



Manual de vitrinismo



CONTENIDO

Introducción.

Objetivos.

1. Fachadas.	1
1.1. Concepto general de fachada.	1
1.2. Conformación general de las fachadas.	2
1.3. Condiciones generales en el manejo de las fachadas.	3
1.4. Tipos de Fachada del Centro Comercial	4
2. Zonas comunes.	7
2.1. Definición de zonas comunes	7
2.2. Normas generales de las zonas comunes desde el punto de vista del vitrinismo	7
3. Avisos.	8
3.1. Condiciones generales.	8
3.2. Zonas de ubicación de los avisos y otros elementos visuales y de atención	9
4. Cerramientos/vitrinas	13
4.1. Cortinas metálicas de cerramiento	13
4.2. Vitrinas de fachada.	14
5. Manejo de la publicidad, información visual y decoración de los locales.	17
6. Sanciones y procesos sancionatorios al incumplir las normativas del manual.	18

INTRODUCCIÓN

Los parámetros consignados en este manual buscan establecer un diálogo coherente entre la infraestructura, los elementos de identidad que requiera cada comerciante y la calidad de la imagen que debe proyectar el Centro Comercial El Punto de la Oriental.

Las normas y condiciones acá establecidas, deben ser incluidas como parte del reglamento de la propiedad horizontal, para facilitar la convivencia entre todas las partes y servir de mediador entre los intereses específicos de cada uno de los ocupantes del mismo (copropietarios, arrendatarios, ente administrador, arrendadores, etc.)

Para poder cumplir con el propósito para el cual fue diseñado, este manual debe ser divulgado entre los ocupantes actuales y futuros de la copropiedad.

OBJETIVOS

- Proporcionar una herramienta con criterios unificados que faciliten la presencia de las marcas en los locales de las diferentes zonas del CENTRO COMERCIAL EL PUNTO DE LA ORIENTAL.
- Ofrecer la mayor claridad a los propietarios y arrendatarios sobre el concepto de fachada y zonas comunes y el manejo que se les debe dar, protegiendo tanto la imagen que quiere proyectar EL PUNTO DE LA ORIENTAL, como los intereses e inversiones de sus ocupantes.
- Establecer un diálogo armonioso entre el diseño arquitectónico del centro comercial y los elementos de publicidad y promoción que las diferentes marcas y personas puedan emplear en sus vitrinas y espacios expositivos.
- Sugerir los espacios idóneos para la ubicación de los avisos de los locales.
- Determinar las formas correctas e incorrectas para el uso de las vitrinas.

1. Fachadas

1.1. Concepto general de fachada

La fachada es el elemento exterior de una construcción arquitectónica, el que le da la apariencia visual; está conformada por todas las partes que se encuentran visibles en ella: muros, vidrieras, perfiles, etc.

Es la cara, que tanto la edificación, como cada una de las entidades y personas que lo ocupan, ofrecen a sus clientes y al público en general.

Existen fachadas exteriores, que son las que proyecta el centro comercial hacia las calles que lo circundan; y fachadas interiores que están conformadas por los frentes (muros y vitrinas) de cada uno de los locales. Todas las fachadas –interiores y exteriores- hacen parte de las zonas comunes del centro comercial; por lo tanto, en su manejo deben prevalecer unos acuerdos comunes para todos, que se expresan en este manual a manera de normativa, sobre las necesidades específicas de cada uno.

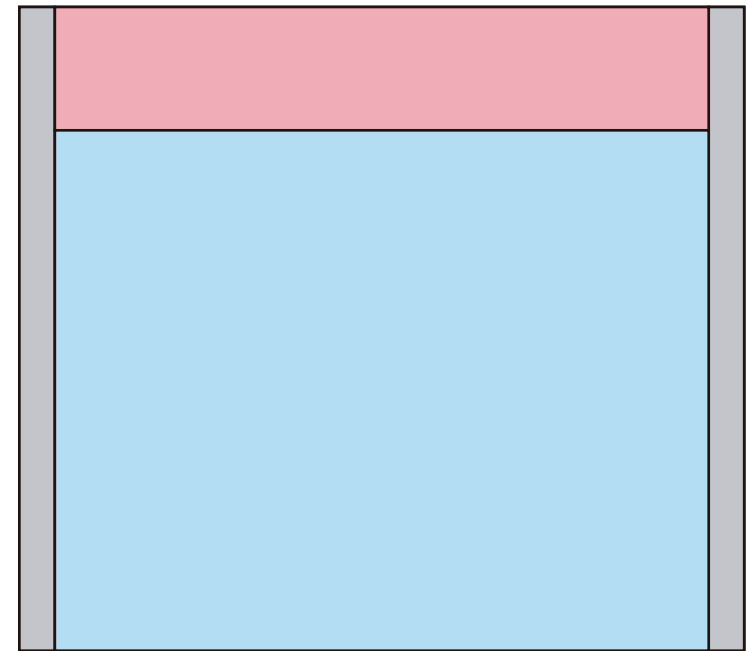
Por lo anterior, la imagen que se quiera proyectar es conformada por todos sus ocupantes y la responsabilidad de mantenerla y conservarla de manera correcta y limpia es de cada propietario u ocupante.

Los materiales empleados en la construcción, los colores y las formas seleccionados para la ejecución de la fachada exterior, corresponden a una idea de diseño que los arquitectos y constructores quisieron darle al PUNTO DE LA ORIENTAL; por lo tanto, su apariencia es inalterable.

