesgo o perjudiquen la seguridad del Centro Comercial y de los locatarios y usuarios. La Administración hará las recomendaciones correspondientes y se reserva el derecho de informar a las entidades prestadoras del servicio público o a las autoridades correspondientes sobre las irregularidades o deficiencias que encuentre.

ARTÍCULO 21°.

Para las instalaciones del servicio de gas en sus locales, se debe solicitar permiso a la Administración y a la empresa prestadora de este servicio domiciliario y el mismo se debe utilizar a través de la red de gas del Centro Comercial; no se permiten cilindros de gas.

ARTÍCULO 22°.

El horario normal de funcionamiento del CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS para las áreas comunes será:

8:00 a.m. a 8:00 p.m. de lunes a jueves.

8:00 a.m. a 9:00 p.m. el día viernes.

9:00 a.m. a 9:00 p.m. el día sábado..

10:00 a.m. a 8 p.m. los días domingos y festivos.

ARTÍCULO 23°.

El horario normal de funcionamiento del CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS para los locales comerciales es:

10:00 a.m. a 8:00 p.m. de lunes a sábado en jornada continua.

11:00 a.m. a 4:00 p.m. domingos y festivos en jornada continua.

El horario de las épocas especiales será acordado con antelación entre la Administración y el Consejo de Administración. En circunstancias especiales cuando no sea posible reunir previamente al Consejo de Administración y sin perjuicio de que se informe en la siguiente reunión, el Administrador y el Presidente o en su defecto el Vicepresidente del Consejo de Administración podrán tomar las decisiones sobre el tema.

PARÁGRAFO. Este horario no aplica para las actividades administrativas de cada establecimiento de comercio, como tampoco para el uso de los depósitos e ingreso y suministro de mercancía, para lo cual será el Administrador del CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS quien regulará la materia, observando criterios de racionalidad y funcionalidad y que en todo caso no se afecte el funcionamiento del CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS.

ARTÍCULO 24°.

EL horario de los locales comerciales podrá ser cambiado o modificado únicamente por el Consejo de Administración o por la Asamblea General de Copropietarios.

ARTÍCULO 25°

Los locatarios de los locales procuran, en horarios de atención al público, cerrar únicamente por las siguientes causas y mediante aviso previo y por escrito por parte a la Administración, en los siguientes casos:

a. Calamidad doméstica comprobada.

b. Inventario (máximo 2 días y dos veces al año).

c. Remodelación previo aviso a la Administración, definiendo el tiempo que permanecerá cerrado el almacén por esta causa.

d. Fuerza mayor o caso fortuito.

ARTÍCULO 26°.

El horario de los juegos mecánicos será determinado por la Administración de acuerdo a los requerimientos y ante todo de las disposiciones legales y municipales sobre la materia.

ARTÍCULO 27°.

Las porterías de acceso al edificio, se abrirán conforme al horario que determine el Consejo de Administración.

ARTÍCULO 28°.

La recolección de basuras se hará al menos dos veces al día. Las basuras se mantendrán en el interior del área privada hasta el momento en que se haga la recolección.

ARTÍCULO 29°.

La Administración dispondrá los horarios en que los ascensores prestarán servicio a los usuarios.



Promociones y propagandas - estadísticas

ARTÍCULO 30°.

Ningún usuario del Centro Comercial podrá adelantar promociones basadas en espectáculos vivos, si previamente no ha presentado a la Administración, una solicitud de permiso por escrito, con un plan detallado del tipo de promoción que aspira adelantar, esto con el fin de no perturbar innecesariamente las actividades normales del resto del Conjunto Comercial.

Zonas peatonales

ARTÍCULO 31°.

Ningún usuario del CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS cualquiera que sea su relación con el mismo, podrá utilizar las áreas de circulación de la edificación para fines diferentes al tráfico peatonal.

ARTÍCULO 32°.

En las áreas comunes de circulación tanto interiores y exteriores no se permitirán tráfico o parqueo de bicicletas, motocicletas y otros vehículos, ni se admite la entrada de mascotas. Tampoco se permitirá el acceso a personas en patineta o patines. Por extensión se prohíbe el parqueo de dichos vehículos en las zonas mencionadas.

ARTÍCULO 33°.

En ningún caso podrán utilizarse las áreas comunes para mezclar materiales, efectuar trabajos de cualquier especie o arrumar materiales de construcción y ningún otro tipo de elemento.

Zonas peatonales

ARTÍCULO 34°.

Los usuarios del CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS podrán utilizar las áreas comunes de circulación en aquellos casos de promoción general debidamente autorizada y organizada por la Administración. O en casos individuales previa presentación del plan a la Administración y la autorización expresa del Consejo de Administración.

ARTÍCULO 35°.

El Consejo de Administración podrá temporalmente arrendar o dar en concesión espacios previamente determinados de las áreas comunes para kioscos de comercio, venta de flores, puestos de revistas, periódicos, mesas atendidas por restaurantes o similares, etc. de acuerdo a las autorizaciones municipales. Corresponde a La Asamblea General autorizar el cambio permanente de destinación de bienes y áreas comunes y al Consejo de Administración su consecuente explotación.

PARÁGRAFO. El Consejo de Administración velará ante todo por los derechos de los comerciantes del Centro Comercial.

Gas

ARTÍCULO 36°.

EL CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS cuenta con una red de gas a través de la Empresa Gas Natural del Centro, para el servicio de los locales comerciales, siendo cada uno de los usuarios del servicio responsable de la cuenta correspondiente.

ARTÍCULO 37°.

Los locales podrán utilizar el servicio de gas a través de la red instalada en EL CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS asumiendo el establecimiento las aduanas, instalaciones adicionales y el medidor.



| Acueducto

ARTÍCULO 38°.

EL CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS cuenta con dos contadores de agua instalados por Empresa Pública de Manizales, hoy Aguas de Manizales. Uno de ellos es de uso exclusivo del Local F-1, el otro es para uso general del edificio. Mientras se instalan contadores individuales, la cuenta general será cancelada por la Administración a prorrata del área correspondiente a cada uno de ellos. Los nuevos establecimientos que se abran en EL CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS, deberán tener contadores individuales.

ARTÍCULO 39°.

La Administración llevará las sumas recaudadas por concepto de exceso en servicios públicos al FONDO DE IMPREVISTOS. No obstante lo anterior, estarán por encima de esta reglamentación las disposiciones de autoridad superior o normal legal y por ello el interesado está en la obligación de consultarlas.



Vigilancia

ARTÍCULO 40°.

Las personas que ejercen la vigilancia y conserjería del CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS PROPIEDAD HORIZONTAL, tienen la atribución de procurar el orden, la tranquilidad, seguridad y moralidad públicos dentro del CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS en todo momento, dentro de los límites que les impone la ley y el presente reglamento.

ARTÍCULO 41°.

Si ocurrieren hechos constitutivos de faltas leves contra el reglamento interno del CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS PROPIEDAD HORIZONTAL, que perturben la paz y tranquilidad de sus residentes y visitantes, el personal de vigilancia en turno el Administrador mismo, exhortará a los perturbadores a cesar en su perturbación. Si se tratare de menores de edad, deberá comunicarse con las autoridades correspondientes, solicitando remediar la situación y la aplicación de las sanciones que de acuerdo con lo establecido en los reglamentos, imponga la autoridad respectiva; si quien ejecuta los actos perturbadores es un empleado o propietario de un establecimiento instalado dentro del CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS PROPIEDAD HORIZONTAL, éste podrá imponer multas de conformidad al presente reglamento, y adicional o alternativamente podrá exigir al propietario del local que exija al inquilino le desocupe y restituya el local; en este sentido los propietarios de unidades privadas están en el deber de incluir en los contratos de arrendamiento o cualquiera que sea la modalidad, una cláusula que permita exigir la restitución anticipada del local en caso de perturbación del orden o violación de los derechos de residentes y visitantes.

