REGLAMENTACIÓN INTERNA DE ZONAS COMUNES

Monterrey

1. ANÁLISIS: en primer lugar se realizará el respectivo análisis a la empresa que desea incursionar al Centro Comercial, ya que en la comercialización de los espacios en zonas comunes del mismo, no puede permitirse el ingreso de productos o servicios que sean competencia directa e indirecta con los establecimientos comerciales.

2. FOTOMONTAJE: Para la aprobación de un stand se debe de presentar el fotomontaje del mismo el cual debe de archivarse en carpeta de zonas comunes y deberá tener soporte vía e-mail. Altura máxima 1.10 sobre un solo panel.

   Dentro del diseño es importante la altura por aquello de no perjudicar la visual de los avisos en fachadas de los locales del centro comercial aledaños al espacio y Stand negociado (validar el manual de vitrinismo).

3. DOCUMENTACIÓN: Toda empresa sin excepción, debe diligenciar el formato de actividades promociónales y publicidad que está a disposición en la Administración, el cual debe de llevar adjunto: Cámara de comercio, Rut, fotocopia de cédula del representante legal y el contrato firmado por ambas partes. Solo debe exhibirse el producto a comercializar, éste debe quedar registrado en el contrato.

4. FORMA DE PAGO: Se paga de manera anticipada en el momento de la adjudicación de la zona común y mensualmente, este pago deberá realizarse dentro de los 5 primeros días del mes según la fecha del

Contrato. Consignando en las cuentas autorizadas por la administración.

5. SEGUIMIENTO DE PAGOS: mensualmente se deberá realizar el respectivo seguimiento del pago del stand, para evitar los saldos en cartera.

6. SEGUIMIENTO DEL STAND: los concesionarios deberán cumplir con horario, presentación personal, identificación del personal, prestación del servicio, aseo, adecuación física y comodidad del stand.

A. La exhibición hace parte de un diseño de stand, se prohíbe la exhibición tipo toldo, colgaduras, puestas en piso o sobre mesas y sillas. El buen uso, el aseo y mantenimiento al interior del Stand es responsabilidad de quien arrendó el espacio, el departamento de Servicios Generales está en la obligación de hacerle limpieza en las zonas aledañas.

B. Una vez aprobado el diseño del stand y fotomontajes, se generará autorización al departamento de operaciones para el montaje del Stand y ubicación de la zona destinada a utilizar. El departamento de operaciones hará entrega de la zona con los acondicionamientos requeridos (conexiones eléctricas, iluminación, aseo)
C. El ingreso de mercancía para efectos de surtir el Stand, se debe hacer en los horarios establecidos por la administración.
D. Los empleados del Stand, deben estar plenamente identificados por medio de uniforme, escarapela con el nombre completo, número de cédula y logo de la empresa, así mismos afiliados a las centrales de riesgo y salud.

E. Los volantes no podrán ser repartidos en los corredores del centro comercial. Se autorizan repartirlos en el mismo stand o en caso contrario y autorizado por la administración en las entradas principales y/o parqueaderos del centro comercial.
F. Queda prohibido el uso de avisos de precios o promociones en cartulina, hojas en computador o cualquier otro tipo de aviso colgado en el Stand que afecte y dañe el aspecto integral del lugar.
G. Se debe cumplir estrictamente con los horarios establecidos de apertura y cierre por la administración. Se debe solicitar por escrito y con causa justificada cuando no se hace apertura o cierre en los horarios establecidos.
H. Las adecuaciones adicionales y que sean necesarias para el stand, deben estar a cargo de quien arrendó el espacio, estos no lo asumen la administración.
I. La seguridad del stand y su exhibición de mercancía para evitar hurtos o daños ajenos, es estrictamente responsabilidad del concesionario, persona que Firma el contrato. La administración solo apoya con la seguridad humana (guardas de seguridad) y seguridad técnica y tecnológica (Circuito Cerrado de Televisión CCTV).
J. La persona que está a cargo del stand no debe ausentarse sin antes haberle informado al vigilante para que mientras esté fuera de él, el personal de seguridad le pueda brindar apoyo.
K. Se prohíbe el consumo de alimentos destinados en horarios laborales (desayuno y/o almuerzo y/o comida) u otros que no le den buena imagen al Stand o a clientes y visitantes.
L. El concesionario no deberá salirse de la zona y las medidas establecidas dentro del Contrato de Concesión de Espacios.