1.2. Conformación general de las fachadas:

- Las fachadas de todos los locales están conformadas principalmente por dos elementos: muros divisores entre locales y cerramientos. (Mirar Gráfico 1)
- Los locales pueden contar con un solo cerramiento primario (cortina metálica enrollable) o tener un cerramiento secundario que sería una vitrina en vidrio con puertas en el mismo material.
- La cortina enrollable (cerramiento primario) es un elemento obligatorio para todos los locales y funciona para cerrar el local al terminar la jornada, constituyéndose en un elemento de seguridad.
- El cerramiento secundario (vitrina) es un elemento del que algunos locales disponen, para contar con algo de privacidad al momento de abrir la cortina metálica. No es un elemento obligatorio para todos y su instalación debe ser consultada previamente como se explicará en otros puntos de este manual.
- Los tipos de cerramientos varían y se explicarán más adelante en este documento.

Gráfico 1



- Muros divisores entre locales
- Zona de cerramiento
- Caja para guardar cortina enrollable

1.3. Condiciones generales en el manejo de las fachadas:

- Se debe evitar alterar de cualquier manera la fachada.
- NO se puede modificar de ninguna manera la fachada sin autorización previa de la Administración de la copropiedad.
- La parte de los muros divisores de los locales que es visible hacia la fachada no se puede modificar de ninguna manera. No se puede cambiar su color, adicionar elementos estructurales, ni pegar o clavar ningún tipo de elemento sobre ellos.
- Antes de instalar o modificar un segundo cerramiento, adicional a la cortina metálica que todos los locales tienen, los ocupantes de los locales deben presentar una solicitud escrita en la cual se vea, mediante un render o un montaje fotográfico, el diseño que se desee instalar.
- La administración presentará la propuesta al consejo y este ente determinará la aprobación o la negación de la solicitud.
- Los cambios que se efectúen sin el debido permiso deberán ser removidos por orden de la administración.
- No se debe adicionar ningún tipo de elemento arquitectónico extra en las fachadas.
- Las fachadas de los diferentes locales deberán permanecer siempre limpias.
- Ningún tipo de cartel, adhesivo o elemento gráfico adicionales al aviso y los elementos de decoración de la vitrina, se pueden instalar sobre la fachada.
- Los elementos de iluminación de las vitrinas deben ubicarse detrás del vidrio de las mismas, nunca por fuera de éste o en ningún otro lugar de la fachada.
- Los propietarios u ocupantes de los locales deberán responder por cualquier daño en la fachada ocasionado por malas práctica o manejos de la misma.
- Cuando el ocupante o propietario de un local detecte algún deterioro o daño en la fachada de su local o de cualquier zona de EL PUNTO DE LA ORIENTAL, deberá comunicarse con la Administración del mismo para que ésta proceda con los correctivos correspondientes.
- No deben ubicarse avisos o anuncios elaborados en computador o a mano. Cualquier pieza gráfica que se instale, debe ajustarse a las condiciones que se especificarán más adelante en este mismo documento.
- No se deben ubicar hacia el exterior del local -sobre o por dentro de la fachada- ningún tipo de aviso o elemento ajeno a la labor comercial de la marca que ocupe el local, como, por ejemplo: campañas políticas, promociones de otras marcas, adhesivos de tarjetas de crédito o débito.
- El espacio interno detrás de los vidrios de la fachada debe mantenerse libre de la presencia de elementos que ensucien la imagen del centro comercial. NO deben ubicarse elementos de aseo o depositar permanentemente objetos hacia la fachada.

1.4. Tipos de Fachada del Centro Comercial

Después de analizar las condiciones actuales del centro comercial, se estableció que dentro de los locales comerciales (a excepción de los locales de comidas y las burbujas) no existen tipologías arquitectónicas de fachadas dominantes, pues a través del tiempo, los ocupantes de los locales han ido modificando sus fachadas sin ningún tipo de directriz o intención. Por esta razón, la metodología de ordenamiento no se puede basar en el respeto por rasgos constantes existentes en las fachadas.

La diferenciación de los tipos de locales se basará en usos y en condiciones arquitectónicas especiales; quedando agrupados así: Locales de venta de alimentos, burbujas comerciales, locales comerciales y locales excepcionales.

1.4.1. Locales de venta de alimentos (Gráfico 2)

Las fachadas de los locales destinados para la preparación y comercialización de alimentos están conformadas por: fachadas abiertas que se cierran con cortinas enrollables (que permanecen abiertas durante todo el funcionamiento de los locales), muros divisores y la caja metálica para guardar la cortina. Esta caja para la cortina, se convierte en un dintel superior para la ubicación del aviso.

Se caracterizan por la ubicación de barras de atención, en la parte inferior de la fachada y por detrás de la línea de la cortina metálica enrollable.

También tienen la posibilidad de utilizar tableros para promocionar y mostrar su oferta.

1.4.2. Burbujas comerciales (Gráfico 3)

Al ser locales que se ubican en puntos centrales de los corredores, son autoportantes y cuentan con cuatro fachadas. Cada una de éstas cuenta con un cerramiento inferior con función de barra de atención y un elemento superior que funciona como dintel. Los dos elementos mencionados se articulan por medio de columnas (una en cada una de las esquinas de la burbuja).

