

DOCUMENTO: Informe justificativ o de la necesidad  
de contratación del servicio de Campaña en centros comerciales

**INFORME  
JUSTIFICATIVO  
NECESIDAD**

IDENTIFIC.: SODEBUR 094 (a)-19\_Informe Justificativo de Campaña centros comerciales

FECHA: 20/05/2019

## **1. INTRODUCCIÓN**

La Sociedad para el desarrollo de la provincia de Burgos (SODEBUR) como organización creada por una Administración Local (Excma. Diputación Provincial de Burgos), y cuyo Capital Social corresponde 100% a dicha administración y según lo establecido en el artículo 3.1.h) y 3.3.d) de la Ley 9/2017 de 8 de noviembre, *de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014*, en adelante LCSP, forma parte del Sector Público y se considera Poder Adjudicador, a los efectos de estar sujeta en todas sus contrataciones a lo estipulado en la mencionada Ley.

## **2. DESARROLLO**

### **2.1. Justificación Necesidad**

SODEBUR, a través de su departamento de *imagen y turismo*, pretende contratar el servicio de promoción turística, a través de una campaña en centros comerciales en San Sebastián de los Reyes (Madrid) donde poder realizar propuestas de viaje a la provincia de Burgos dirigidas al segmento familiar. De conformidad con el artículo 28 de la LCSP, esta contratación se ajusta a los fines institucionales de carácter público que le han sido encomendadas a la Sociedad.

### **2.2. Procedimiento de Licitación**

Esta contratación del mencionado servicio, se tramitará mediante el Procedimiento de Contrato Menor, siguiendo lo establecido en el artículo 318.a de la LCSP, dado que el valor estimado del contrato es de 14.800,00 € y su duración es menor de un año.

### **2.3. Presupuesto Base de Licitación**

El presupuesto base de licitación para esta contratación asciende a 17.908,00 € (*donde 14.800,00 € corresponden al importe bruto y 3.108,00.€ al 21% de IVA*), importe que se ajusta a los precios del mercado quedando incluidos dentro de este importe, los gastos que requieran los trabajos objeto de la contratación, los medios técnicos y auxiliares, los gastos de personal, el beneficio industrial y todas las cuotas y sus eventuales recargos correspondientes a los tributos que puedan devengarse, así como cualquier otro coste que se genere.

### **2.4. Insuficiencia de medios**

Ante la falta de medios en SODEBUR, necesarios para obtener el servicio indicado, se va a proceder a realizar esta contratación.

## **2.5. Consideraciones técnicas**

Se estará a lo establecido en las especificaciones técnicas, que se han elaborado ex profeso para este procedimiento.

## **2.6. Consideraciones legales**

El área de imagen y turismo de SODEBUR, dispone de presupuesto suficiente para hacer frente al coste del servicio y se liquidará con cargo al presupuesto general del que dispone la sociedad, partida la cual ya ha sido dotada contablemente.

El objeto del contrato no se ha visto alterado para evitar la aplicación de las reglas generales de contratación y tampoco se está fraccionando irregularmente.

El contrato no se dividirá en lotes, ya que no da lugar a ello en base a su importe.

Esta contratación se publicará en el *Perfil del Contratante* de SODEBUR y mediante la **Herramienta de Contrato Menor** de la Diputación de Burgos, se van a solicitar ofertas, al menos, a las siguientes empresas:

- ✦ *Teseo con CPV 79000000-9*
- ✦ *Oxshock S.L CPV 79000000-9*
- ✦ *Anuncian Tormenta CPV 79000000-9*
- ✦ *Experience Factory CPV 79000000-9*

Ninguna de las empresas indicadas anteriormente y durante el ejercicio presupuestario 2019, han suscrito contratos menores de igual tipología que el que se pretende adjudicar en esta contratación, que individual o conjuntamente superan la cantidad de 15.000 €. No se ha realizado una campaña en centros comerciales con ninguna de las empresas a las que se va a solicitar presupuesto.

Asimismo, todas ellas disponen de la suficiente capacidad de obrar y la habilidad profesional necesaria para realizar la prestación objeto del contrato.