ARTÍCULO 42°.

Ante la ocurrencia de hechos graves que a juicio de cualquier morador del CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS PROPIEDAD HORIZONTAL y/o del personal de vigilancia o de la Administración constituyere un presunto delito, deberá solicitarse la comparecencia de los miembros de autoridad policiva.

PARÁGRAFO. Lo estatuido en este artículo, de conformidad con los requisitos del allanamiento por parte de la Policía y demás funcionarios a quienes la ley faculte expresamente para tales diligencias en el dominio o sitios cerrados donde se ejerza actividades podrá hacerlo, pero solo por virtud de mandamiento escrito, de autoridad judicial competente, con las formalidades legales y por motivos previamente definidos.



Disciplina social y sanciones

ARTÍCULO 43°.

Para asegurar el cumplimiento de las disposiciones del presente reglamento y las establecidas en los estatutos, los órganos de administración, vigilancia y control, pueden imponer las órdenes y las sanciones según la competencia que se les atribuya, observando en todo caso lo previsto en el Reglamento de Propiedad Horizontal.

ARTÍCULO 44°.

Las diferencias entre los propietarios y entre éstos y El CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS, con motivo del ejercicio de sus derechos o el cumplimiento de sus obligaciones como copropietarios de los bienes de dominio exclusivo o como integrantes de la persona jurídica, será sometido en primera instancia al COMITÉ DE CONVIVENCIA, agotado el cual se acudiría a la decisión judicial, mediante el trámite establecido en el Reglamento de Propiedad Horizontal en el presente reglamento de convivencia y en la ley, salvo el Consejo de Administración considere conveniente agotar previamente otros mecanismos alternativos de solución de conflictos, tales como la conciliación, la amigable composición o el arbitramento. El Comité de Convivencia será nombrado por La Asamblea General para periodos de un año, reelegibles; estará compuesta por tres (3) copropietarios personas naturales o representante legal de persona jurídica. El Comité de Convivencia intentará presentar fórmulas de arreglo, orientadas a dirimir las controversias y a fortalecer las relaciones de vecindad. Las consideraciones de este Comité se consignarán en un acta suscrita por las partes y por los miembros del Comité, y la participación en el será ad honorem.

ARTÍCULO 45°.

Corresponde a la Asamblea General, al Consejo de Administración, al Administrador y al Comité de Convivencia, mantener la disciplina social en el CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS PROPIEDAD HORIZONTAL reservándose el Consejo de Administración y la Asamblea las funciones correctivas, para la cual podrá aplicar a los propietarios las disposiciones previstas en el Reglamento de Propiedad Horizontal conforme a la Ley 675 de agosto 01 de 2001 vigente en el momento y demás que modifiquen, adicionen o revoquen.

Publicación y vigencia

ARTÍCULO 46°.

La Asamblea General del CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS PROPIEDAD HORIZONTAL aprueba el presente manual y ordena que una copia del mismo sea fijada en un sitio visible de las oficinas de la Administración y así mismo se repartirá un ejemplar a cada unidad privada.

Disposiciones finales

ARTÍCULO 47°.

El presente manual se someterá a revisión y modificación cuando el Consejo de Administración o la misma Asamblea lo consideren conveniente, a excepción de los artículos consagrados en los estatutos vigentes, cuya revisión exige un procedimiento por vía diferente. El presente manual fue aprobado por la Asamblea General del CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS PROPIEDAD HORIZONTAL en reunión celebrada en Manizales el 31 de marzo de Dos mil Ocho (2008), según Acta No. 026.



**¡DONDE
ENCUENTRAS
TODO!**



TEL: 883 4427 • 883 3838 • 883 3741

DIR: CRA. 21 N. 30-03. PRIMER PISO
MANIZALES • CALDAS

www.parquecaldas.com.co

 [ccparquecaldas](https://www.facebook.com/ccparquecaldas)



MANUAL DE VITRINISMO

CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS
PROPIEDAD HORIZONTAL
MARZO 2017





**DONDE ENCUENTRAS
LA MEJOR AYUDA PARA
HACER LUCIR TU NEGOCIO!**



NUESTRA:



PRESENTACION:

EN EL MANUAL DE VITRINISMO DEL CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS

Encontrará los lineamientos indispensables para lograr que su imagen corporativa sea reconocible y de destacada importancia en el Centro Comercial.

Con la interpretación y uso correcto del manual obtendrá resultados positivos para su marca.



CAPITULOS

| | |
|---|----|
| CAPITULO 0 PRESENTACION | 1 |
| CAPITULO I ILUMINACION | 2 |
| CAPITULO II VITRINAS | 3 |
| CAPITULO III AVISOS | 4 |
| CAPITULO IV ZONAS COMUNES | 5 |
| CAPITULO V COMERCIALIZACION ZONAS COMUNES | 6 |
| CAPITULO VI COMERCIALIZACION PUBLICIDAD | 7 |
| CAPITULO VII COMERCIALIZACION STANDS Y BURBUJAS | 8 |
| CAPITULO VIII FERIAS Y EXPOSICIONES | 9 |
| CAPITULO IX CERRAMIENTOS | 10 |
| CAPITULO X CONSEJOS | 11 |



ILUMINACION



**PARQUE
CALDAS**
CENTRO • COMERCIAL
DONDE ENCUENTRAS TODO!

ILUMINACION:



EN ÁREAS COMUNES

ILUMINACIÓN NATURAL

El Centro Comercial a través de sus marquesinas en plazas y jardines se ilumina con luz natural. Además se ahorra energía contribuyendo a la conservación del medio ambiente.

ILUMINACIÓN ARTIFICIAL.

Iluminación artificial en áreas comunes: los corredores centrales y fachadas internas son iluminadas por las noches con reflectores de metalar de 1.000 y 400 vatios. Los cuales a futuro se cambiarán por iluminación LED.

EN PASILLOS Y LOCALES

ILUMINACIÓN ARTIFICIAL.

Los locales y pasillos de circulación son iluminados en el día y en la noche por lámparas de bala con bombillo ahorrador de 15 vatios, los cuales a futuro se cambiarán por iluminación LED.



ILUMINACION:



EN LOCALES COMERCIALES.

PARA DISEÑAR LA ILUMINACIÓN DE UN LOCAL COMERCIAL Y DE SUS VITRINAS HAY QUE TENER EN CUENTA LO SIGUIENTE:

- Una buena iluminación del local y de sus vitrinas realza el portafolio de productos e impulsa la venta.
- El tipo de iluminación depende de lo que se desea resaltar y de la experiencia de compra que se quiere brindar al consumidor.

Los locales deben tener una propuesta de iluminación acorde a sus necesidades y pueden implementar cualquier tipo de iluminaria, sin embargo, para la iluminación de la vitrina solo está permitido el uso de lámparas empotradas o sobre rieles.

TIPOS DE ILUMINACIÓN

- **Iluminación decorativa**, es aquella que utilizamos para realzar la decoración, para este tipo de iluminación utilizamos luces indirectas.
- **Iluminación ambiental o General**, es luz uniforme estandarizada, se ubica en el cielo raso, es recomendada para lugares donde se requieren grandes cantidades de iluminación como en los pasillos, baños, áreas de recibo y de exhibición de grandes superficies.
- **Iluminación puntual**, se utiliza para enfocar rayos de luz sobre un objeto o zona específica, es una iluminación estética, con esta luz enfocamos cuadros, estanterías, artículos puntuales en la exhibición de vitrinas. No influye ni afecta la luz general. Ideal para resaltar productos en las vitrinas exteriores del local.