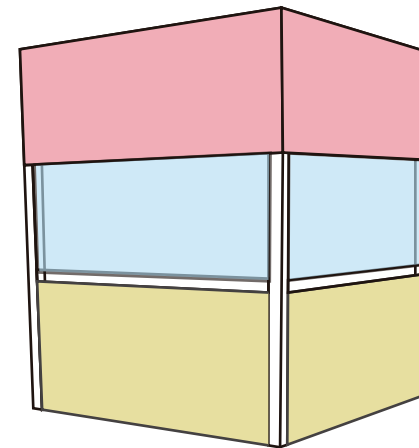
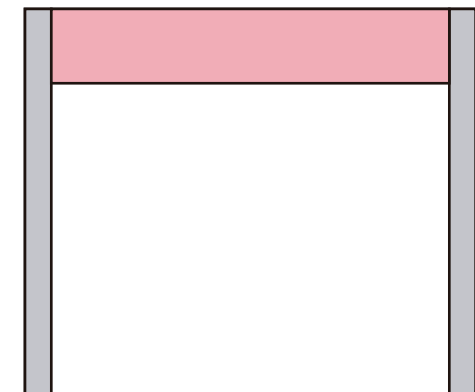


Gráfico 3

- Cabezote para ubicar avisos y ofertas.
- Zócalo cerramiento fijo.
- Columnas estructura.
- Espacio de atención.

Gráfico 2

- Caja cortinas
- Muros divisores.
- Vano acceso.



1.4.3. Locales comerciales

La generalidad de este tipo de locales nos muestra espacios configurados por muros de separación entre los locales, con un vano que en muchos se deja abierto después de subir la cortina enrollable que cierra el local cuando no está en funcionamiento; y una caja superior para guardar la cortina. Esta caja metálica funciona con dintel del local y se convierte en el lugar indicado para la ubicación de los avisos de marcación de los locales.

Algunos de estos locales cuentan con cerramientos parciales o totales en vidrio que se convierten en vitrinas para la exhibición de productos, mientras otros permanecen abiertos y solo se cierran con la cortina al terminar el horario de atención.



Local con cortina cerrada

1.4.3.1. Locales abiertos

Locales que al abrir la cortina de seguridad, quedan abiertos para la atención directa de los clientes.



Local Abierto, sin cerramiento secundario

1.4.3.2. Locales con cerramiento en vidrio (vitrina)

Son locales que además del cerramiento metálico de seguridad optaron por instalar una vitrina para exhibir sus productos.



Local Cerrado, con cerramiento secundario - vitrina-

1.4.4. Locales especiales

En el piso 1 existen unos locales que cuentan con una configuración arquitectónica especial.

1.4.4.1. Locales con Mezzanine que se ve en fachada

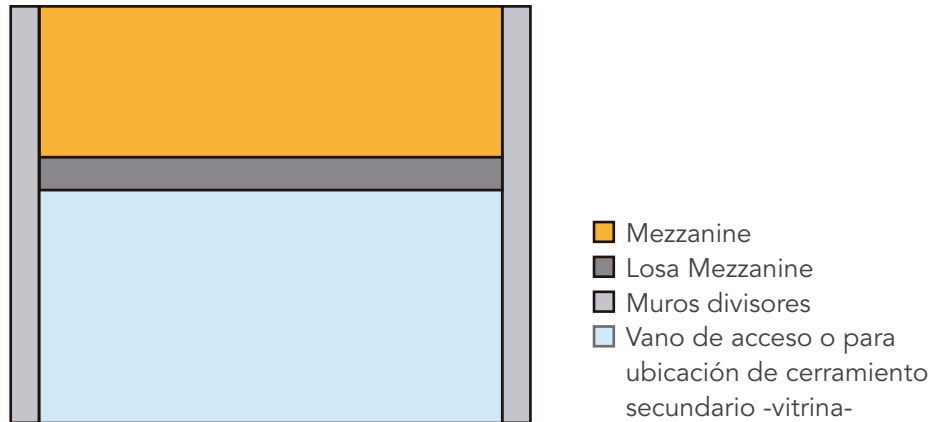


Gráfico 4

1.4.4.2. Locales en esquina.

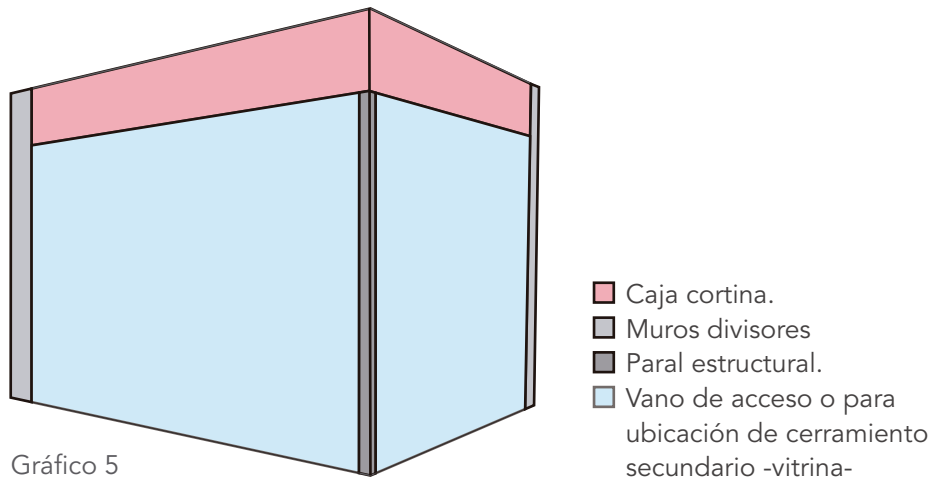


Gráfico 5

1.4.4.3. Locales que prestan servicios de salud: Consultorios médicos y odontológicos; laboratorios o clínicas.

Los locales que presten servicios de salud, cuentan con unas condiciones especiales que se describirán en el punto que se refiere a los cerramientos.

2. Zonas comunes

El enfoque dado en este manual al tema de las zonas comunes, se refiere a los temas que tienen que ver con la imagen general que debe presentar el centro comercial.

