

LICENCIA DE USO – AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

Actuando en nombre propio identificado (s) de la siguiente forma:

Nombre Completo CARLOS ANDRES MORA DIAZ

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número:
80.040.764 de Bogotá D.C.

El suscrito en calidad de autor del Informe Final de Investigación (IFI),
denominado: CENTRO COMERCIAL GRAN SAN VICTORINO

Dejo constancia que la obra contiene información confidencial, secreta o
similar: SI NO

Por medio del presente escrito autorizo a la Universidad EAN, a los
usuarios de la Biblioteca de la Universidad EAN y a los usuarios de
bases de datos y sitios webs con los cuales la Institución tenga convenio,
a ejercer las siguientes atribuciones sobre la obra anteriormente
mencionada:

- A.** Conservación de los ejemplares en la Biblioteca de la Universidad EAN.
- B.** Comunicación pública de la obra por cualquier medio, incluyendo Internet
- C.** Reproducción bajo cualquier formato que se conozca actualmente o que se conozca en el futuro
- D.** Que los ejemplares sean consultados en medio electrónico
- E.** Inclusión en bases de datos o redes o sitios web con los cuales la Universidad EAN tenga convenio con las mismas facultades y limitaciones que se expresan en este documento
- F.** Distribución y consulta de la obra a las entidades con las cuales la Universidad EAN tenga convenio

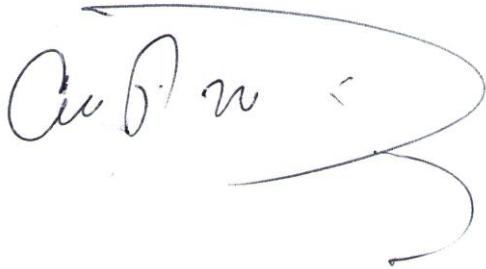
Con el debido respeto de los derechos patrimoniales y morales de la obra, la presente licencia se otorga a título gratuito, de conformidad con la normatividad vigente en la materia y teniendo en cuenta que la Universidad EAN busca difundir y promover la formación académica, la enseñanza y el espíritu investigativo y emprendedor.

Manifiesto que la obra objeto de la presente autorización es original, el suscrito es el autor exclusivo, fue producto de mi ingenio y esfuerzo personal y la realizó sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de exclusiva autoría y tengo la titularidad sobre la

misma. En vista de lo expuesto, asumo la total responsabilidad sobre la elaboración, presentación y contenidos de la obra, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Universidad EAN por estos aspectos.

En constancia suscribo el presente documento en la ciudad de Bogotá D.C.,

CARLOS ANDRES MORA DÍAZ

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Car. A. Mora', with a large, sweeping flourish extending to the right.

C.C. 80.040.764 de Bogotá
Facultad de Postgrados
Gerencia de Mercadeo

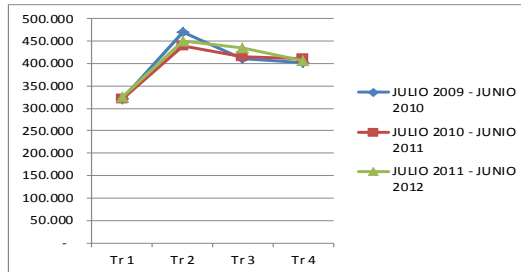
Fecha de firma: Julio 14 de 2.012

Anexo B. Plan de Ingresos

En el plan de ingresos se tomaron como base los ingresos percibidos de los últimos 3 años trimestralmente los cuales se reflejan en cifras de miles por millón evidenciando un incremento de ingresos del 98% al cierre del cuarto trimestre del último periodo Julio 2011 a Junio 2012

INCREMENTO DE INGRESOS PERCIBIDOS AÑOS ANTERIORES					
	Tr 1	Tr 2	Tr 3	Tr 4	Total
JULIO 2009 - JUNIO 2010	320.000	470.000	410.000	403.000	1.603.000
JULIO 2010 - JUNIO 2011	322.000	440.000	415.000	410.000	1.587.000
JULIO 2011 - JUNIO 2012	325.000	450.000	435.000	407.000	1.617.000