ILUMINACION:



REQUISITOS PARA UN SISTEMA OPTIMO DE ILUMINACION

LA ILUMINACION CORRECTA DEBE SER:

- Iluminación uniforme
- Luminancia óptima
- Ausencia de brillos deslumbrantes
- Colores correctos
- Condiciones de contraste apropiados
- Ausencia de luces intermitentes

MÉTODOS DE ALUMBRADO

- **Iluminación General:** es una iluminación uniforme sobre todo el área del local, envolvente.
- **Iluminación General Puntualizada:** es una iluminación general puntualizada sobre las áreas de exhibición de productos a la cual se le suma la iluminación general más tenue.
- **Iluminación Puntual:** es una iluminación puntual sobre ciertos artículos que requieran iluminación suplementaria, resaltar productos en vitrinas o exhibiciones de temporada.

MÉTODOS PARA DETERMINAR EL TIPO DE ILUMINACIÓN

- Dimensionar el local: alto, ancho y profundidad.
- Determinar el nivel de iluminancia media requerida según tablas establecidas por los especialistas en sistemas de iluminación.
- Escoger el tipo de lámparas más adecuadas para el tipo de actividad a realizar.

ILUMINACION:



QUÉ SE DEBE TENER EN CUENTA PARA UNA ILUMINACIÓN EFICIENTE

SISTEMAS DE ALUMBRADO

Directo
Difuso
Indirecto
Semi Directo
Semi Indirecto

Nivel iluminación del local

Tipo de lámpara

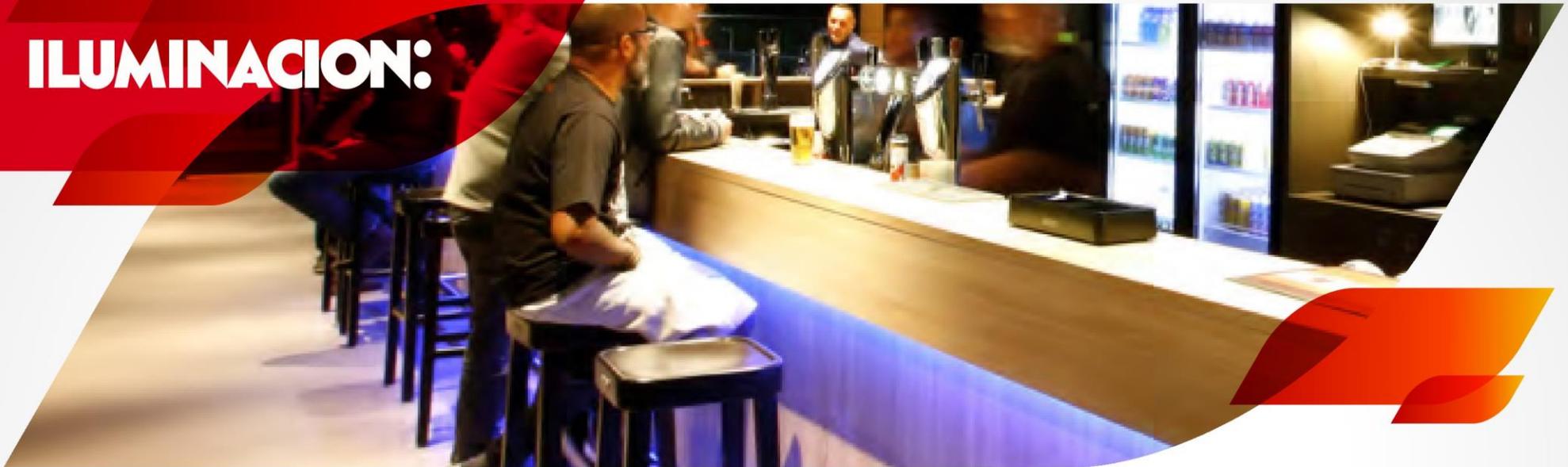
Sistema iluminación

Altura de las luminarias

Distribución luminaria

Flujo luminoso total

ILUMINACION:



EL COLOR EN LA ILUMINACIÓN

La absorción de la luz es un tema ligado al color del objeto o ambiente que se quiere iluminar. El color del objeto se transforma dependiendo del tipo de luz que lo ilumine: blanca, roja, azul, verde o de los demás colores que se quieran reflejar.

COLORES

FRIOS

VIOLETAS
VERDES
AZULES

CÁLIDOS

AMARILLOS
ROJOS
NARANJAS
VERDES CLAROS

COLORES FRÍOS

- Los colores fríos producen sensación de frescor, tristeza, recogimiento, y reducción del espacio.

COLORES CÁLIDOS

- Los colores cálidos producen sensación de alegría, ambiente estimulante, ambiente acogedor, y amplían visualmente el espacio.

Es importante que se elija el color adecuado de las paredes y muebles del local teniendo en cuenta el color de los productos que se comercializan y se quieren resaltar con la iluminación. Cuando se tienen objetos de color muy oscuro se tienen paredes de color claro que ayuden a reflejar la luz y compense la absorción de la iluminación. Buscar equilibrio entre oscuro y claro para que la exhibición y el inventario sea atractivo al consumidor.

La combinación de luz amarilla y blanca crea ambientes cálidos amables sin quitarle protagonismo al producto que se comercializa.

Determinar en el diseño qué áreas del local se deben destacar con luz complementaria sin crear zonas de deslumbramientos.

ILUMINACION:



USE TECNOLOGÍA LED, REDUZCA EL CONSUMO ELÉCTRICO. Y CUIDE EL MEDIO AMBIENTE!

- La tecnología LED por el bajo consumo energético no contamina el medio ambiente, no emite calor, no irradian infrarrojos ni ultravioletas
- Las bombillas LED son ecológicas reciclables, las normales contienen tungsteno y las fluorescentes mercurio, productos tóxicos.
- Los LED cumplen con la normativa europea RoHS que vigila las sustancias contaminantes emitidas por aparatos eléctricos.
- Tamaño reducido de la bombilla, permite un diseño arquitectónico más limpio.

- Mayor eficiencia energética, consumen un 80% o 90% menos de electricidad que las bombillas tradicionales.
- Mayor vida útil, 45.000 horas aproximadamente frente a 2.000 horas que una bombilla tradicional ofrece.
- Hay algunos, diseñadores, que señalan mediciones de iluminación dado que proporcionan a veces menos luz que el bombillo alógeno.
- No desprende calor por lo que no hay desperdicio de energía.
- Es ideal para espacios pequeños donde el calor afecta los productos que se comercializan.
- Bajo mantenimiento, reduce su costo por no tener que realizar mantenimiento frecuente.
- Encendido instantáneo.
- Color inmediato sin la necesidad de filtros.
- Soportan bien las bajas temperaturas lo que no pasa con los fluorescentes.
- La tecnología LED permite transformar los ambientes en un instante, pasar de la noche al día, volver un espacio simple en un escenario colorido por su versatilidad en colores.
- Por su versatilidad, duración, bajo consumo energético y rendimiento en luminosidad la tecnología LED desplaza las demás.



VITRINAS



**PARQUE
CALDAS**
CENTRO • COMERCIAL
DONDE ENCUENTRAS TODO!

VITRINAS



TIPOS DE VITRINAS PERMITIDAS EN LOCALES COMERCIALES

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Incentivar la venta mostrando el producto atractivo ante el cliente, informar a los mismos sobre lanzamientos de productos, promociones y actividades del almacén, para recordarle al cliente el nombre de la empresa.