7. INGRESO Y RETIRO DEL STAND: La administración deberá realizar el respectivo seguimiento de los stands, en cuanto a: Ingreso y retiro, así como del montaje y desmontaje del mismo, coordinando de manera escrita con el Departamento de Operaciones.

   El proveedor está en la obligación de transportar toda su herramienta (la herramienta del personal de mantenimiento de la copropiedad es para uso exclusivo de mantenimiento).

   Para retirar el Stand, éste debe presentar Paz y Salvo de la administración al personal de vigilancia y los horarios establecidos por la administración para el desmontaje. Es importante tener en cuenta que el Stand no desmonta sin previa autorización aprobada.

8. ESTADÍSTICAS: se tendrá disponible para las empresas el flujo de visitantes por acceso para que este pueda elegir una mejor opción según producto o servicio.

REGLAMENTACIÓN ESPECIAL ZONAS COMUNES SECTOR TECNOLOGICO

Los fabricantes, marcas o proveedores interesados en adquirir un espacio en zona común del Centro Comercial, para demostración de productos y servicios se comprometerán a cumplir cada uno de los siguientes enunciados; con el objetivo de propiciar una sana convivencia entre la ciudadela comercial, que redunde en benéfico para distribuidores, proveedores y usuario final.

1. Los locales comerciales no podrán adquirir espacios de zonas comunes para vender sus productos o servicios, estos Stand deberán ser únicamente para fabricantes, mayoristas o empresas que no son competencia para nuestros comerciantes.
2. El personal promotor de cada una de las marcas en el Centro Comercial no puede salir del stand para llevar los clientes a ninguno de los establecimientos de comercio, no podrá direccionar. Sin embargo están autorizados para brindar asesoría técnica al cliente dentro del almacén, en caso de que el mismo lo requiera.

1. El Fabricante debe comprometerse a involucrar a la totalidad de los Comerciantes que hacen parte del Centro Comercial; por lo tanto deberá comunicarles de forma escrita o personal la previa a la ubicación del Stand, para ofrecer el producto e informar sobre la actividad que realizará en la zona común.
2. Una vez hecha la presentación del Stand, el fabricante realizará un listado con los diferentes establecimientos que vendan el producto o que tengan inventario del mismo; en caso de que no manejen las referencias se les invitará a que adquieran inventario, si no desean hacerlo por consiguiente no figurarán en el listado. Ya que no se puede incluir en dicho listado almacenes que no manejen el producto.
3. Los Comerciantes tendrán la capacidad de elegir si participan o no de la misma. en caso de ser negativo el comerciante deberá firmar un documento en el que conste que no desea participar de dicha actividad.
4. Entendido lo anterior se concluye que los promotores de las diferentes marcas SI podrán direccionar los clientes hacia los establecimientos que figuren en el listado del fabricante; siempre y cuando vendan el producto y tengan existencia del mismo en ese momento y debe ser previamente

notificado al contrato de concesión.

5. El- stand podrá tener una especie de urna o adecuar un espacio para que los comerciantes que tengan producto de la marca o adquieran el mismo para hacer parte de la actividad; puedan colocar sus tarjetas personales. Así en caso de que el cliente solicite el nombre de un lugar específico para realizar la compra, el Promotor le pedirá que tome una tarjeta de la urna.
6. En el stand no se permitirá repartir listas de precios, volantes o material publicitario de ninguno de los establecimientos de comercio.
7. En la reunión previa para la aprobación de la negociación, deberá llevarse todo el detalle de la actividad que se desarrollará incluyendo el diseño del stand a ubicar Y la reglamentación interna para zonas comunes.
8. En los stands podrá manejarse y exhibirse un precio sugerido al público, siempre y cuando sea precio oficial de fábrica.
9. Los Stand deberán cumplir el horario completo de apertura del Centro Comercial, de 10:00 a.m. - 7:30 p.m. de lunes a sábado.
10. El incumplimiento de cualquiera de los incisos anteriores dará la terminación inmediata del contrato.

