



REGULACIONES PUBLICITARIAS RECINTOS FERIALES DE CONEX

El presente dossier reúne de manera integral la información necesaria sobre los servicios de publicidad y promoción en los recintos feriales de Conex, empresa de eventos del Grupo Empresarial Palco.

Contiene referencias a documentos anteriores relacionados con la publicidad, las normativas actualizadas para la gestión y uso de los espacios publicitarios, así como el tarifario vigente de los soportes disponibles.

Este compendio tiene como objetivo brindar a los expositores, marcas y clientes una visión clara de los procedimientos, requisitos y condiciones para la contratación y ejecución de actividades promocionales, asegurando un marco de trabajo transparente, ordenado y profesional, alineado con la identidad corporativa de la empresa y la calidad de sus eventos.

.

.

REFERENCIAS A REGULACIONES PUBLICITARIAS EN OTROS DOCUMENTOS DE LA EMPRESA

1. REGLAMENTO GENERAL DE FERIAS

CAPÍTULO 26-. CONDICIONES PARA ESPACIOS PUBLICITARIOS DISPONIBLES

Los tipos de publicidad y los soportes disponibles se encuentran establecidos de acuerdo a las prestaciones y características de cada uno de los recintos feriales.

26.1 Los espacios se clasifican en:

Según soporte: roll-ups, tótems, lonas, inflables, banderolas, vallas, pantallas LED.

Experienciales: Activación de marca fuera de stand contratado, Carpas promocionales, Estatuas vivientes caminantes, estructuras colgantes o suspendidas.

Otras acciones: Reparto de papelería, vehículos rotulados.

Publicidad digital: Banners, E-mail marketing, Redes sociales.

Papelería: Banner en catálogo oficial, Códigos QR.

26.2 Las zonas para la instalación de publicidad se establecen según el recinto:

PABEXPO, HOTEL PALCO Y PALACIO DE CONVENCIONES DE LA HABANA: Todo el recinto se considera ZONA ALTA.

EXPOCUBA:

ZONA ALTA: Incluye las entradas A, B y C hasta el parqueo E, los PABELLONES 1, 2, 8A, 9, 10, 13, 14, 20, 21 y 22 y los bordes exteriores colindantes con estas áreas.

ZONA BAJA: Incluye las entradas D y E hasta el parqueo F, los PABELLONES 3, 4, 5, 6, 7, 8, 11, 12, 15, 16, 17, 18, 19, 23 y 24 y los bordes exteriores colindantes con estas áreas.

2. SUPLEMENTO NO.1 AL CONTRATO DE PARTICIPACIÓN DE EXPOSITORES XLI FERIA INTERNACIONAL DE LA HABANA - FIHAV 2025

1. OBJETO DEL SUPLEMENTO.

1.1 Modificar la cláusula No. 4 del Contrato de origen como sigue:

En caso de incumplimiento total o parcial del EXPOSITOR de todas las regulaciones previstas en este Contrato y el Reglamento General de Ferias, pagará a PABEXPO a título de lucro cesante, una suma equivalente al 100% del valor total del daño causado. La imposición de esta pena monetaria se considera como pago por los perjuicios que el EXPOSITOR cause a la otra parte. En igual monto pagará PABEXPO si causa un daño al EXPOSITOR.

NORMATIVAS PARA PUBLICIDAD EN RECINTOS FERIALES DE CONEX, EMPRESA DE EVENTOS DE PALCO

Conex, empresa de eventos perteneciente al Grupo Empresarial Palco, está conformada por cuatro unidades empresariales de base (UEB) especializadas en la organización de ferias, congresos, exposiciones y turismo de reuniones:

- Palacio de Convenciones
- Hotel Palco
- Recinto Ferial Pabexpo
- Recinto Ferial Expocuba

Atendiendo a su diversidad, resulta esencial unificar los criterios de comunicación visual y promocional en los mencionados espacios, acorde con los valores e imagen integral de la empresa y la adecuada convivencia entre organizadores, expositores y público.

Este documento establece un marco regulador común que orienta a organizadores, expositores y marcas en el uso adecuado de los soportes publicitarios, contribuyendo a mantener la armonía estética, la seguridad y la identidad corporativa, a fin de garantizar uniformidad, orden y cumplimiento de las normas institucionales.

1) Objetivo del presente documento

Establecer las normas y procedimientos para la gestión integral de la publicidad dentro de los recintos feriales de la empresa Conex, abarcando la solicitud, ubicación, montaje, colocación, difusión y supervisión de todos los materiales publicitarios externos a los stands contratados, con el propósito de asegurar una imagen uniforme, ordenada y de alta calidad durante el desarrollo de ferias, eventos y exposiciones.