La vitrina es la tarjeta de presentación de su negocio, es lo primero que ve el cliente, habla del estilo del negocio y del producto que ofrece.

VITRINAS:



VITRINA ABIERTA

La vitrina es la tienda, la fachada es transparente y desde el pasillo del CC se ve el interior de la tienda e invita a entrar.

En este tipo de vitrina se permite promocionar en los vidrios siempre y cuando los materiales que utilicen sean de calidad, pegados por dentro, nunca sobre el vidrio en la parte exterior. El diseño del material se debe presentar a la administración del Centro Comercial para su aprobación antes de ser instalado en la vitrina del local.

- Solo el 30% de su vidrio puede ser utilizado para este tipo de publicidad.

Coloque un riel en el techo de su local a 30 centímetros de distancia del vidrio de la fachada que le permita ubicar pendones en caso de que sea necesario, está prohibido pegar pendones al vidrio de la fachada.

- Los avisos de cada local deben tener una sola marca.



VITRINAS:



VITRINA CERRADA

La vitrina cerrada no permite que el cliente vea el interior de la tienda desde el pasillo del CC. En ella se exhiben prendas o productos específicos, moda o promoción, con información promocional clara donde la marca este presente, puede utilizar pendones o material POP.

- Si la fachada es pequeña solo cierre el 30%, se recomienda dejar el vidrio sin este cerramiento para una mayor visibilidad del producto.
- Ilumine el producto con luz puntual destacándolo del fondo de la vitrina, el fondo de la vitrina de un color claro que permita que el producto sea el protagonista al igual que la marca. No sature el espacio, más en muchas ocasiones es menos.
- Toda adecuación o remodelación de su fachada debe ser aprobada por la Administración del Centro Comercial.
- Actualice cada 7 a 15 días su vitrina.
- Remodele su vitrina y su local cada 5 años.

VITRINAS:



VITRINAS ABIERTAS Y CERRADA

La combinación de los tipos de vitrina es ideal para promocionar producto e invitar al cliente a entrar al local.

Una vitrina cerrada o varias dependiendo del tamaño de la fachada le permiten enseñar su nueva colección, promoción o comunicación de sus productos y servicios.

Dejar una parte de su fachada transparente mostrando su inventario, promueve la venta por impulso. En este caso aplican las reglas establecidas para los dos tipos de vitrinas.

VITRINAS:

↓
ALTO DEL AVISO

← ↑ ANCHO DE LA FACHADA →

VITRINA CERRADA



VITRINA ABIERTA



VITRINAS:

TIPOS DE VITRINA EN EL C.C. PARQUE CALDAS

LA ALTURA LIBRE DE VITRINAS DE PISO A
TECHO VARÍA DE ACUERDO A LA
UBICACIÓN DEL LOCAL:

ALTURA: VA DESDE LOS 2,10 METROS
HASTA LOS 2,50 METROS.

ANCHO: VA DESDE LOS 5 METROS HASTA
LOS 8 METROS.

**LA ALTURA DEL AVISO
NO PUEDE SUPERAR
EL ESPACIO RESERVADO
DE 2,00M DE ALTURA
DE PISO A TECHO
PARA TRANSITO**



VITRINAS:



MANTENIMIENTO DE VITRINA

Mantenga la vitrina siempre impecable y limpia, verifique que su aviso no tenga luces dañadas, revise los cristales, estos no deben tener adhesivos o gotas de pintura, revise que los productos de la exhibición estén en perfecto estado y calidad.

Si el vidrio de la fachada se rompe, debe ser cambiado inmediatamente por uno de seguridad y del espesor adecuado. En caso de presentarse algún accidente en la fachada o dentro del local se puede ocasionar daños a personas o a cosas los cuales serán responsabilidad del propietario o arrendatario del local.

SEÑALIZACIÓN EN EL PUNTO DE VENTA

Se permite señalar sus productos y promociones dentro del punto de venta según lo tenga estipulado para su marca, no manuscrito y mal pegado.

La ley exige que el local tenga en su interior la señalización reglamentaria exigida por bomberos, ARP y demás entidades.



VITRINAS:



ESTRATEGIAS PARA TRABAJAR VITRINAS

- Revise que los productos que va a exhibir tengan un buen contraste entre si para llamar la atención de los clientes.
- Intente tener contraste de colores, diseños, tamaño, texturas, así será más impactante su vitrina.
- Utilice diferentes alturas en la vitrina, en las partes más altas procure poner productos nuevos para que sea lo primero que capture el cliente y lo perciba de una forma positiva.
- **Evite productos en el piso dado a que se perciben de baja calidad.**
- Intente que su logotipo sea claro y genere recordación en el cliente. Busque asesoría profesional si considera que debe actualizar la marca.

- Exhiba sus productos en grupo (líneas de producto), ayuda a generar mejor lectura de su vitrina.
- Intente con su exhibición llegar a sus diferentes grupos objetivos.
- Si por estrategia exhibe precios en la vitrina haga que todos los productos estén marcados con los precios correspondientes, sin excepción
- Mezcle productos costosos y productos con precios reducidos, para que el cliente se antoje y vea las opciones que tiene para comprar.
- Utilice plotter y buenos accesorios en su vitrina, para informar al cliente sobre el producto.

- Cambie el color de su vitrina en las diferentes temporadas dado que esto llama la atención de los clientes.
- Cambie con frecuencia el piso de su vitrina, puede colocar hojas secas, piedras o tapete; así rompe la monotonía.
- Tenga reflectores dirigidos hacia sus productos, así darán mayor impacto.
- Encienda la luz en el primer horario que usted cree que debe prender la vitrina, eso llama la atención del cliente.
- Realice mantenimiento permanente a la iluminación de su vitrina y local.
- Tenga imagen corporativa de su local en la vitrina. Utilice su logotipo sin saturar el display, habladores, porta precios, y muebles de exhibición, esto genera branding mayor credibilidad.

VITRINAS:



LO QUE "NO DEBE" REALIZAR EN LA VITRINA.

1. No debe montar su vitrina en el horario de funcionamiento o atención al público del Centro Comercial, debe montarla antes de su apertura.
2. No debe colocar plotter en el cristal por la parte externa de la vitrina.
3. No se debe colocar ningún material publicitario fuera del local, como pendones, rompe tráfico, habladores, tijeras publicitarias, muebles, exhibidores, maniqués, etc.
4. No se debe colocar en el cristal avisos hechos manuscritos o en computador sin diseño o logo tipo. La administración se reserva el derecho que retirarlos si no cumplen con lo establecido en el Manual de Vitrinismo. Así mismo avisos de alquiler o venta de local.
5. Si va a repartir volantes, primero debe comunicarse con el área de mercadeo de la administración y esta le informará que esta permitido o le dará el procedimiento a seguir.
6. la música de los locales debe ser moderada ya que no puede distraer a los vecinos ni escucharse fuera del establecimiento. Además debe cumplir la normatividad.
7. Recomendamos dejar la vitrina, por la noche con algo de iluminación para aprovechar el tráfico de las personas que circulan a esta hora y pueden apreciar sus vitrinas.
8. No se puede atender por fuera del local ni en áreas comunes. Tampoco se puede llamar la atención de los clientes desde adentro de los locales a través de señas, saludos, etc.
9. No se pueden dejar visibles traperos, escobas, recojedores, entre otros elementos de aseo que no correspondan con el objeto del almacén.

VITRINAS:

APROBACION DE PROPUESTAS "ATIPICAS"

Aquellos diseños especiales de vitrinas que no cumplan con los criterios descritos en este manual deberán ser presentados por el comerciante al centro comercial para ser estudiadas y aprobadas. Sin la aprobación el comerciante no podrá iniciar la producción, construcción e instalación.