AÑO	TRIMESTRE	UNIDADES
2.010	TM1	1.605.000
	TM2	1.575.000
	TM3	1.580.000
	TM4	1.587.000
2.011	TM1	1.590.000
	TM2	1.600.000
	TM3	1.620.000
	TM4	1.617.000

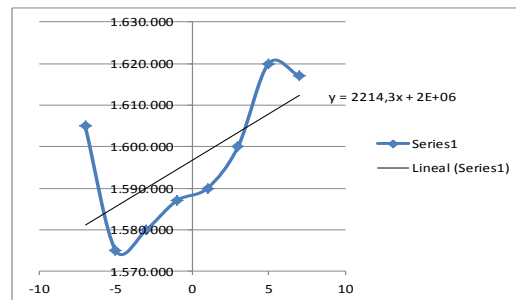


TRIMESTRES	UNIDADES
-7	1.605.000
-5	1.575.000
-3	1.580.000
-1	1.587.000
1	1.590.000
3	1.600.000
5	1.620.000
7	1.617.000
0	

2011

A	1.596.750
B	24

PROYECCION DE VENTAS 2011	UNIDADES
	1.596.774
	1.596.822
	1.596.870
	1.596.918
	1.596.750
TOTAL	7.984.134



PROYECCIÓN VENTAS AÑO 2012		
TOTALES MOVILES AÑO 4 CUATRO TRIMESTRES		
TR1	1.596.966	9
TR2	1.597.014	11
TR3	1.597.062	13
TR4	1.597.110	15
TOTAL	6.388.152	

VENTA ESTIMADA	
V1	345.200
V2	501.400
V3	451.900
V4	409.500
TOTAL	1.708.000

INCREMENTO DE INGRESOS 98%

Teniendo en cuenta el plan de ingresos de los últimos tres años, según las estrategias planteadas se espera generar un incremento esperado del 6% en el periodo de Julio de 2012 a Junio de 2013 del 6%.

PLAN DE INGRESOS PROYECTADOS

JULIO 2012 - JUNIO 2013													
	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	TOTAL
	31%	34%	35%	30%	35%	35%	26%	29%	46%	33%	40%	26%	
ingresos	107.700	118.000	119.500	148.200	176.600	176.600	115.600	129.700	206.600	136.800	165.000	107.700	1.708.000
Ingresos promedio	142.333			149.450									145.891
Ingresos promedio	142.333			149.450									145.891,33
Pronóstico	345.200			501.400			451.900			409.500			
	PRONOSTICO TRIMESTRES			1.362.800									

CANAL DE DISTRIBUCION	%	Q	PV	VENTA
MARCAS PEQUEÑAS	35%	119.500	142.333	\$ 17.008.793.500
MARCAS GRANDES	34%	118.000	142.333	\$ 16.795.294.000
EXPOSITORES	31%	107.700	142.333	\$ 15.329.264.100

ANÁLISIS DEL PLAN DE VENTAS	
ingresos	\$ 1.708.000,00
Descuentos	\$ -
Incremento esperado	6%