Fdo. Víctor Abascal Díez  
Técnico Imagen y Turismo

**Sociedad para el desarrollo de la provincia de Burgos**



## ID. SODEBUR 094-19 (c) ESPECIFICACIONES TÉCNICAS Y ECONÓMICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE “*Campaña en Centros Comerciales*”

### 1. OBJETO

SODEBUR, a través de su departamento de *imagen y turismo*, pretende contratar el servicio de promoción turística, a través de una campaña en centros comerciales en San Sebastián de los Reyes (Madrid) donde poder realizar propuestas de viaje a la provincia de Burgos dirigidas al segmento familiar.

Estas especificaciones técnicas han sido preparadas por la Sociedad para el desarrollo de la provincia de Burgos, en adelante SODEBUR, que asumirá las tareas de control durante el periodo de contratación y seguimiento a la persona física o jurídica contratada para la realización de este proyecto.

### 2. CODIFICACIÓN

De acuerdo con el Reglamento (CE) nº 213/2008 de la Comisión, de 28 de noviembre de 2007, que modifica el Reglamento (CE) nº 2195/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo, por el que se aprueba el Vocabulario común de contratos públicos (CPV), y las Directivas 2004/17/CE y 2004/18/CE del Parlamento Europeo y del Consejo sobre los procedimientos de los contratos públicos, en lo referente a la revisión del CPV, se puede clasificar el objeto del contrato de la siguiente manera:

 CPV: 79000000-9

### 3. RÉGIMEN JURÍDICO

Se ha emitido un Informe Justificativo de Necesidad, como documento preparatorio antes de iniciar el procedimiento de adjudicación, donde se recogen la naturaleza y extensión de la necesidad que se pretende cubrir así como la idoneidad de su objeto y contenido para satisfacerla, de acuerdo con el artículo 28 de la LCSP.

Sin perjuicio de lo estipulado en el art. 319 LCSP, cualquiera de las cuestiones que se susciten en cuanto a su preparación y adjudicación, que no queden solventadas por las partes, será resuelta por los órganos del orden jurisdiccional de lo contencioso-administrativo. El orden jurisdiccional civil con sede en Burgos, será el competente para resolver las cuestiones litigiosas relativas a los efectos, cumplimiento y extinción.

Se consideran, así mismo documentos contractuales, la proposición del Adjudicatario y la documentación adicional que aquel hubiera aportado a requerimiento del contratante, en su caso.

### 4. PRESUPUESTO

El presupuesto base de licitación para esta contratación asciende a 17.908 €, (*donde 14.800,00 € corresponden al importe bruto y 3.108,00 € al 21% de IVA*) quedando incluidos dentro de este importe, los gastos que requieran los trabajos objeto de la contratación, los medios técnicos y auxiliares, los

gastos de personal, el beneficio industrial y todas las cuotas y sus eventuales recargos correspondientes a los tributos que puedan devengarse, así como cualquier otro coste que se genere.

Las empresas deberán aportar el precio final de la oferta, ya que durante el desarrollo de los trabajos no se aceptarán ni revisiones de precios ni modificaciones.

A todos los efectos se entenderá que la oferta económica incluye el Impuesto sobre el Valor Añadido y demás tributos de cualquier índole que graven el servicio contratado, sin que, por tanto, puedan estos ser repercutidos como partida independiente.

## **5. PLAZO DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO**

El plazo de ejecución del contrato será el comprendido entre el 20 de septiembre al 6 de octubre de 2019 comenzando en el momento de la adjudicación todas las actividades necesarias para la planificación de las actividades y el diseño del stand.

## **6. PERFIL DEL CONTRATANTE**

SODEBUR a través de su Perfil del Contratante, publicará el objeto, la duración, el importe y la adjudicación del contrato, así como cualquier otro dato e información referente a su actividad contractual, de acuerdo en lo establecido en los artículos 63, 116 y 138 de la LCSP.

## **7. PRESENTACIÓN DE PROPOSICIONES**

Podrán concurrir a esta licitación las personas naturales o jurídicas, españolas o extranjeras que tengan plena capacidad de obrar, no estén incurso en alguna de las prohibiciones que señala el artículo 71 de la LCSP.

Asimismo, los Licitadores deberán contar con la habilitación empresarial o profesional que, en su caso, sea exigible para la realización de la actividad o prestación que constituya el objeto del contrato. Las personas jurídicas sólo podrán ser adjudicatarias de contratos cuyas prestaciones estén comprendidas dentro de los fines, objeto o ámbito de actividad que, a tenor de sus estatutos o reglas fundacionales, les sean propios.