- **Materiales:** Con el fin de garantizar la expresión comercial de los propietarios, las vitrinas pueden utilizar diferentes materiales: Maderas, cerámicas, piedras, estucos, materiales metalizados, vidrios.

- **Pisos:** Los comerciantes tienen la posibilidad de usar cualquier material en los pisos para el uso interno de sus locales: Maderas, cerámicas, piedras, granitos, concreto.

Se recomiendan pisos de alto tráfico

Algun piso diferente que requiera condiciones específicas para su instalación debe ser consultado al centro comercial. Si el piso es de baldosa pulida y su instalación es con agua el comerciante debe primero impermeabilizar el local para evitar daños o filtraciones en la losa.



AVISOS

AVISOS:



AVISOS PERMITIDOS EN FACHADA DE LOCALES COMERCIALES.

Puntos que se deben tener en cuenta para la instalación de avisos Para efectos de la identificación del negocio o empresa que esté establecida en el local o que se vaya a establecer, deberán tenerse en cuenta los siguientes requisitos:

Cualquier modificación de las fachadas, vitrinas y puertas de un local del Centro Comercial, deberá contar con la previa aprobación de la Administración. Por lo tanto, es necesario que se entreguen las especificaciones de cambio de vitrina o planos a que haya lugar a la Administración de Centro Comercial, ésta aprobará o podrá sugerir modelos, de conformidad con las ventanas y fachadas ya existentes.

AVISOS:

TIPOS DE AVISOS: EL DISEÑO ES APROBADO POR LA
ADMINISTRACION ANTES DE INSTALACIÓN
MATERIAL: ACRILICO/BRONCE/ALUMINIO/ADHESIVO

LOGO

AVISO PARTE SUPERIOR

**L
O
G
O**

AVISO VERTICAL

LOGO

**AVISO
SOBRE
VITRINA O
PUERTA DE
ACCESO**

AVISOS:



TIPOS DE AVISOS:

AVISO EN LA PARTE SUPERIOR DE LA VITRINA

• Letras separadas o logotipo en acrílico, metálicas, iluminadas, de 50 centímetros de alto, pegadas sobre el vidrio de la vitrina. El vidrio de la vitrina va de piso a techo sin dintel.

LOGO EN FACHADA

Es permitido en la fachada y se debe presentar el diseño a la administración para aprobación.

AVISO VERTICAL

- Este tipo de aviso es ideal para locales con fachada de más de 3 metros de alto.
- Se permite ubicarlo al lado izquierdo o derecho de la fachada, y en la puerta de acceso del local, donde sea más visible.
- Sólo se permite el nombre de su imagen de marca o logo.
- El tamaño del aviso debe ser proporcional al tamaño de su fachada. Se debe presentar su diseño a la Administración para su aprobación.

**LA PROFUNDIDAD MÁXIMA
DEL AVISO ES DE 0,15 MTS**

AVISOS:

TIPOS DE AVISOS: EL DISEÑO ES APROBADO POR LA ADMINISTRACION ANTES DE INSTALACIÓN
MATERIAL: ACRILICO/BRONCE/ALUMINIO/ADHESIVO

AVISO PARTE SUPERIOR



AVISO VERTICAL



Estas imagenes son vitrinas de referencia, en ningun momento comprometen a las marcas con el centro comercial.

AVISO SOBRE VITRINA O PUERTA DE ACCESO



AVISO EN ROMPETRAFICO SOBRE PASILLO



AVISOS:



MATERIAL PERMITIDO:

- Material de optima calidad, no se permiten avisos en tela, panaflex, pendones elaborados a mano, de cartón, de ningún material que vaya en detrimento de la imagen del centro comercial.
- Se recomiendan avisos en acrílicos, metal, con cajas de luz, y de fácil mantenimiento.
- Letras separadas que no tapen la vitrina.

REGLAMENTO:

- Deben actualizarse mínimo cada 4 años o cuando la marca cambie de imagen.
- El mantenimiento de estos avisos y su iluminación son responsabilidad del dueño del local o del arrendatario que tiene publicitada su marca
- No utilizar materiales reflectivos y no ubicarlos en puertas y ventanas de las fachadas del Centro Comercial.
- Solo puede tener un aviso por marca comercial.
- En los anexos encontrara fotos que ilustran el concepto.

Los avisos solo tendran el nombre del local, no llevan slogan ni otra informacion adicional. No se permiten avisos que prendan y apaguen o con sonido.

El comerciante debe instalar sus avisos, no deben quedar a la vista balastros ni cables electricos, las acometidas electricas deben ser desde el interior del local y su instalacion debe hacerse segun el codigo de seguridad.

Se permiten avisos acrilicos, metalicos, en acero u otros materiales, no se permiten avisos en cajas de luz.

Para avisos adhesivos en la vitrina se recomiendan materiales de alta calidad resistentes a la humedad y los cuales se deben instalar por dentro de la vitrina. Esta prohibido pintar sobre las vitrinas con pintura, aplicar stickers, avisos a mano y computador.



ZONAS COMUNES



ZONAS COMUNES:



SEÑALIZACIÓN ZONAS COMUNES

Dentro del plan de desarrollo y actualización del Centro Comercial se encuentra el diseño de la señalización de las zonas comunes.

- Señalización de parqueaderos
- Señalización de pasillos
- Señalización de rutas de evacuación
- Señalización baños

DISEÑO ARQUITECTÓNICO MOBILIARIO

- Sillas y mesas que se puedan mover proporciona flexibilidad en el manejo del espacio.
- Sillas rígidas, que se puedan apilar, sin tapicería, ergonómicas y con espaldar para la zona lumbar.
- Variedad de sillas, sillones, butacas o bancas, ambientar el espacio por zona dándole al cliente la oportunidad de elegir el sillón donde se sienta mas cómodo. El tipo de silla es parte de la identidad de su negocio.
- El tamaño de la mesa debe ser proporcional al producto que se ofrece y la forma como se presenta el producto.

MATERIAL DEL MOBILIARIO

- Durable, resistente al uso y a las condiciones del clima.
- Facilidad de limpieza y estética.
- Se recomiendan los siguientes materiales: metal, plástico, madera, corean, y granito para superficies de mesas, la elección del material depende del diseño e imagen del local o plazoleta de comidas.



COMERCIALIZACION ZONAS COMUNES PUBLICIDAD



COMERCIALIZACION PUBLICIDAD:



PROMOCIONAR LA MARCA

Las áreas comunes que se pueden ocupar para promocionar la marca o vender producto, lo que se permite en cada uno de estos espacios, los servicios con que cuentan y el tiempo de permanencia.

CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS le brinda la oportunidad de promocionar su marca ubicándola en las cajas de luz, mega pendones, stands, puerta de los ascensores, pantallas de TV, baños, publicidad en pisos, publicidad en escaleras eléctricas y demás espacios promocionales estratégicamente situados en el Centro Comercial.

La producción del material e instalación está a cargo del cliente.

El centro Comercial suministrara toda la información necesaria sobre los procedimientos para la obtención de permisos, espacios disponibles y tarifas de estos.

• El cliente debe enviar el digital la publicidad con la que van a pautar para ser aprobada por el centro comercial. Sin esta aprobación el cliente no puede proceder con la producción ni instalación de la pauta.

- Cajas de luz
 - Mega pendones
 - Stands
 - Puerta de los ascensores
 - Pantalla Gigante de TV
 - Baños
 - Publicidad en pisos
 - Publicidad en escaleras eléctricas
- Y demás espacios promocionales estratégicamente situados en el Centro Comercial.