TOTAL Q	345.200
TOTAL VENTAS TR1	\$ 49.133.351.600

Ingresos	142333
----------	--------

Anexo C. Pronóstico de Ingresos



PRONOSTICO DE INGRESOS

	Ingresos por Eventos	Valor promedio unitario	Total
E N E R O	200 marcas pequeñas	\$ 80.000,00	\$ 16.000.000,00
	50 marcas grandes	\$ 150.000,00	\$ 7.500.000,00
	Subtotal		\$ 23.500.000,00
	Utilidad		\$ 6.900.000,00
F E B R E R O	250 marcas pequeñas	\$ 100.000,00	\$ 25.000.000,00
	70 marcas grandes	\$ 180.000,00	\$ 12.600.000,00
	Subtotal		\$ 37.600.000,00
	Utilidad		\$ 4.500.000,00
M A R Z O	300 marcas pequeñas	\$ 200.000,00	\$ 60.000.000,00
	150 marcas grandes	\$ 270.000,00	\$ 40.500.000,00
	100 Expositores	\$ 140.000,00	\$ 14.000.000,00
	Subtotal		\$ 114.500.000,00
Utilidad		\$ 12.500.000,00	
A B R I L	200 marcas pequeñas	\$ 120.000,00	\$ 24.000.000,00
	120 marcas grandes	\$ 150.000,00	\$ 18.000.000,00
	45 Expositores	\$ 60.000,00	\$ 2.700.000,00
	Subtotal		\$ 44.700.000,00
Utilidad		\$ 9.200.000,00	
M A Y O	230 marcas pequeñas	\$ 150.000,00	\$ 34.500.000,00
	80 marcas grandes	\$ 190.000,00	\$ 30.400.000,00
	80 Expositores	\$ 100.000,00	\$ 8.000.000,00
	Subtotal		\$ 72.900.000,00
Utilidad		\$ 25.340.000,00	
J U N I O	180 marcas pequeñas	\$ 120.000,00	\$ 21.600.000,00
	50 marcas grandes	\$ 150.000,00	\$ 7.500.000,00
	30 Expositores	\$ 70.000,00	\$ 2.100.000,00
	Subtotal		\$ 31.200.000,00
Utilidad		\$ 8.000.000,00	
J U L I O			
Utilidad		\$ 8.000.000,00	

A G O S T O	180 marcas pequeñas	\$	80.000,00	\$	14.400.000,00			
	50 marcas grandes	\$	100.000,00	\$	5.000.000,00			
	30 Expositores	\$	50.000,00	\$	1.500.000,00			
	Cometas	\$	1.000,00	\$	5.000.000,00			
	Subtotal			\$	25.900.000,00			
	Utilidad			\$	10.400.000,00			
S E P T I E M B R E	200 marcas pequeñas	\$	100.000,00	\$	18.000.000,00			
	80 marcas grandes	\$	140.000,00	\$	7.000.000,00			
	50 Expositores	\$	80.000,00	\$	2.400.000,00			
	Subtotal			\$	27.400.000,00			
	Utilidad			\$	8.400.000,00			
O C T U B R E	200 marcas pequeñas	\$	170.000,00	\$	34.000.000,00			
	70 marcas grandes	\$	230.000,00	\$	16.100.000,00			
	50 Expositores	\$	120.000,00	\$	6.000.000,00			
	Subtotal			\$	56.100.000,00			
	Utilidad			\$	13.420.000,00			
N D I C I E M B R E	350 marcas pequeñas	\$	300.000,00	\$	105.000.000,00			
	100 marcas grandes	\$	370.000,00	\$	37.000.000,00			
	150 Expositores	\$	180.000,00	\$	27.000.000,00			
	Subtotal			\$	169.000.000,00			
	UTILIDAD			\$	71.750.000,00			
R E V I S T A	Alquiler Espacios publicitarios	Pagina Entera	\$	1.000.000,00	Mensual	5 \$ 5.000.000,00	Anual	\$ 60.000.000,00
		Media Pagina	\$	600.000,00	6 \$ 3.600.000,00	\$ 43.200.000,00		
		1/4 de Pagina	\$	250.000,00	16 \$ 4.000.000,00	\$ 48.000.000,00		
		7 X 3 Cms "Clasificados"	\$	50.000,00	150 \$ 7.500.000,00	\$ 90.000.000,00		
	Subtotal			\$	20.100.000,00	\$	241.200.000,00	
UTILIDAD			\$	115.200.000,00				
3	Viajes a pueblos aledaños	Cantidad Camionetas Van	Viajes al mes	Mensual	Total Anual			
	1 Van	3 Entregas Diarias	15	900 \$ 72.000.000,00	\$ 864.000.000,00			
	Valor de Cada Enetrega Promedio \$80.000	15 Entregas Semanales						
		60 Entregas Mensuales						
	UTILIDAD		\$	324.000.000,00				
TOTAL INGRESOS ESTRATEGIAS \$ 1.708.000.000,00								