### **7.1. Lugar de presentación.**

La **única forma** de presentación de ofertas, será a través de la Herramienta de Contrato Menor de la Diputación Provincial de Burgos.

Para cualquier duda relacionada con el uso de la Herramienta, pueden ponerse en contacto con Íñigo Medina en el teléfono 947258600 ext. 1277/1278 o en los correos electrónicos [imedina@diputaciondeburgos.es](mailto:imedina@diputaciondeburgos.es) y [centralcontratacion@diputaciondeburgos.net](mailto:centralcontratacion@diputaciondeburgos.net).

### **7.2. Plazo y forma de presentación.**

El plazo para presentar la oferta finalizará el próximo 15 de julio de 2019 a las 14:00 horas.

Cada Licitador no podrá presentar más de una Proposición o solicitud, ni suscribir ninguna propuesta en Unión Temporal con otros si lo ha hecho individualmente, ni figurar en más de una Unión Temporal. La infracción de estas normas dará lugar a la no admisión de todas las Proposiciones por él suscritas.

La oferta y la documentación que se acompañe se presentarán, en todo caso, en idioma castellano.

Serán rechazadas las ofertas que, en su desglose para el estudio, superen el importe máximo de licitación.

Las proposiciones serán secretas y se arbitrarán los medios que garanticen tal carácter hasta el momento de apertura de las mismas.

### **7.3. Requisitos para poder licitar.**

Las personas que acudan a la presente licitación, deberán ostentar los siguientes requisitos:

- a) Ser personas naturales o jurídicas cuya actividad profesional u objeto social tenga relación directa con el objeto del contrato.
- b) Tener plena capacidad de obrar y no estar incurso en ninguna de las causas de incapacidad para contratar.
- c) Tener la capacidad técnica o profesional, económica y financiera suficiente para la ejecución del contrato.
- d) Hallarse al corriente en el pago de sus obligaciones tributarias y de seguridad social.

### **7.4. Documentación a incluir en la oferta**

- I. MEMORIA:** *Que incluya información suficiente que demuestre la buena ejecución de este trabajo. Dentro de la misma, se deberán reflejar como mínimo las siguientes indicaciones en relación con la metodología, cronograma, plan de trabajo y medios necesarios.*

El stand deberá reflejar de manera dinámica y moderna la oferta turística de la provincia de Burgos mediante una acción promocional cuyo objetivo sea la atracción de potenciales turistas a la provincia de Burgos. La decoración y estructura del stand deberá invitar, al público que se encuentre en cada Centro comercial, a participar en la acción promocional. La temática del stand girará en torno a propuestas turísticas en base a una innovadora acción promocional de índole comercial. Por lo tanto, la oferta deberá incluir el diseño del mismo así como la descripción de la actividad.

La empresa adjudicataria se encargará del diseño y ejecución de la acción promocional de principio a fin. Desde el diseño de la acción, montaje y desmontaje, actividad de promoción posterior, envío de newsletter, premios en caso de concurso, merchandising,

contratación de personal y del transporte a Burgos del material sobrante y los elementos re-aprovechables a los almacenes de la Diputación de Burgos o aquellos que Sodebur indique. De hecho, la empresa podrá ofrecer elementos ya usados por Sodebur u otros organismos para promociones similares.

La actividad será realizada en el centro comercial de San Sebastián de los Reyes- The Style Outlets y el stand ocupará 12 m2.