2.1. Definición de zonas comunes

Las zonas comunes son los espacios del centro comercial que están disponibles para el uso de los propietarios y arrendatarios de locales, sus clientes y visitantes.

Existen las zonas comunes de uso general y las zonas comunes de uso exclusivo.

Los corredores, parqueaderos, ascensores, fachadas, escaleras, techos, zonas verdes, terrazas, pasillos, losas, paredes, son zonas comunes de uso general del CENTRO COMERCIAL EL PUNTO DE LA ORIENTAL.

Las zonas comunes de uso exclusivo son las que, por negociaciones o permisos especiales, tramitados a través de la administración del centro comercial El Punto de la Oriental, se disponen para el uso de un solo propietario.

Las zonas comunes y su manejo son una parte primordial de la imagen que el centro comercial proyecta a sus visitantes y es responsabilidad de cada uno de sus ocupantes.

Es muy importante mantener un equilibrio entre la imagen general del centro comercial (de la cual hacen parte las zonas comunes) y la efectividad de la oferta comercial.

2.2. Normas generales de las zonas comunes desde el punto de vista del vitrinismo

- Con el objetivo de brindar espacios cómodos y adecuados para que los visitantes puedan recorrer y apreciar las ofertas de cada uno de los comerciantes, ningún elemento de ninguna marca – sea exhibición, anuncio o amoblamiento - debe estar ocupando las zonas comunes.
- Al ser zonas para el uso general, ningún propietario o arrendatario, podrá hacer uso particular de esos espacios.
- Los comerciantes que requieran utilizar alguna de las zonas comunes para su uso particular, deberán presentar una solicitud escrita a la administración, explicando su necesidad y mostrando en fotos el área que requiera.
- La administración dará a conocer la solicitud al consejo de la propiedad, que determinará la disponibilidad o no del espacio solicitado y el valor del alquiler de dicha zona por el tiempo que considere prudente.

3. Avisos

3.1. Condiciones generales

- Los avisos deberán cumplir con altos estándares de calidad; tanto los materiales, como la iluminación con que cuenten, deberán estar ajustados a las condiciones determinadas en este manual.
- No se permiten avisos tipo pendón, elaborados en textiles o lonas. Los avisos deberán ser elaborados de manera volumétrica o contar con una estructura básica para sostenerlo ya sea caja de luz, letras con cantonera o elaborado en algún material como madera, metal, acrílico o vidrio.
- Se sugiere que todos los avisos se ubiquen en la parte superior de las fachadas, sobre los dinteles conformados por la caja metálica donde se guardan las cortinas enrollables metálicas.
- Cada propietario u ocupante de un local, debe diseñar, producir, instalar y mantener su Aviso.
- Antes de mandar a producir e instalar su aviso, cada comerciante debe presentar el diseño al ente administrador de EL PUNTO DE LA ORIENTAL con las especificaciones técnicas, para que éste sea evaluado por el consejo de la propiedad.
- Esta autoridad está facultada para aprobar o no permitir la instalación del aviso presentado; además puede exigir el retiro de los avisos que se instalen sin tramitar el permiso.
- No están permitidos avisos que palpiten, destellen, sean audibles o animados.
- Los avisos deben contener los nombres y/o logotipos de las marcas ocupantes del local; no deberían anunciar otras marcas para no causar confusiones y contaminación visual.
- Los fondos de los avisos deberían ser lo más limpios posibles para lograr una comunicación efectiva, buena legibilidad y para que la marca resalte. El exceso de texturas, colores y/o formas dentro de un aviso, más que volverlo más atractivo, lo que hace es distraer la comunicación y crear confusión.
- Ningún aviso puede invadir el espacio de otro local, ni interferir con su zona de exhibición.
- Todos los cables eléctricos y las instalaciones de los avisos deben permanecer ocultos, evitando contaminar visualmente el aspecto de la copropiedad.
- La iluminación de los avisos debe estar conectada al circuito interno de cada local, de manera que el costo del consumo eléctrico sea pagado por su ocupante. Nunca debe estar conectado a la electricidad de las zonas comunes del centro comercial.

- Los avisos siempre deben estar funcionando de manera óptima. Para su instalación o reparación, se debe consultar a la administración, para que ésta asigne los horarios que considere convenientes.
- Los ocupantes de un local cuentan con un plazo máximo de diez días hábiles para reparar los avisos que presenten fallas o desperfectos, después de ser notificados por la administración.
- Los avisos de los locales que tengan iluminación deben permanecer encendidos durante el horario de funcionamiento establecido por el consejo.
- Los locales que cuentan con más de una fachada, podrán ubicar un aviso en cada una de las fachadas con que cuentan.

3.2. Zonas de ubicación de los avisos y otros elementos visuales y de atención

3.2.1. Locales de venta de alimentos (Gráfico 6)

3.2.1.1. Aviso principal:

- Las cortinas enrollables de los locales se guardan dentro de una caja; los avisos de este tipo de locales deben estar ubicados sobre esta caja. Al estar ubicadas en la parte más alta y sobre el vano de acceso del local, estas cajas son el lugar idóneo para este fin.
- Para manejar una proporción adecuada con respecto a las fachadas, se sugiere que estos avisos no superen los 50 cm de altura y ocupen todo el ancho del vano del local.

3.4.1.2. Cartelera con oferta de productos:

Esta tipología de locales requieren la implementación de una zona donde se anuncien los productos que se venden. Las carteleras para tal fin deben estar ubicadas en el interior del local, nunca en su fachada.