2) Alcance

Las presentes normativas aplican a:

- Miembros de los comités organizadores
 - Patrocinadores
 - Expositores
 - Participantes profesionales
 - Organizadores de eventos y ferias
 - Montadores oficiales y no oficiales
 - Personal autorizado para instalaciones gráficas y audiovisuales
 - Agencias publicitarias y de comunicación
 - Grupos creativos
 - Medios de prensa
 - Cualquier otro actor que desarrolle las actividades reguladas en el presente documento
-

3) Referencias

La Ley de Comunicación Social, aprobada en la Gaceta Oficial de la República de Cuba No.48, establece en su Artículo 75 que:

1. El Sistema de Comunicación Social del país reconoce el ejercicio de la publicidad y el patrocinio en cualquier soporte, físico o digital, de acuerdo con las regulaciones establecidas en la presente Ley y su disposición normativa reglamentaria específica.
2. Las relaciones y obligaciones que se establecen en los procesos de ejecución de la publicidad y el patrocinio se formalizan mediante contrato, previa aprobación del órgano de dirección o estructura equivalente de cada una de las partes.
3. El desarrollo de la publicidad y el patrocinio tiene lugar a partir de fuentes lícitas y transparentes de financiamiento que puedan ser auditables, y cuya procedencia no tenga como objetivo subvertir el orden constitucional establecido en el país

4) Regulaciones generales

- Toda acción publicitaria o promocional, incluyendo la instalación, distribución y exhibición de muestras, folletos y cualquier otro material, deberá realizarse dentro del stand contratado por el expositor. Está prohibida fuera de este espacio, incluyendo pasillos, zonas comunes y demás áreas del recinto, salvo en los soportes y zonas habilitadas, previa autorización expresa y contratación con el recinto.
 - El contenido de la publicidad, así como la realización de cualquier acción de esta índole, deberá ser revisado y aprobado por el recinto.
 - Los soportes publicitarios deberán estar ubicados de forma tal que no atenten contra la visibilidad de otros participantes. La ubicación designada no podrá ser cambiada salvo razones de fuerza mayor, previo acuerdo entre el expositor y el recinto.
 - El uso de material publicitario por encima de la altura de construcción máxima permitida del stand estará sujeto a aprobación del recinto.
 - La autorización para instalar estructuras colgantes/rigging (corpóreos aéreos, banners, pantallas, cajas de luces, etc.) con puntos de anclaje, deberá ser solicitada al recinto, con el correspondiente proyecto técnico.
 - Está prohibido perforar, clavar, taladrar o colocar cualquier tipo de fijación a los techos, suelos y paredes.
 - Está prohibido adherir materiales a las paredes y suelos.
 - Cualquier sorteo, rifa o promoción con premios deberá ser previamente autorizado.
 - Los recursos publicitarios con sonido, movimiento o iluminación solo se permiten si no afectan a los stands vecinos.
 - Está prohibido proyectar cualquier tipo de imagen o haz de luz fuera del espacio adjudicado.
 - Está prohibido realizar actividades que impliquen pirotecnia.
 - Está prohibido usar, exponer y mantener en el recinto materiales peligrosos, inflamables, explosivos, insalubres o con olores fuertes.
 - En lo referido a los vehículos utilizados como muestra expositiva, aquellos con motor de combustión deberán tener los depósitos cargados solo con el combustible mínimo imprescindible para poder acceder y abandonar el espacio adjudicado.
 - Está prohibido recargar vehículos eléctricos en el interior de los pabellones.
 - Está prohibido poner los vehículos en marcha durante la celebración de los eventos, salvo con previa autorización expresa.
 - Está prohibido dispersar confeti.
 - Las actividades deberán realizarse únicamente dentro del horario establecido.
 - El recinto podrá definir normas adicionales según las características del evento.
-

-
- El recinto podrá retirar materiales publicitarios que generen reclamaciones, molestias o incumplan las normas y retenerlos hasta la finalización del evento.

5) Regulaciones de contenido

- Toda la publicidad deberá contener información de carácter profesional relativa a los productos o servicios presentados por el cliente en el evento en cuestión. Está prohibida la publicidad engañosa, comparativa y a terceros.
- Está prohibida la publicidad que tenga carácter ideológico, religioso o político, que atente contra la legalidad vigente.
- Está prohibido el uso de lenguaje e imágenes obscenas, indecentes, profanas, vulgares y ofensivas.
- Están prohibidas las representaciones estereotipadas o discriminatorias de las personas en función de su sexo, identidad de género, orientación sexual, cultura, origen étnico, color de piel, credo, religión o discapacidad.
- Está prohibida la promoción de actos vandálicos, violentos o de comportamiento criminal bajo ningún concepto.
- Está prohibido el uso irrespetuoso de símbolos nacionales (bandera, emblema nacional, himno, etc.).
- Está prohibida la publicidad de productos o servicios sexualmente explícitos.