De esta manera, **la oferta deberá contener como mínimo:**

- a) *Diseño de **Stand** con uno o dos mostradores donde tengan cabida dos puestos de trabajo para atender a los visitantes. Un/a empleado/a de SODEBUR así como otro/a de los destinos invitados, serán las personas encargadas de realizar la acción promocional.*
- b) **Actividad de formación** al personal designado por SODEBUR para atender el Stand.
- c) **Indicación de la asistencia técnica presencial o telemática.** En el primer caso, se deberá indicar los días en los que la empresa asistirá a la actividad.
- d) **Premios**, que en cada caso, se pretendan adjudicar así como el sistema de gestión de los mismos. Sodebur no se hará cargo del coste ni de la gestión de ningún premio pero podrá solicitar la documentación que sea necesaria para verificar la correcta adjudicación de los mismos. Del mismo modo, se deberá especificar el **merchandising a usar**, en el caso de que exista el mismo. Sodebur no se hará cargo de ningún coste del mismo.
- e) Servicio final de **envío de newsletter** a todos los participantes. Se podrá indicar la realización de comunicaciones a través de otros canales de comunicación para la promoción posterior a la actividad del centro. En todo caso, la oferta deberá definir cuál será la forma de contactar con los participantes.
- f) La empresa adjudicataria facilitará a Sodebur una **base de datos** informatizada de los participantes. La oferta deberá indicar el formato, fecha de entrega así como la adecuación con la legislación vigente en lo que a datos se refiere.
- g) Indicación de la actividad de **interacción/ promoción con los potenciales turistas** (usuarios de cada Centro Comercial) así como el segmento de población al que va dirigida la actividad. Del mismo modo, en la descripción de la actividad deberá indicarse el grado de interacción con los destinos invitados.
- h) Pantalla de **tv**, complementaria a la actividad, de la acción promocional. Esta pantalla se ofrecerá a los diferentes destinos turísticos invitados por Sodebur para que muestren sus recursos turísticos. En todo caso, se deberá indicar el modelo y las pulgadas de la televisión.

- i) **Tablet** con conexión a internet de la acción promocional. Esta tablet se ofrecerá a los diferentes destinos turísticos invitados por Sodebur para que muestren sus recursos turísticos. En todo caso la actividad promocional deberá contar con acceso a internet para el resto de dispositivos. La oferta deberá contener la tipología de la conexión.
- j) **Plan de coordinación con destinos** turísticos para la promoción con las fases de toma de contacto, propuestas y calendarización.
- k) La oferta deberá adecuarse al reglamento de régimen interior del centro comercial NEPTUEN SAN SEBASTIAN OUTLET SLU, documento anexo a las especificaciones técnicas. **La oferta debe incluir un documento que acredite y justifique la adecuación.**
- l) La empresa adjudicataria deberá contar con un seguro por los siguientes conceptos: seguro del material expositivo y seguro de responsabilidad de la totalidad del stand.
- m) La empresa obliga al funcionamiento continuado del Stand durante *los siguientes horarios: de 11:00 a 21:00 horas, los días 20, 21, 22, 23, 27, 28 y 29 de septiembre así como los días 4,5 y 6 de octubre. Por otro lado, los días 24,25, 26 y 30 de septiembre así como los días 1, 2, y 3 de octubre el horario de apertura del stand será de 16:00 a 21:00 horas.*
- n) Durante el horario de apertura del centro comercial, en el que la actividad no se esté ejecutando el stand tendrá una función publicitaria fija mediante su atractivo diseño.
- o) La oferta podrá incluir cualquier otra información que sea relevante a la propuesta.

## **II. Propuesta económica.**

### **7.5. Condiciones de ejecución.**

Las condiciones de ejecución son aquellas que vienen definidas en el apartado 7.4.

### **7.6. Calificación de la documentación y adjudicación**

Finalizado el plazo de admisión de documentación, el departamento correspondiente estudiará la documentación presentada por los ofertantes y tras su análisis aplicando los criterios de adjudicación, se realizará un informe de valoración y se elevará la propuesta de adjudicación que se estime más conveniente o declarando desierta la contratación.

En el caso en que el órgano de contratación desista del procedimiento de adjudicación o decida no adjudicar o celebrar el contrato una vez efectuada la correspondiente convocatoria, lo notificará a los candidatos o licitadores y seguirá lo establecido en el art. 152 LCSP.

## **8. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN**

Al Órgano de Contratación le corresponde la adjudicación del contrato y, a tal fin, resolverá en orden a la proposición que considere más ventajosa para los fines del mismo sin que, necesariamente,

tenga que coincidir con la oferta económica más favorable sino que, en la adjudicación, se seguirán los criterios expuestos a continuación.

a) Oferta económica.....Hasta 55 puntos

b) Oferta técnica.....Hasta 45 puntos

La valoración correspondiente se hará de forma proporcional, asignando la mayor puntuación a la oferta económica más barata.

$$\left( \frac{TIPO - OFVAL}{TIPO - OFMIN} \times 0,30 + \frac{OFMIN}{OFVAL} \times 0,70 \right) \times N$$

Donde: **TIPO** es el tipo de licitación.

**OFMIN** es la oferta más baja.

**OFVAL** es la oferta que se valora para ser puntuada.

**N** es el total de puntos máximo (... Puntos) que se puede obtener por el criterio precio y que son los que siempre corresponderán a la oferta más baja.