3.4.1.3. Habladores con menú diario:

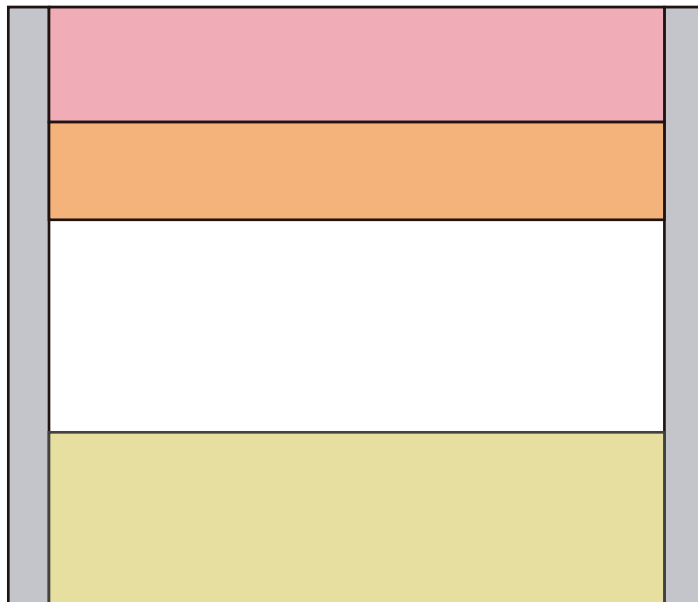
Antes de utilizar este tipo de elementos, se deberá presentar una solicitud a la administración donde se aprecie su diseño (render o fotomontaje).

Estos elementos se deberán ubicar al frente del local correspondiente, lo más próximo a su línea de fachada, procurando incomodar lo menos posible el flujo de los visitantes del centro comercial.

3.2.1.4. Barra de atención:

Estos locales requieren también de una barra de atención, para atender a los clientes y ubicar los productos que se estén despachando.

Como este elemento está ubicado en la parte inferior del vano del local, NO es el lugar idóneo para ubicar información primordial, pero puede funcionar para reforzar la imagen de la marca con elementos visuales como colores y texturas corporativas. NO se recomienda ubicar menús, fotos de productos o textos descriptivos, pues más que informar, se convertirían en factores de contaminación visual sin un uso práctico real.



- Caja cortinas / zona aviso
- Muros divisores.
- Espacio atención.
- Barras de atención.
- Cartelera con oferta de productos

Gráfico 6

3.2.2. Burbujas comerciales (Gráfico 7)

3.2.2.1. Aviso principal:

Los avisos de estos locales deberán estar ubicados en su cabezote superior.

3.2.2.2. Zona para anunciar oferta de productos:

- La zona más adecuada - por visibilidad y efectividad comercial - para presentar la oferta de productos es el cabezote superior de la estructura.
- Se sugiere destinar dos caras del cabezote para ubicar los avisos de marcación y otras dos caras para anunciar los productos que se ofrecen.

3.2.2.3. Zócalo cerramiento fijo:

- La zona inferior de la estructura de las burbujas sirve como cerramiento, almacenaje o exhibición - si se fabrica a manera de vitrina - en su parte interior; y para soportar, en su parte superior, los mesones que servirán de apoyo a los clientes y para la entrega de productos.
- La parte exterior de las superficies que conforman esta zona, es ideal para ambientar el local con materiales, texturas o colores que refuercen la imagen del local y la presencia de marca.

- La utilización de las superficies inferiores de la burbuja NO es adecuada, pues es la zona donde se ubica el público, ya sea quienes están consumiendo productos en el local o los que pasan por el frente del mismo.

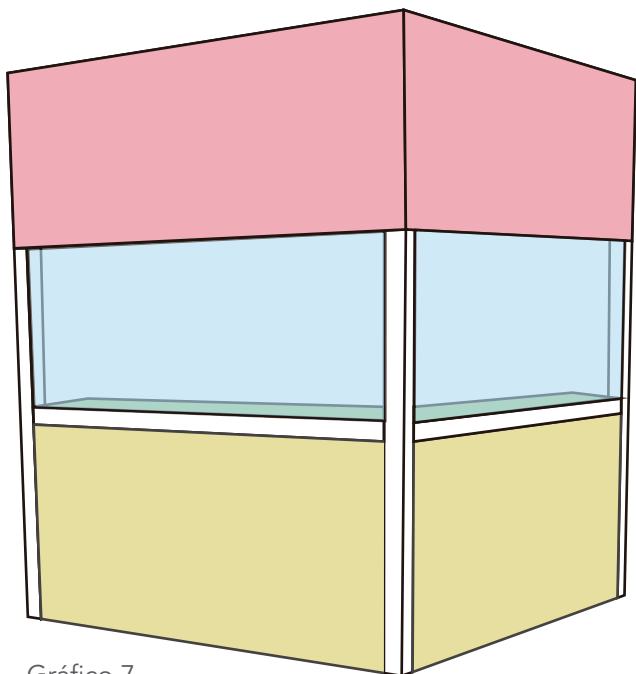


Gráfico 7

- Cabezote para ubicar avisos y ofertas.
- Zócalo cerramiento fijo.
- Columnas estructura.
- Espacio de atención.
- Barras de atención.

3.2.3. Locales comerciales (Gráfico 8)

Los avisos de estos locales deberán estar ubicados por delante de la caja para guardar la cortina enrollable.