El Centro Comercial Monterrey siendo un espacio de comercio organizado necesita elementos organizativos que le permitan ir a la vanguardia de los cambios que se presentan día a día.

A causa de la demanda de las zonas comunes en el Centro Comercial se han venido presentando variadas ofertas de espacios sobre la plazoleta del área de tecnología; aspecto que exige una reglamentación, con el ánimo de crear una cultura de equidad e igualdad para todos los comerciantes. Con

ello se logran más oportunidades y beneficios para todos.

SHOW ROOM – PROMOCIÓN DE PRODUCTO: VENTA

Eventos donde se hace una exposición de producto con el ánimo de vender a través de los distribuidores del Centro Comercial. Para ello se deberá realizar una invitación a todos los comerciantes para que participen con compras a la empresa que esta patrocinando el evento, de tal manera que todos tengan las mismas oportunidades y a su vez la empresa fabricante o mayorista organizadora del evento pueda tener en sus volantes los nombres de los establecimientos que apoyan la actividad. De esta manera se tendría la contraprestación de interés para dicha empresa y también la marca por medio de su distribuidor mayorista canalizaría el esfuerzo de la mejor manera.

A continuación se enuncian algunas pautas a tener en cuenta:

A. Por ningún motivo pueden colocarse pendones, vallas, avisos ni ningún tipo de publicidad del distribuidor en el show room.
B. Las personas que van a estar en el evento del show room deberán ser ajenas a los comerciantes o locales comerciales de Monterrey. A excepción de Mayoristas ubicados dentro del Centro Comercial Monterrey.
C. Aprovechar las ventajas a que pueden acceder los mayoristas animando es animar a los distribuidores para que abran código con la empresa mayorista.
D. La exhibición y promoción por cualquier medio dentro del Centro Comercial, deberá limitarse a los productos de la marca que toma en

renta el espacio.

E. El arrendador debe garantizar el producto que está ofreciendo, transmitiéndole al comprador seriedad y trayectoria comprobable.
F. Se debe realizar una pre-oferta a todos los comerciantes, con las mismas condiciones para aquellos que se encuentren registrados en la Administración.
G. Bajo ninguna circunstancia ni medida se podrán vender productos en el punto de exhibición. Para ello estarán habilitados los locales comerciales.
i. Todo el material promocional y el diseño del stand deberá ser aprobado por la Administración y no podrán direccionar a ningún local.
j. Si llegase a existir alguna discrepancia, será analizada por el Comité encargado.
k. A excepción de las ferias, los puntos de exhibición deben de estar ubicados en la plazoleta principal del primer o segundo piso.

SHOW ROOM LANZAMIENTO DE PRODUCTO NUEVO

Aplican todas las anteriores.
No se venderá ningún tipo de producto, por lo tanto no se requiere lanzar la pre-oferta de los productos.

EVENTOS ESPECIALES Y BAKIN
Aplican todas las anteriores.

REGLAMENTACIÓN INTERNA DE PIEZAS PUBLICITARIAS Y VALLAS LUMINOSAS.

1. ANÁLISIS: Analizar las empresas que deseen instalar en el Centro Comercial alguna pieza como: adhesivos ascensores, afiche ascensores, contrahuella escaleras, floorgraphic, rompe tráficos, vallas, y vallas luminosas en los parqueaderos.
2. ARTES: Para la aprobación de una pieza publicitaria se debe de presentar el arte del mismo, con su respectivo fotomontaje.
3. DOCUMENTACIÓN: Toda empresa sin excepción, debe diligenciar el formato de actividades promocionales y publicidad que está a disposición en la Administración, el cual debe de llevar adjunto: Cámara de comercio, Rut, fotocopia de cedula del representante legal y el formato firmado por ambas partes.
4. FORMA DE PAGO: Se paga de manera anticipada en el momento de la instalación de la pieza y mensualmente este pago deberá realizarse dentro de los 5 primeros días del mes.
5. SEGUIMIENTO DE LAS PIEZAS: se realizará el respectivo seguimiento de las piezas publicitarias en cuanto a: estado y limpieza de las mismas.