Se puede declarar desierta la contratación si ninguna de las proposiciones presentadas resultase conveniente a los fines de aquella; en todo caso, resultarán automáticamente eliminadas aquellas proposiciones que no alcancen el equivalente a la mitad de la totalidad de puntos.

## 9. OBLIGACIONES FORMALES DE LA EMPRESA ADJUDICATARIA

El adjudicatario deberá dar su conformidad en el plazo de los 10 días siguientes a la comunicación oficial de su adjudicación.

En el supuesto de incumplimiento o retrasos mayores a 15 días por parte del contratista, SODEBUR podrá optar por resolver la contratación, cancelando los pagos restantes, o conceder a la empresa adjudicataria un nuevo plazo improrrogable para la finalización del proyecto.

## 10. VIGILANCIA Y EJECUCIÓN DE LOS TRABAJOS

SODEBUR tiene la facultad de inspeccionar, vigilar y de ser informada de los procesos que se lleven a cabo para la ejecución correcta de los trabajos, pudiendo dictar cuantas disposiciones estime oportunas para el estricto cumplimiento de lo contratado.

En caso de dudas técnicas, pueden ponerse en contacto con el técnico responsable de imagen y turismo a través del correo electrónico [turismoburgos@sodebur.es](mailto:turismoburgos@sodebur.es) o el teléfono 947 061929.

## 11. CONDICIONES DE PAGO

Una vez finalizado el trabajo contratado y acreditado su correcto cumplimiento, SODEBUR solicitará al adjudicatario la emisión de la correspondiente factura, debiendo emitirse de conformidad con las disposiciones vigentes, la numeración seriada, fecha de expedición, descripción detallada de los trabajos realizados, N.I.F. del expedidor y destinatario y el I.V.A. repercutido.

SODEBUR realizará la liquidación del importe contratado en **único pago**, mediante la correspondiente transferencia a la cuenta corriente del adjudicatario, indicada en la *Ficha de Alta de datos bancarios* que adjuntará a la factura.

## 12. PROPIEDAD INTELECTUAL Y CONFIDENCIALIDAD

La propiedad intelectual de todos los documentos y resultados de los trabajos realizados corresponde a SODEBUR, que podrá reproducirlos o divulgarlos total o parcialmente.

Toda la documentación quedará en propiedad de SODEBUR, sin que el contratista pueda conservarla o facilitarla a terceros sin su expresa autorización, que la daría, en su caso, previa petición formal del contratista con expresión del fin.

## 13. RESPONSABILIDAD

Será de cuenta del contratista indemnizar por todos los daños y perjuicios que se causen a terceros como consecuencia de las operaciones que requiera la ejecución del contrato, de acuerdo con lo previsto en la LCSP.

El contratista será responsable de toda reclamación relativa a la propiedad industrial y comercial del servicio que efectuó y deberá indemnizar a SODEBUR de todos los daños y perjuicios que para la misma pudieran derivarse de tal interposición de reclamaciones, incluidos los gastos derivados de las que eventualmente puedan dirigirse contra esta.

## 14. PROTECCIÓN DE DATOS

Mediante la presente cláusula, se habilita a la empresa adjudicataria como **encargada del tratamiento**, para manejar, por cuenta de SODEBUR como responsable del tratamiento, los datos de carácter personal necesarios para prestar el servicio especificado en estos pliegos.

El presente acuerdo tiene la misma duración que el contrato que se firme. Una vez finalice el mismo, la encargada del tratamiento devolverá a SODEBUR los datos personales y suprimirá cualquier copia que mantenga en su poder.

# San Sebastián de los Reyes The Style Outlets

■ Ubicación stand



# QUIOSCOS

Guía de diseño e implantación de quioscos en los centros The Style Outlets



## CONSIDERACIONES GENERALES

- El quiosco se ubicará en una zona de interés comercial, considerando las instalaciones y tiendas adyacentes, considerando el mayor beneficio global para todos.
- Se limitará la exposición de producto a una selección del mismo, de forma que no se presente toda la gama disponible creando un caos visual y conceptual para el cliente. Se recomienda realizar una rotación de producto intensiva.