6) Procedimiento de Autorización

- Toda publicidad externa al stand deberá ser previamente contratada, pagada y aprobada por el recinto ferial en el que se esté realizando el evento.
- La solicitud deberá incluir la información necesaria y establecida por el recinto (bocetos o artes finales del material, ubicación solicitada, soporte, necesidades especiales, materiales, tiempo requerido de instalación, datos del responsable).

6.1) Puntos de anclaje

Los puntos de anclaje destinados a la instalación de elementos publicitarios o promocionales (como banderolas, pendones, banners, cajas de luces, pantallas u otros soportes similares) deberán ser solicitados con un mínimo de diez (10) días de antelación al inicio del montaje. Toda solicitud estará sujeta a evaluación técnica y aprobación previa por parte del recinto, con el fin de garantizar la seguridad, la protección de las estructuras y la coherencia visual.

No se autorizarán anclajes que impliquen perforaciones, fijaciones directas o modificaciones estructurales en paredes, techos o soportes del recinto. Únicamente podrán utilizarse los puntos o sistemas de sujeción aprobados específicamente para este fin. El uso de puntos de anclaje fuera de los aprobados podrá conllevar la retirada inmediata del material y la aplicación de los cargos correspondientes por daños o incumplimiento.

6.2) Activaciones de marca

Las activaciones de marca, presentaciones, demostraciones, espectáculos o cualquier tipo de evento promocional que implique dinámicas con participación del público, aglomeración de personas, recursos audiovisuales, música en vivo, sorteos, juegos, animaciones u otras acciones que puedan afectar la circulación o el entorno del recinto, estarán sujetas a autorización previa de la organización y deberán ser solicitadas con un mínimo de diez (10) días de antelación a su realización.

Estas actividades requerirán el cumplimiento de las condiciones de seguridad, horarios y logística que se establezcan para el evento, así como el pago de una tarifa adicional por concepto de uso del espacio común. El recinto se reserva el derecho de aprobar, limitar o denegar aquellas activaciones que no se ajusten a las condiciones de orden, seguridad o convivencia del evento.

7) Tipos de publicidad y soportes

Los tipos de publicidad y los soportes disponibles se encuentran establecidos de acuerdo a las prestaciones y características de cada uno de los recintos feriales. (Véase Anexo 1).

8) Responsabilidades del Expositor

- El expositor se responsabiliza por el funcionamiento del espacio contratado.
- Deberá garantizar las condiciones de seguridad durante las labores de montaje y desmontaje de su stand o de cualquier elemento publicitario. Será responsable del cumplimiento de las normas laborales y del uso adecuado de los medios de protección por parte de su personal o el de las empresas subcontratadas.
- Deberá garantizar que se cumplan las fechas de montaje y desmontaje.
- Deberá garantizar que las imágenes y soportes utilizados cumplan con las normativas establecidas por el recinto ferial, tanto dentro del espacio contratado en interior como en áreas exteriores.
- Deberá garantizar que la música u otras demostraciones sonoras no molesten a terceros, manteniéndose dentro de los límites establecidos: hasta 60 dB en interior y hasta 85 dB en áreas exteriores.
- Deberá garantizar que los objetos y productos expuestos permanezcan en el área contratada durante los días de duración oficial del evento.
- Deberá garantizar la realización de los pagos establecidos en el contrato antes de iniciar el montaje de las muestras publicitarias. De no contar con las evidencias del pago, el recinto procederá a su retiro, sin responsabilizarse por su custodia ni integridad.
- Deberá garantizar la integridad del área expositiva y/o publicitaria contratada, quedando prohibida cualquier modificación o daño a las estructuras y elementos del recinto.
- Deberá asumir los costos por cualquier daño causado durante el montaje o desmontaje.

9) Excepcionalidades

9.1) Personalización de pabellones países

En los eventos y recintos en los que se habiliten pabellones de países, se asignarán hasta 12 m² libres de costos para la colocación de elementos gráficos identificativos en las fachadas de dichos pabellones.

9.2) Actividades especiales

Se podrán autorizar excepciones en la ubicación de soportes, horarios y formatos de exposición para actividades institucionales, culturales o promocionales que, por su carácter especial, requieran condiciones distintas a las generales.

Asimismo, determinadas acciones especiales (como celebraciones nacionales o institucionales) podrán mantenerse libres de costos, según lo determine el recinto.

9.3) Acuerdos comerciales o institucionales

Cualquier acuerdo que involucre a organizadores, patrocinadores, expositores o entidades oficiales e implique beneficios o condiciones especiales (como colocación de soportes adicionales, activaciones fuera del stand o habilitación de áreas específicas) deberá ser documentado y aprobado expresamente por el recinto.