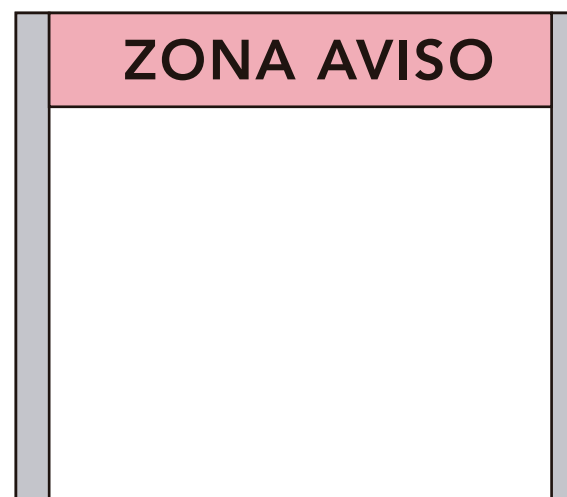


Gráfico 8

- Zona ubicación aviso
- Muros divisores.
- Vano acceso.

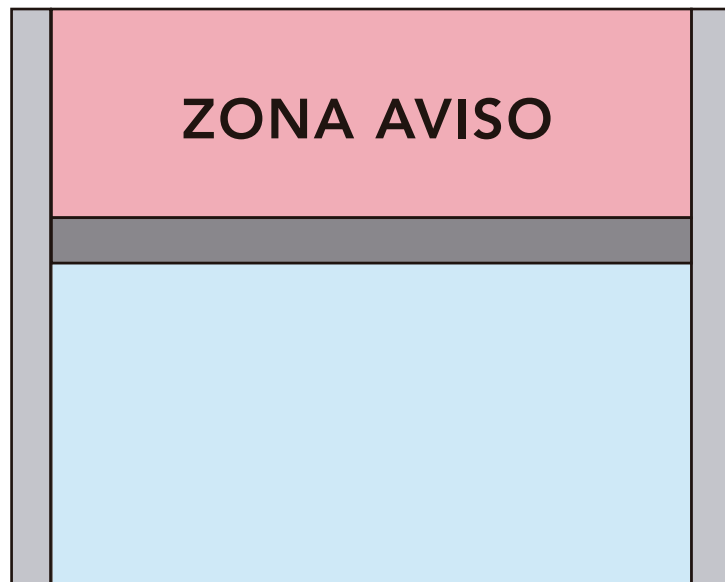
3.2.4. Locales especiales (Gráfico 9)

3.2.4.1. Locales con Mezzanine que se ve en fachada

En el caso de los locales con esta configuración, la zona más adecuada para ubicar su aviso, es la zona que corresponde al mezzanine.

El vacío del mezzanine no se ve completo en la fachada, sino interrumpido; esto produce una confusión visual y por lo tanto es ideal cerrar visualmente esta zona.

Este cubrimiento deberá realizarse con drywall o vidrio templado y sobre este cerramiento, ubicar el aviso de marcación del local



- Zona ubicación aviso
- Losa Mezzanine

Gráfico 9

3.2.4.2. Locales en esquina (Gráfico 10)

- Los ocupantes de locales que estén ubicados en esquina, tienen la posibilidad de ubicar un aviso en cada una de sus fachadas.
- Los dos avisos -uno por cada fachada- deberán ser iguales - altura, colores, materiales, etc. - y quedar alineados en su parte inferior y superior.

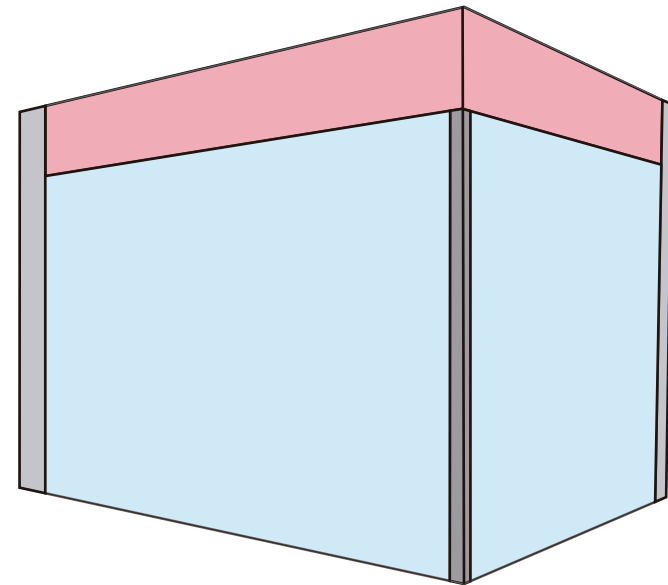


Gráfico 10

- Zonas para ubicar avisos.

3.2.4.3. Locales que prestan servicios de salud:
Consultorios médicos y odontológicos;
laboratorios o clínicas.

- Si son locales con una sola fachada deben ajustarse a las condiciones descritas en el punto 4.2.3.
- Si son locales especiales, en esquina o con mezzanine que se ve en la fachada, deberán ajustarse a las condiciones de los puntos 4.2.4.2. o 4.2.4.1. respectivamente

4. Cerramientos/vitrinas

Todos locales del centro comercial tienen un cerramiento general de seguridad que es la cortina metálica enrollable; algunos propietarios u ocupantes, optaron también por elaborar un cerramiento en vidrio para facilitar su exhibición. A continuación, hablaremos sobre las condiciones y manejo de cada uno de los cerramientos.

4.1. Cortinas metálicas de cerramiento

4.1.1. Condiciones generales para el manejo de los cerramientos metálicos

- El cerramiento de seguridad se compone de una cortina metálica enrollable con caja metálica superior para guardar la cortina.
- La ubicación superior de la caja metálica la convierte en el punto ideal para ubicar el aviso de los locales.
- No se puede cambiar el color de la cortina metálica.
- No se pueden adicionar elementos a la cortina.
- Las cortinas deben permanecer totalmente abiertas durante todo el horario de atención del Parque Comercial. No deben quedar expuestas parcialmente.