## PAVIMENTO

- Se deberá identificar y delimitar el espacio correspondiente al quiosco a través de diversos tratamientos de calidad sobre el pavimento existente:
  - Alfombra o tratamiento vinílico de pocos milímetros de grosor
  - Tarima de 20cm de alto
- En el caso de colocar alfombra o un vinílico, se deberá colocar un rodapié en el borde inferior del mobiliario de unos 10cm de alto.
- Tanto la alfombra como la tarima deberán sobrepasar los bordes del mobiliario central en 50cm.

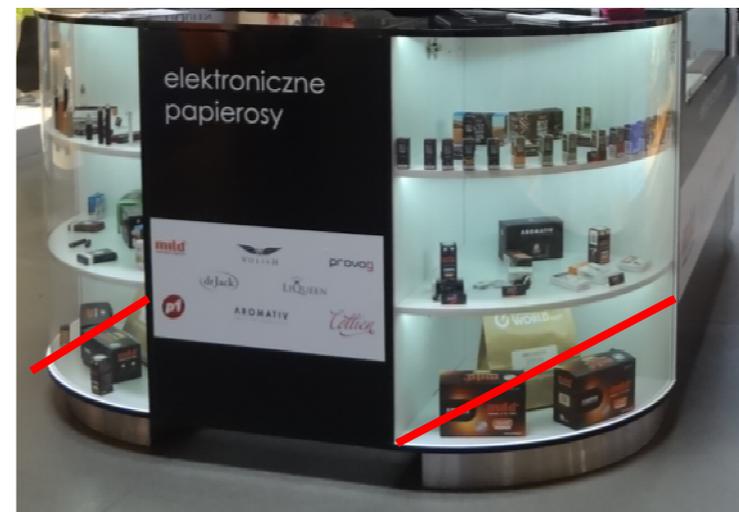


## ILUMINACIÓN

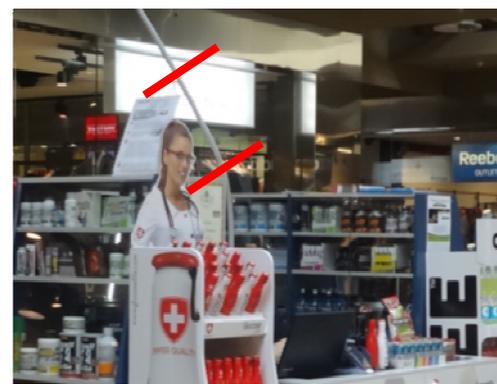
- Cada estantería o espacio de presentación de producto deberá contar con su propia **iluminación**, siempre indirecta. En el caso de estanterías, se recomienda el empleo de tiras de Led no visibles.
- Se deberá instalar iluminación en el perímetro del zócalo del mobiliario en el caso de tratarse de sectores del tipo Electrónica, Joyería, etc. Esta iluminación podría sustituir la colocación de alfombra u otro tratamiento del pavimento.
- Los quioscos de alimentación deberán siempre contar con un techo o superficie elevada para asegurar una correcta iluminación en altura y crear un espacio de mayor intimidad.

## DISEÑO y MOBILIARIO

- Se deberá controlar y limitar la **altura** total del quiosco de tal manera que no imposibilite la visión del pasillo más allá del mobiliario, así como la visión de los escaparates de las tiendas circundantes.
- Se recomienda la instalación de un **techo** o cierre visual del stand en su altura, de tal manera que el mueble gane en presencia y visibilidad, así como en ligereza, sin obstaculizar la visión de elementos adyacentes al quiosco.
- No se debe presentar producto en los 60 cm de la parte más inferior del mobiliario ni sobre las vitrinas del mueble.
- No se aceptarán melaminados como **material** de composición del mobiliario.
- El mobiliario deberá ser laminado de hoja natural (no se aceptarán plásticos) o soluciones lacadas.
- Se aceptarán los tratamientos y recubrimientos en vinilo con imágenes de marca.