Anexo D. Presupuesto de Gastos de Marketing

	Objetivo	Estrategia	Tareas	Cantidad	Vr. Unitario	Vr Total	
E N E R O	El objetivo de esta estrategia es aumentar el volumen en el mes de Enero ya que normalmente es un mes de poco trafico.	"Al que madruga el GranSan le ayuda" - "Regreso a Clases"	Afiches publicitarios	5000	\$	600.000,00	
			Vallas Publicitarias	3	\$ 4.000.000,00	\$ 12.000.000,00	
			Decoracion Centro Comercial			\$	4.000.000,00
			Estos afiches y vallas se ubicaran en puntos estrategicos del Centro Comercial, ademas en espacios publicitarios de los alrededores.				
				Subtotal	\$ 4.000.000,00	\$ 16.600.000,00	
F E B R E R O	Ya que el centro comercial es especialista en ventas al por mayor incentivar la decision de compra por valores mayores a \$1.000.000 para reclamar boletas para eventos de teatro.	"El Teatro Iberoamericano también lo vive el GranSan"	Material publicitario (Volantes)	5000	\$ 500,00	\$ 2.500.000,00	
			Boletas eventos de teatro	200	\$ 70.000,00	\$ 14.000.000,00	
			Decoracion Centro Comercial			\$	4.000.000,00
			Los volantes se repartir en las entradas del Centro Comercial				
				Subtotal	\$ 70.500,00	\$ 20.500.000,00	
M A R Z O	Con esta estrategia se quiere incentivar y garantizar el nombre del GranSan juntos con las marcas patrocinadoras para aumentar el volumen de visitantes y compras el los almacenes de mismo.	"La reina de la Moda"	Contratacion personal especialista en moda			\$ 5.000.000,00	
			Montaje pasarela, luces y sonido			\$ 20.000.000,00	
			Decoracion Centro Comercial			\$ 5.000.000,00	
			Prensa	10.000	\$ 500,00	\$ 5.000.000,00	
			Radio	1/4 de pagina dos domingos en el mes	\$ 16.000.000,00	\$ 32.000.000,00	
			Premios	5 cuñas diarias durante 20 dias	\$ 300.000,00	\$ 30.000.000,00	
			Volantes El tiempo Emisoras populares cuñas de 15 sg			3	
				Subtotal	\$ -	\$ 102.000.000,00	
A B R I L	Involucrar el nucleo familiar en el día a día de los comerciantes por lo que incentivar la decision de compra y el volumen de visitantes	"Gran concierto del Madrugón"	Recreacionistas			\$ 3.000.000,00	
			Montaje tarima			\$ 15.000.000,00	
			Material publicitario (Volantes)			\$ 4.000.000,00	
			Decoracion Centro Comercial			\$ 5.000.000,00	
			Premios	5	\$ 1.000.000,00	\$ 5.000.000,00	
Volantes Pancartas			3		\$ 3.500.000,00		
				Subtotal	\$ -	\$ 35.500.000,00	
M A Y O	La estrategia de esta campaña es que cada hora sonara una sirena y anunciaran la ubicación para reclamar las tarjetas. Se espera de esta manera incrementar el trafico de mamás comerciantes que visitan nuestro centro y atraer la atencion de las señoras que se dirigen a la competencia	"Cada hora las mamás ganan con el GranSan"	Organización Bingo			\$ 5.000.000,00	
			Decoracion Centro Comercial			\$ 60.000,00	
			Publicidad	600	\$ 100,00	\$ 3.000.000,00	
			Premios	3 cuñas diarias durante 10 dias	\$ 250.000,00	\$ 7.500.000,00	
			Emisoras populares cuñas de 10 sg Tarjetas regalo de \$50.000 Bingo			480	
				Subtotal	\$	\$ 47.560.000,00	
J U N I O	Aprovechando la Temporada de Vacaciones de mitad de año el Gran San Rifara 3 viajes turisticas siempre y cuando compres tu ropa de verano	Viaje Con el Gran San	Afiches publicitarios	10000		\$ 1.200.000,00	
			Vallas Publicitarias	3	\$ 4.000.000,00	\$ 12.000.000,00	
			Decoracion Centro Comercial			\$ 4.000.000,00	
			PREMIOS				
			San Andres Islas X 2 Todo Incluido	1		\$ 2.700.000,00	
			Santa Marta X 2 Todo Incluido	1		\$ 1.800.000,00	
Eje Cafetero X 2 Todo Incluido			1		\$ 1.500.000,00		
				Subtotal	\$	\$ 23.200.000,00	
A G O S T O	Agosto es un mes de pocas ventas y volumen de personal en los Centros Comerciales, por lo que con esta estrategia se busca acercar a los comerciantes uniendonos con la epoca del año y celebraciones de la ciudad	Vuela por tu cometa al Centro Comercial GranSan	Cometas	5000	\$ 2.000,00	\$ 10.000.000,00	
			Decoracion Centro Comercial			\$ 3.000.000,00	
			Material publicitario (Volantes)	5000	\$ 500,00	\$ 2.500.000,00	
				Subtotal	\$	\$ 15.500.000,00	