- El mecanismo de las cortinas debe mantenerse en perfecto estado, para que su funcionamiento sea óptimo; evitando dificultades en su apertura o cierre.
- Ningún elemento publicitario o de marcación debe ir ubicado sobre la superficie de la cortina metálica.
- Si un ocupante de un local daña o modifica la cortina de su local, la administración tendrá la potestad de cobrarle la suma que valga su reparación para dejarla en el estado original.

4.2. Vitrinas de fachada

4.2.1. Condiciones para el manejo de las vitrinas de fachada existentes

Los locales que actualmente tienen vitrina, deberán seguir las siguientes instrucciones de uso y cuidado

- Los vidrios, perfiles y herrajes que conforman la vitrina deberán permanecer en excelente estado. Cualquier desperfecto de alguno de estos elementos, deberá ser reparado en un lapso máximo de 10 días.
- La administración deberá estar atenta a estos detalles para informar al ocupante y establecer el plazo máximo de reparación, según el calendario.

- Las reparaciones de las vitrinas deberán ser programadas con la administración para no afectar el correcto funcionamiento del comercio.
- Las vitrinas existentes NO podrán modificarse de ninguna manera (color, material, adiciones, adhesivos, perfiles, etc.), sin la aprobación previa del consejo de la propiedad.
- Cualquier modificación que el ocupante de un local desee efectuarle a su vitrina debe solicitar autorización a la administración. La solicitud debe ir acompañada de una imagen donde se vea claramente la modificación deseada.
- La administración pondrá en consideración del consejo el diseño de modificación de vitrina presentado por el cliente, y será dicho consejo quien apruebe o no la modificación.
- Si algún ocupante realiza modificaciones sin previa aprobación, éstas podrán ser mandada a retirar por el ente administrativo.

4.2.2. Condiciones para la fabricación de vitrinas de fachada en locales que no la tienen

- NO se puede instalar un cerramiento tipo vitrina de fachada en ningún local que no lo posea, sin la autorización del consejo de la copropiedad.
- Si algún propietario u ocupante de un local que no tenga vitrina necesita implementarla, pues su funcionamiento comercial así lo requiere, deberá elaborar una solicitud acompañada del diseño deseado, para que la administración lo ponga en consideración del consejo.
- Solo se podrá proceder a instalar una vitrina de fachada cuando se obtenga la autorización escrita aprobada por el consejo y la administración.
- Si se instala una vitrina sin la previa autorización, la administración procederá a solicitar su retiro por parte de quien la instaló.
- Las nuevas vitrinas de fachada, deberán ser elaboradas en vidrios incoloros templados, estructurados con perfilera PERIMETRAL de aluminio anodizado natural.
- NO se permite el uso de otro tipo de materiales, ni de colores tanto para el vidrio como para los perfiles.
- Los perfiles que estructuran la vitrina deberán ser ubicados en el perímetro general de los vidrios; NO se permite la ubicación de perfiles intermedios entre las láminas de vidrio. Esto con el fin de no interrumpir la visión del público y evitar la contaminación visual de tantas líneas en la vitrina.

4.2.3. Locales que requieren implementar cerramiento secundario - vidriera - (Gráfico 11)

4.2.3.1. Salones de belleza y afines

- Para evitar contaminación del interior hacia las zonas comunes y viceversa, este tipo de locales deberán contar con cerramiento de vidrio como se describe en el punto 4.2.2.
- En zonas donde se requiera algo de privacidad, como arreglo de las uñas de los pies, etcétera; se deberá implementar un adhesivo opalizado (sandblasted) en la parte interior del vidrio de la vitrina. Esto con el fin de brindar algo de privacidad para los usuarios de dichos servicios y para evitar que los visitantes del centro comercial tengan que presenciarlos.
- La película adhesiva deberá ser opalizada y deberá estar instalada al interior del vidrio, nunca hacia el exterior del mismo. No puede tener grabados, gráficos, textos o ningún color adicional al opalizado.
- Esta película se instalará en la parte inferior de la vitrina, desde el borde superior del perfil inferior de aluminio, y deberá tener una altura de un (1) metro.
- Antes de implementar cualquiera de las soluciones anteriores, los ocupantes de los locales deberán solicitar un permiso a la administración. Esta solicitud deberá ir acompañada con imágenes que expliquen visualmente lo que se desea realizar (renders o montajes fotográficos).

4.2.3.2. Servicios odontológicos

- Aplican los mismo requerimientos que en el punto anterior 4.2.3.1.

- Además, este tipo de locales deberán contar con un espacio destinado a sala de espera; el cual deberá estar separado de la zona donde se realicen los procedimientos por divisiones de espacio que impidan la visualización de una zona a la otra.