9.4) Otras

La organización se reserva el derecho de establecer otras excepciones justificadas, considerando criterios de orden, seguridad, logística y coherencia visual del evento.

10) Sanciones por incumplimiento

El recinto se reserva el derecho de clausura del área contratada ante incumplimientos, sin indemnización ni devolución alguna, si se violan los aspectos previstos en las presentes Normativas, siendo el expositor responsable de los gastos asociados al retiro.

- Retiro inmediato del material publicitario.
- Multas económicas estipuladas en el contrato.
- Inhabilitación para futuras participaciones en eventos del recinto.

11) Formas de pago

Las condiciones y modalidades de pago se detallarán en el contrato, considerando las particularidades del recinto, del cliente y del evento.

Todos los pagos relacionados con los servicios publicitarios deberán realizarse en prepagado a las cuentas indicadas en el mencionado contrato.

No se permitirá el montaje ni la instalación de ninguno de los elementos previstos en la presente normativa sin que se haya efectuado el 100% del pago correspondiente.



12) Contactos




Para consultas y solicitudes relacionadas con publicidad, activaciones u otros aspectos regulados por la presente normativa, los interesados podrán comunicarse a través de:

- **Correo electrónico:** comercial.conex@palco.cu

El equipo de atención estará disponible para brindar información, orientación y asistencia durante el horario laboral establecido por la organización.

ANEXO 1

SOPORTE	UNIDAD DE MEDIDA	TARIFA POR ZONAS ALTA-BAJA	REFERENCIA
TRADICIONALES			
<p>Roll-up (hasta 2 m de alto y 1 m de ancho aprox.)</p>	UNIDAD	<p>ALTA 90.00 USD 18 000.00 CUP</p> <p>BAJA 60.00 USD 12 000.00 CUP</p>	
<p>Banderolas, velas, lonas colgadas de postes, otros similares</p> <p>Las banderolas o lonas que superen 1 m² por cara se considerarán soportes grandes y se tarificarán según precio por m².</p>	UNIDAD	<p>ALTA 75.00 USD 15 000.00 CUP</p> <p>BAJA 50.00 USD 10 000.00 CUP</p>	

<p>Banners, tótems, banderolas, vallas, lonas, otros similares</p>	<p>METRO CUADRADO</p>	<p>ALTA 75.00 USD 15 000.00 CUP</p> <p>BAJA 50.00 USD 10 000.00 CUP</p>	
<p>Pórticos</p>	<p>METRO CUADRADO</p>	<p>ALTA 150.00 USD 50 000.00 CUP</p> <p>BAJA 100.00 USD 22 000.00 CUP</p>	
<p>Inflables y otras estructuras en 3D</p>	<p>METRO CÚBICO</p>	<p>ALTA 120.00 USD 24 000.00 CUP</p> <p>BAJA 80.00 USD 16 000.00 CUP</p>	

SOPORTES DIGITALES

Pantallas, televisores, tótems digitales e interactivos

METRO CUADRADO

ALTA

150.00 USD

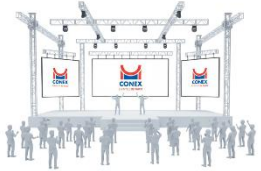


30 000.00 CUP



BAJA

100.00 USD

20 000.00 CUP



EXPERIENCIALES			
<p>Activación de marca fuera de stand contratado</p> <p>Cualquier dinámica promocional, demostración, show o actividad que genere concentración de público requerirá autorización previa.</p>	POR EVENTO	Sujeto a evaluación según características de la propuesta.	
<p>Mascotas corporativas, estatuas vivientes, personajes</p>	PERSONAJE POR DÍA	<p>100.00 USD</p> <p>20 000.00 CUP</p>	
<p>Entrega de papelería y materiales publicitarios fuera del stand contratado</p>	POR DÍA	<p>50.00 USD</p> <p>10 000.00 CUP</p>	

OTRAS			
Estructuras colgantes suspendidas del techo del pabellón sobre el stand contratado	METRO CUADRADO	ALTA 180.00 USD 36 000.00 CUP BAJA 120.00 USD 24 000.00 CUP	
Estructuras colgantes suspendidas del techo del pabellón, fuera del stand contratado	METRO CUADRADO	ALTA 250.00 USD 50 000.00 CUP BAJA 160.00 USD 22 000.00 CUP	
Estructuras –banners, logos, objetos tridimensionales, otros– suspendidas desde grúas	METRO CUADRADO	ALTA 250.00 USD 50 000.00 CUP BAJA 160.00 USD 22 000.00 CUP	