COMERCIALIZACION ZONAS COMUNES
STAND / BURBUJAS



COMERCIALIZACION ZONAS COMUNES:



AREAS COMUNES PARA BURBUJAS/ ISLAS

El comerciante debe presentar a la administración para aprobación el diseño del stand o burbuja, producto que venderá con sus debidos registros sanitarios, permisos INVIMA etc, y en cumplimiento con los requisitos para el contrato de arriendo de estas áreas. Cuando el stand esta ubicado en las plazoletas o en zonas comunes trafico, la altura maxima es de 2.20 metros, una altura de 1.00 metro en la barra de atención al cliente y una cornisa de 0.25 metros en la parte alta del stand en la que se ubique la marca que se esta promocionando. Cualquier otra altura debe ser autorizada por la Administración. De acuerdo con el destino solicitado para el espacio, se asignarán los servicios públicos necesarios para su funcionamiento. No se permite cocción de alimento en áreas comunes. Solo esta permitido en los pisos 6 y 7. En caso de necesitar el servicio de gas para calentadores se debe solicitar a la administración permiso para su uso. Solo se permite Gas Natural. Una vez que se tenga este permiso se debe tramitar el de Gas Natural, está prohibido el uso de pipetas. La administración le proporcionara el procedimiento para obtener los diferentes servicios de agua, luz y teléfono. Siempre y cuando sea viable.

COMERCIALIZACION ZONAS COMUNES:

STANDS Y KIOSCOS: ALTURAS PERMITIDAS:

**Aviso marca:
máximo
0,25 metros**



**Stand:
Altura maxima
2,20 metros**

**Vitrina:
punto más alto
1.00 metros
Cornisa de
0.25 metros**



COMERCIALIZACION ZONAS COMUNES:



NORMATIVA:

El personal que atiende el stand debe cumplir el horario del centro comercial, las normas de convivencia del Centro comercial y no operar fuera del espacio asignado al stand ya que puede llegar a interrumpir el paso de los peatones.

Así mismo con las normas establecidas por el Centro Comercial para el montaje y desmonte del stand.

Cubierta de stands ubicados en primer piso del CC

Cuando la cubierta del stand es visible desde los pisos superiores es necesario que este tenga imagen de marca sin superar la altura establecida y el diseño lo debe aprobar la Administración.





FERIAS:



**PARQUE
CALDAS**
CENTRO • COMERCIAL
DONDE ENCUENTRAS TODO!

FERIAS:



MONTAJE DE FERIAS EN ZONAS COMUNES

- El mobiliario, la publicidad y cualquier elemento no pueden exceder los 1.20 de alto x 1.20 de ancho, con el fin de no afectar la visual de los locales, todo elemento o material POP que sobrepasen estas dimensiones serán retirados del stand.
- Horario de montaje y desmontaje: de 9:00 PM a 7:00 AM, este horario es inmodificable y obligatorio.
- Una vez instalado el stand el personal autorizado por el Centro Comercial revisará, en presencia del cliente, que lo instalado sea igual a los planos presentados y autorizados por la Gerencia del Centro Comercial.



FERIAS:



NORMATIVA

- Marcación del stand en el área asignada: este se realizara dos días antes entre el personal de mantenimiento y mercadeo. Se utilizará cinta de enmascarar de un centímetro de ancho.
- Los expositores deben cumplir con las normas de seguridad del Centro Comercial y son responsables de los daños causados por el mal montaje o desmontaje del stand.
- El inventario, equipos y demás elementos que estén en el stand son responsabilidad del expositor, el Centro Comercial no se hace responsable de perdidas
- El expositor debe traer los planos del stand para aprobación. El mobiliario, vehículos y demás elementos que se pretendan colocar en la zona que se ocupará deben estar dibujadas en el plano a escala real. Si la ocupación es de toda el área de la plaza se deben contemplar circulaciones internas mínimo de 1.50 metros que permitan la movilidad del cliente dentro de ella y el paso a los locales comerciales.

- Servicio eléctrico: El stand contará con un punto de luz, el expositor debe entregar un listado con los equipos que instalará y el consumo de luz que cada uno necesita para su buen funcionamiento. Los cables dentro del stand se pegarán al piso con cinta para ductos cuidando que no interrumpa o atraviese circulaciones.
- El representante legal de la marca o el encargado deberá entregar al área de mercadeo una carta autorizando las personas, (relacionar nombre cédula y firma), para el ingreso y salida de mercancía, muebles o equipos.
- La mercancía para surtir el stand se ingresa en el siguiente horario: antes de la apertura del centro comercial: 8 am (a las 8 am deberá estar todo montado) - Después del cierre 8 pm (pueden trabajar hasta las 8am del otro día).
- El cambio de vehículos se realizara después de las 8 pm o a las 7 am
- Los inconvenientes o aclaraciones que se necesiten resolver se deben canalizar con el organizador de la feria.
- Los expositores deben enviar los documentos correspondientes de pagos de nómina y seguridad social de las personas que estarán atendiendo el stand, firmados por el representante legal y el revisor fiscal de la firma expositora.



CERRAMIENTOS



**PARQUE
CALDAS**
CENTRO • COMERCIAL
DONDE ENCUENTRAS TODO!

CERRAMIENTOS:



CERRAMIENTO TEMPORAL DE LOCALES COMERCIALES POR REMODELACION, VENTA O ARRIENDO.

CERRAMIENTO TEMPORAL DE OBRA

- El cerramiento temporal de obra se convierte en una vitrina cuando un local esta en remodelación, la totalidad de la fachada se debe cerrar con un cerramiento en madera o drywall pintado en blanco o cubierto con un aviso donde esté imagen de la marca que lo ocupará, los avisos deben ser aprobados por la Administración del Centro Comercial antes de su instalación.
- El cerramiento debe permanecer hasta que se termine la obra y sólo se retirará hasta la apertura del local.
- El cerramiento deberá permanecer en óptimas condiciones durante la remodelación.

CERRAMIENTO EN LOCALES PARA LA VENTA O ARRIENDO

- El cerramiento va por cuenta del cliente, comerciante y/o propietario en el caso que el local este desocupado, vaya a hacer alguna remodelacion o adecuacion.



ESPACIOS COMUNES:



INFORMACIÓN GENERAL SOBRE LA PROBLEMÁTICA DE RUIDO

Dentro de la problemática ambiental de las grandes ciudades, el ruido es considerado uno de los impactos ambientales que más afectan a la población en forma directa, causando problemas auditivos y extra auditivos.

Las fuentes móviles (tráfico rodado, tráfico aéreo, perifoneo) aporta el 60% de la contaminación auditiva. El 40% restante corresponde a las fuentes fijas (establecimientos de comercio abiertos al público, pymes, grandes industrias, construcciones, etc).

La exposición continua al ruido puede ocasionar los siguientes problemas extra auditivos: No están directamente asociados a la pérdida de la audición, pero si a la alteración de la tranquilidad y bienestar de las personas.

- Estrés
- Pérdida del sueño (insomnio)
- Ansiedad
- Depresión
- Cambios en el comportamiento (conductas agresivas)
- Baja Productividad

Legislación aplicable a la problemática de ruido en la ciudad:

Resolución No. 627/06 MAVDT: se adopta la norma nacional de emisión de ruido y ruido ambiental (parámetros permisibles, procedimientos técnicos y metodológicos para la medición de ruido, presentación de informes, y otras disposiciones).

Resolución DAMA No. 185/99: establece condiciones generales para la obtención de permisos de perifoneo en el Distrito Capital.

Resolución DAMA No. 832/00: establece la clasificación empresarial por impacto sonoro UCR que permite valorar las industrias y establecimientos, respecto a su nivel de generación de ruido.