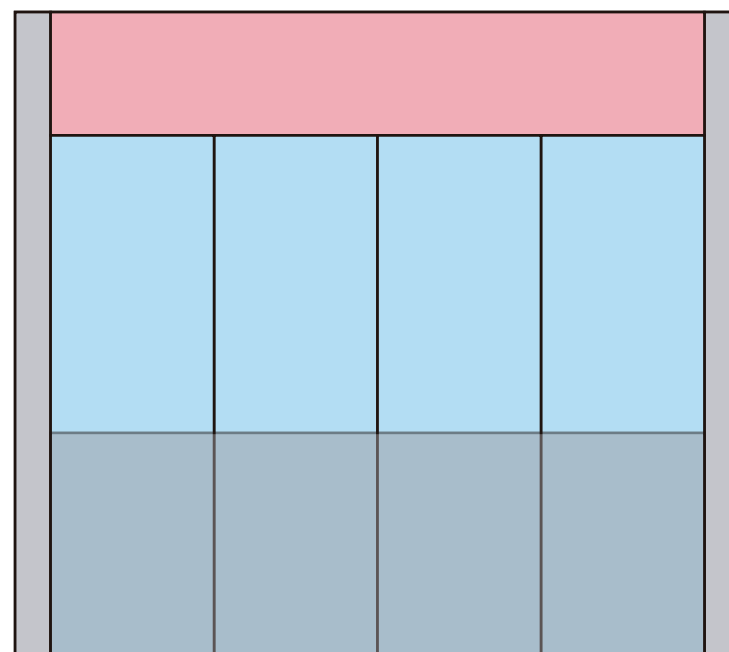
Se sugiere, por higiene y limpieza visual, que estas divisiones se elaboren en vidrio templado y cuenten con un plotter adhesivo tipo opalizado (sandblasted).

4.2.3.3. Servicios financieros

- Por seguridad para los usuarios estos locales deberán contar con cerramiento de vidrio, según condiciones expresadas en el punto 4.2.3.1.

- Si alguno de los ocupantes o postulantes para este tipo de locales considera necesario algo de privacidad visual, podrá instalar, por dentro del vidrio, una película adhesiva opalizada. Esta película deberá medir un (1) metro de altura, desde el borde superior del perfil de lauminio inferior hacia arriba.

- Antes de implementar la vidriera y/o el adhesivo opalizado, los ocupantes de los locales deberán solicitar un permiso a la administración. Esta solicitud deberá ir acompañada con imágenes que expliquen visualmente lo que se desea realizar (renders o montajes fotográficos)



- Cerramiento vitrina
- Película adhesiva opalizada.

Gráfico 11

5. Manejo de la publicidad, información visual y decoración de los locales.

- Los elementos de exhibición (vitricas de atención, exhibidores, maniqués, etc.) deben quedar ubicados dentro de los locales.
- Ubicar muchos avisos sobre las fachadas de un local NO causará mayor impacto sobre el público; lo único que se logra es contaminar visualmente y generar ruido en la comunicación. La redundancia como forma de comunicación es un invento de los publicistas para ganar más por la producción de más piezas. Es más efectivo elaborar un buen aviso, con calidad y del tamaño adecuado, que elaborar muchos avisos pequeños que dicen lo mismo.
- Cuando se exhiben demasiados productos, el cliente no podrá diferenciar claramente las características de cada uno.
- Los servicios o productos deben ser anunciados de manera clara y limpia; NO se permitirá ningún anuncio elaborado a mano o en computador. Cada servicio o producto debería ser anunciado solo una vez si es necesario anunciarlo.
- Es más efectivo elaborar un elemento que reúna los anuncios de servicios o productos a poner muchos avisos pequeños sueltos de diferentes colores y tamaños anunciándolos.
- Como en casi todos los elementos que tienen que ver con la imagen, la calidad de los elementos es más impor-
- Como en casi todos los elementos que tienen que ver con la imagen, la calidad de los elementos es más importante y efectiva que la cantidad.
- El único elemento que se puede ubicar hacia afuera de los locales es el aviso. NO se puede pegar ningún elemento en la parte exterior del local; ni en los muros de separación de los locales, ni en la vitrina de fachada.
- La decoración de las vitricas (plotter, impresiones o elementos decorativos) deberán ser instalados en la parte interior de los vidrios que las conforman. Esto con el fin de evitar deterioro o vandalismo.
- Las vitricas de fachada no podrán estar cubiertas totalmente por impresiones adhesivas ni por ningún otro elemento.
- El porcentaje máximo de cobertura de los adhesivos en las vitricas deberá ser del 30 %.

6. Sanciones y procesos sancionatorios al incumplir las normativas del manual

- Este manual de vitrinismo, que contiene las normas, procedimientos y recomendaciones para el diseño de las fachadas internas y las vitrinas de los bienes de dominio privado o particular; hace parte del reglamento de propiedad horizontal.
- Estas normas serán de obligatorio cumplimiento por los propietarios y/o tenedores de estos bienes y el incumplimiento constituye una falta grave a las disposiciones reglamentarias.
- Apertura del proceso sancionatorio: El administrador requerirá al infractor para que cese inmediatamente en las conductas o hechos violatorios de las normas de convivencia o de los derechos de los propietarios. Una vez hecho el llamado de atención por escrito, correrá un término de 8 días hábiles para que quien ha recibido el llamado de atención presente pruebas y descargos dirigidos ante el consejo de Administración que decidirá dentro de los 5 días siguientes a los descargos o terminación del plazo de 8 días si es procedente la imposición de una sanción y cual sería el caso de ser afirmativa la respuesta.
- Corresponden a las infracciones graves, la aplicación simultanea o individual de las sanciones contempladas en el artículo 130 numerales 1: Publicación en lugares de amplia circulación del Centro Comercial o conjunto de la lista de los infractores con indicación expresa del hecho o acto que origina la sanción. Y numeral 2: Imposición de multas sucesivas, mientras persista el incumplimiento, que no podrán ser superiores, cada una, a dos veces el valor el valor de las expensas necesarias mensuales, a cargo del infractor, a la fecha de su imposición que, en todo caso, sumadas no podrán exceder, al año, 10 veces las expensas necesarias a cargo del infractor.