- No se acepta la instalación de protectores o **esquineras** a lo largo del mobiliario.
- No se podrá presentar producto ni colocar elementos superfluos en las **zonas más altas** del mobiliario, a no ser de que se trate de comunicación promocional, en cuyo caso se deberá consultar con la Gerencia del centro.
- Si es necesaria la presentación de producto sobre el mostrador, se realizará con los soportes adecuados.
- Si se trata de artículos de **pequeño tamaño** (Joyería, Perfumería, Cosmética), se recomienda la presentación escalonada en diferentes alturas para una óptima visualización de aquellos.
- Se prohíbe el uso de **maniquís**, torsos, bustos, cabezas para la presentación de producto. Se estudiarán casos específicos.
- Aquellos espacios de **prueba** de producto se deberán integrar dentro del conjunto del mobiliario expositivo, siguiendo las mismas directrices de estilo y diseño (materiales, colores, etc.) que el mueble principal.
- La **caja** de pago deberá pasar lo más desapercibida posible, escamoteada en el espacio expositivo.
- Los **cables** de alimentación eléctrica deberán quedar cubiertos mediante tubos en negro/beige/ imitación de acero inoxidable.
- Si dicho cableado cae de la galería técnica del centro o zona superior del pasillo, deberá hacerlo del modo más recto vertical posible y directamente a la zona de caja.
- No se acepta la instalación de **sombrillas** ni de equipamiento para exteriores (a no ser que el sector de comercialización lo requiera).
- Todo el **mobiliario** debe estar integrado en un mismo concepto y estilo.



## SECTOR AUTOMÓVIL

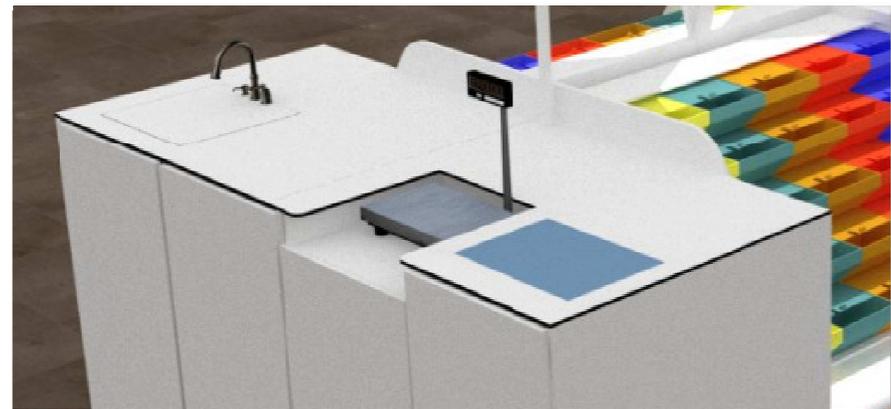
- La presentación de **coches** se deberá realizar sobre una alfombra amplia que delimite el espacio expositivo (60 cm de margen entre producto y borde de la alfombra).
- Se recomienda la instalación de tiras de Led en el **interior** del vehículo para una mejor visualización.
- En el caso de instalar **roll-ups**, éstos deberán ser a doble cara.

## SECTOR ALIMENTACIÓN

- En el caso de los quioscos de **alimentación**, se recomienda el formato de carrito como estructura de mobiliario óptima.
- La gestión de **residuos** así como el lavamanos/fregadero deberán pasar lo más desapercibidos posible, de tal manera que la basura quede escondida dentro del mobiliario.
- Dichos quioscos deberán instalar un **suelo** vinílico o plástico para proteger el pavimento existente del centro.
- Artículos como **botellas** se deberán almacenar y presentar en un soporte adecuado (tal como botelleros, bandejas, displays a diferentes alturas, etc.).

## COMUNICACIÓN

- No se permite el uso de **cinta adhesiva** o de sistemas de sujeción no profesionales.
- La **comunicación** de precios o de promociones se deberá realizar a través de un soporte adecuado (metacrilatos). No obstante, no se deberá sobrecargar el espacio disponible de producto, folletos o cartelería. Consultar la Gerencia para su colocación.
- Se empleará la **cartelería** corporativa de centro para la comunicación de precios y promociones.



## RÓTULO

- Se instalará un **rótulo** identificativo del quiosco, perfectamente visible desde la distancia.
- Dicho rótulo constará de un **nombre comercial** de marca, diferenciado de las marcas comercializadas.
  - En el caso de contar con un techo o cierre superior del mobiliario, se instalará el rótulo en los bordes exteriores de dicho elemento.
  - En el caso de que el mueble sea muy bajo, se colocará un tótem o pódium con el rótulo identificativo.
  - Se podrá también instalar el rótulo en la parte más baja del propio mueble del quiosco
- Se recomienda altamente que el rótulo sea **retroiluminado**.
- No se aceptan los focos que iluminan externamente el rótulo.