Estándares máximos permisibles de niveles de emisión de ruido expresados en decibelios DB(A)

| Sector | Subsector | Estándares máximos permisibles de niveles de emisión de ruido en dB(A) | |
|--|---|--|-------|
| | | Día | Noche |
| Sector A. Tranquilidad y Silencio | Hospitales, bibliotecas, guarderías, sanatorios, hogares geriátricos. | 55 | 50 |
| Sector B. Tranquilidad y Ruido Moderado | Zonas residenciales o exclusivamente destinadas para desarrollo habitacional, hotelería y hospedajes. | 65 | 55 |
| | Universidades, colegios, escuelas, centros de estudio e investigación. | | |
| | Parques en zonas urbanas diferentes a los parques mecánicos al aire libre. | | |
| Sector C. Ruido Intermedio Restringido | Zonas con usos permitidos industriales, como industrias en general, zonas portuarias, parques industriales, zonas francas. | 75 | 75 |
| | Zonas con usos permitidos comerciales, como centros comerciales, almacenes, locales o instalaciones de tipo comercial, talleres de mecánica automotriz e industrial, centros deportivos y recreativos, gimnasios, restaurantes, bares, tabernas, discotecas, bingos, casinos. | 70 | 80 |
| | Zonas con usos permitidos de oficinas. | 65 | 55 |
| | Zonas con usos institucionales. | | |
| | Zonas con otros usos relacionados, como parques mecánicos al aire libre, áreas destinadas a espectáculos públicos al aire libre. | 80 | 75 |
| Sector D. Zona Suburbana o Rural de Tranquilidad y Ruido Moderado | Residencial suburbana. | 55 | 50 |
| | Rural habitada destinada a explotación agropecuaria. | | |
| | Zonas de Recreación y descanso, como parques naturales y reservas naturales. | | |

Zonas con usos permitidos comerciales, como centros comerciales, almacenes, locales o instalaciones de tipo comercial, talleres de mecánica automotriz e industrial, centros deportivos y recreativos, gimnasios, restaurantes, bares, tabernas, discotecas, bingos, casinos.

Estándares máximos permisibles de niveles de emisión de ruido en dB(A) para Centros Comerciales
Día: 70
Noche: 60

* Cuando la emisión de ruido en un sector o subsector, trascienda a sectores o subsectores vecinos o inmersos en él, los estándares máximos permisibles de emisión de ruido son aquellos que corresponden al sector o subsector más restrictivo.

Dentro de la problemática ambiental de las grandes ciudades, el ruido es considerado uno de los impactos ambientales que más afectan a la población en forma directa, causando problemas auditivos y extra auditivos.

En Bogotá D.C. las fuentes móviles (tráfico rodado, tráfico aéreo, perifoneo) aporta el 60% de la contaminación auditiva. El 40% restante corresponde a las fuentes fijas (establecimientos de comercio abiertos al público, pymes, grandes industrias, construcciones, etc).

USO DE OLORES Y MUSICAL AMBIENTAL:



OLORES

"El olfato es uno de los sentidos más peculiares del ser humano. El olor entra a través del sistema límbico [del cerebro] y recorre todos los procesos cognitivos y del razonamiento, dirigiéndose directamente a las zonas del cerebro donde están las emociones y la memoria. Su efecto en el cliente es inmediato".

MÚSICA

La música aumenta la producción de la "hormona de la alegría", aumentando la predisposición a comprar.

La ambientación musical proporciona intimidad, haciendo que el cliente se sienta más cómodo y pueda intercambiar impresiones con sus acompañantes.

El ritmo de la música condiciona la actividad. Si no se utiliza de manera excesiva, puede "relajar" o "acelerar" al cliente, a través de un pequeño aumento del ritmo cardíaco.

La música hace viajar. La música, junto con los perfumes y aromas, tienen la propiedad de sugerir lugares reales o imaginarios. Esta característica es fundamental para la presentación de ciertos productos y negocios.

Se debe tener mucha atención con el sonido excesivo de la música porque muchas veces puede causar el efecto contrario y "espantar" al cliente. También se deben tener presentes los decibeles permitidos y el manual de convivencia del centro comercial.

LOS VENDEDORES



COMO PARTE INTEGRAL DE LA VITRINA

La persona que escogemos para que sea la cara amable de nuestra tienda tiene que cumplir con el perfil de un buen vendedor para que los objetivos de la marca se cumplan y las ventas puedan ser la deseadas.

Un vendedor tiene que tener carisma, actitud y buen trato con los clientes; además de un excelente aspecto físico y presentación personal.

Debe dominar el producto y saberlo ofrecer a los diferentes clientes que llegan a la tienda y tener presente que todos los clientes son totalmente diferentes y saberlos diferenciar de acuerdo a su habilidad comercial.

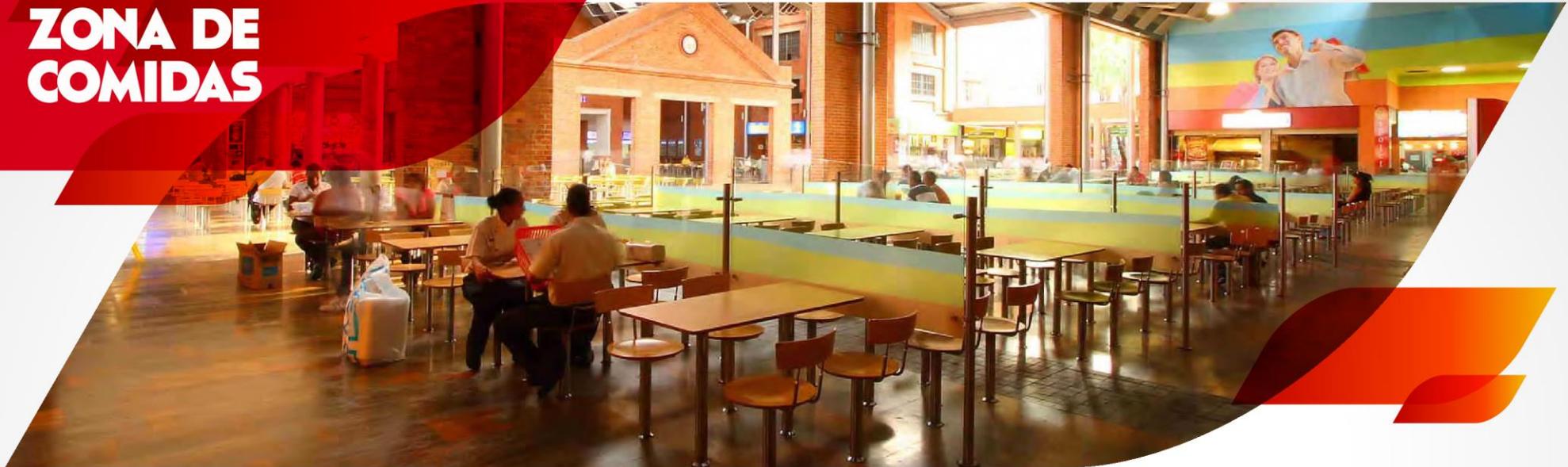


ZONA DE COMIDAS



**PARQUE
CALDAS**
CENTRO • COMERCIAL
DONDE ENCUENTRAS TODO!

ZONA DE COMIDAS



MENU E IMAGEN DE MARCA

Los avisos de fachada deben ir a la misma altura y en la misma proporción del resto de los locales, dependiendo de las características de cada local, la administración será la encargada de dar las medidas del mismo.

Aviso y publicidad de menú los avisos en zona de comidas se ubican en la parte superior de la fachada, altura permitida 60 centímetros.

Aviso tipo rompe tráfico

este aviso, vertical a la fachada, debe ser aprobado por el centro comercial, en el solo debe publicitar su marca o el logo correspondiente. El formato de este aviso es igual para todos los locales del centro comercial, 50 x 50 centímetros correspondiente al alto y ancho del aviso, es parte del visual merchandising de centro comercial, y no se admite cambio de medida.

Avisos en zona de comida se ubican en la parte superior de la fachada del local y con el uso de pantalla lcd o led.



ZONA DE COMIDAS

VISUAL MERCHANDISING EN ZONA DE COMIDAS

Últimas tendencias de diseño y evolución del servicio.

Diseño de locales de comidas rápidas

La llegada de franquicias extranjeras con nuevos métodos y procesos, manejo de los tiempos de entrega, estándares de calidad y exhibición apropiada de sus productos hace que los dueños de locales de comida rápida nacionales tomen conciencia de la importancia del mobiliario y diseño del local, de la ambientación y evolución del producto que ofrecen para competir marcando una diferencia en igualdad de condiciones.

El diseño de un negocio de comida debe enfocarse en las necesidades del consumidor de hoy:

- Rapidez en el servicio.
- Un lugar cómodo y acogedor.
- Atracción por el sabor de la comida, platos nuevos.
- Buena relación entre calidad y precio.
- Pulcritud del local e innovación en el diseño.
- Tecnología, estar comunicado con las redes sociales permanentemente.
- Comida temática o fusión.

DISEÑO ARQUITECTÓNICO

MOBILIARIO

- Sillas y mesas que se puedan mover proporciona flexibilidad en el manejo del espacio.
- Sillas rígidas, que se puedan apilar, sin tapicería, ergonómicas y con espaldar para la zona lumbar.
- Variedad de sillas, sillones, butacas o bancas, ambientar el espacio por zona dándole al cliente la oportunidad de elegir el sillón donde se sienta más cómodo. El tipo de silla es parte de la identidad de su negocio.
- El tamaño de la mesa debe ser proporcional al producto que se ofrece y la forma como se presenta el producto.

MATERIAL DEL MOBILIARIO

- Durable, resistente al uso y a las condiciones del clima.
- Facilidad de limpieza y estética.
- Se recomiendan los siguientes materiales: metal, plástico, madera, corean, y granito para superficies de mesas, la elección del material depende del diseño e imagen del local o plazoleta de comidas.

ILUMINACIÓN PLAZOLETA DE COMIDAS

La iluminación intensa genera una mayor rotación de los clientes en la plazoleta de comidas.

Para lograr este objetivo se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Mezclar luz blanca con luz amarilla, se genera un brillo que motiva el movimiento en las personas a nivel cerebral.
- A mayor luz menor tiempo en la estadía, el cliente sigue el recorrido por el Centro Comercial.
- Los expertos recomiendan un 30% mínimo de luz natural en plazoletas de comidas o en restaurantes de manteles.

DISPLAY EN LOCALES Y PLAZOLETAS DE COMIDA

Las mejoras en el material publicitario y su actualización constante llama la atención del cliente y motiva el consumo. Un display cumple con las siguientes funciones:

- Publicitar el menú, el cual debe ser corto tanto para productos unitarios como para los combos, agiliza la decisión de compra.
- Una buena imagen habla más que las palabras, incluir fotos de buena calidad y de buen tamaño atractivas del menú ayuda al cliente en la elección.

ZONA DE COMIDAS

- La ubicación del display debe ser visible al consumidor, evitar reflejos de luz que impidan su lectura o de columnas que lo tapen.
- Su renovación constante lo hace atractivo no se vuelve paisaje.
- Las fotos del display deben ser iguales al servicio que ofrece, un cliente defraudado no vuelve.
- Si va a divulgar los precios ligados a las fotos, procurar que contenga diversas opciones costosas y económicas.

REINVENTA TU NEGOCIO

Cuando se baja la venta algo está pasando en el negocio, los clientes se van por varias razones:

- El menú no es atractivo
- La competencia ofrece un mejor servicio.
- El local necesita remodelación.
- Los precios no son competitivos.

ACCIONES PARA MEJORAR EL SERVICIO Y SER RENTABLES

- Un menú puntual, variado pero no muy extenso ayuda y satisface al cliente.
- Controlar el menú ayuda a controlar los costos.
- “Revisar constantemente la rotación del producto”, un producto que no rota se debe sustituir por uno nuevo, refresca el menú.
- Revisar el ambiente del restaurante, estado del mobiliario y buen mantenimiento.
- Si el cliente es familia, piensa en los niños y los ancianos.
- Un cliente joven está en línea, si la experiencia en el local es buena lo difundirá en las redes sociales.
- Vigilar la competencia y ofrecer lo que ellos no ofrecen hace la diferencia.
- Cree canales de comunicación con el cliente, utilice las redes sociales.

RECOMENDACIONES PARA UN DISEÑO EXITOSO DE UN LOCAL COMERCIAL DE COMIDA

Definir la personalidad del local

- Imagen, experiencia de compra coherente con el producto y público objeto.
- Los detalles son importantes transmiten al cliente la imagen de marca del negocio, permanecen en la mente del consumidor mercadeo relacional. Vincúlese al programa AMIGOS DE SALITRE PLAZA.

ASESORIA

- Asesorarse de profesionales expertos en el tema, le asegura éxito en su proyecto y en la toma de decisiones.

MATERIALES

- Elija los materiales y acabados acordes con su identidad de marca ellos comunican el negocio.
- Existen materiales y acabados que reflejan calidez, comodidad, energía, tranquilidad, inmediatez, y seguridad. Elija los que den fuerza y recordación a la marca.
- Las plantas son importantes para ambientar el lugar.
- Recuerde que funcionalidad y estética van de la mano, todo lo que se diseñe como estético debe tener valor funcional.
- MENÚ, DISEÑO ARQUITECTÓNICO, SERVICIO Y LAYOUT deben integrarse para lograr el éxito del negocio.
- Los colores son importantes en el diseño de la marca, producen recordación en el consumidor. Rojo= color del apetito, vino tinto= relacionado con carnes, sobrio y pesado, verde= fresco útil en establecimientos vegetarianos, comida sana y equilibrada, azul= perfecto para comidas de mar, amarillo y ocre= panaderías, pastelerías, blanco=comidas saludables, refrescantes como los helados, naranja= comidas rápidas.

SERVICIO EN LOCALES DE COMIDA

- Si desconocemos el concepto de servicio no lo podemos brindar y si no lo podemos brindar, es probable que no tengamos éxito.
- La reputación del local está en manos de quienes brindan el servicio y tienen el contacto directo con el cliente. Es indispensable rodearse de personas que tengan vocación de servicio, que entiendan que servir es un privilegio. Formar a los empleados para que sean profesionales del servicio.
- El cliente debe salir satisfecho, para él debe ser un placer ir al negocio, convertirse en un cliente frecuente, este cliente trae más clientes, el voz a voz es la publicidad más económica y la más efectiva.



OTROS LOCALES



**PARQUE
CALDAS**
CENTRO • COMERCIAL
DONDE ENCUENTRAS TODO!

OTROS LOCALES



LOS LOCALES COMO ZONA DE JUEGOS, CENTROS DE SERVICIO Y OTRAS CATEGORIAS

Cuya función comercial e imagen es diferente, se sugiere que se haga la propuesta por parte del comerciante al centro comercial para ser aprobada. Se recomienda seguir todas las recomendaciones generales descritas en este manual.





MANUAL DE VITRINISMO

CENTRO COMERCIAL PARQUE CALDAS
PROPIEDAD HORIZONTAL
MARZO 2017