S E P T I E M B R E			Decoracion Centro Comercial				\$	\$	2.000.000,00
			Material publicitario (Volantes)	5000			\$	500,00	\$ 2.500.000,00
			Vallas Publicitarias	3			\$	4.000.000,00	\$ 12.000.000,00
			Premios						
			Cenas romanticas de 100.000	25			\$	100.000,00	\$ 2.500.000,00
	En el mes del amor y la Amistad las ventas y promociones se aumentan todas las personas quieren hacer regalos a sus amigos, novios, etc. Por eso el GranSan Premia la fidelidad de los clientes con cenas romanticas	Vive el Amor y la amistad con el Gran San							
								Subtotal	\$ 19.000.000,00
O C T U B R E			Montaje pasarela, luces y sonido				\$		15.000.000,00
			Pendones Medianos	6			\$	80.000,00	\$ 480.000,00
			Material publicitario (Volantes)	10000					\$ 1.200.000,00
		Con esta Estrategia	"Desfile de Brujas"	Decoracion Centro Comercial					\$ 5.000.000,00
				Prensa	El tiempo	20 cms de pagina dos domingos en el mes		\$	10.000.000,00
			Premios					\$	1.000.000,00
								Subtotal	\$ - \$ 42.680.000,00
N O V I E M B R E			Alquiler papayeras	9			\$	250.000,00	\$ 2.250.000,00
			Decoraciones Centro Comerical						\$ 15.000.000,00
			Avisos Publicitarios Vallas	2			\$	8.000.000,00	\$ 16.000.000,00
		Esta estrategia esta digida al cliente interno del Gran San, se les dara la oportunidad a las marcas de realizar publicidad por medio del GranSan para atraer mas volumen de gente y ventas para los almacenes	El Gran San apoyo su Negocio	Prensa	El tiempo	1/4 de pagina cuatro domingos en el mes		\$	16.000.000,00
								Subtotal	\$ 97.250.000,00
R E V I S T A			Diseño de la revista	1	12		\$	2.500.000,00	\$ 30.000.000,00
	Mayor Volumen de visitas y reconocimiento	Revista del Gran San Victorino	Impresión de la Revista	10000	120000		\$	800,00	\$ 96.000.000,00
								Subtotal	\$ 2.500.800,00 \$ 126.000.000,00
T R A N S P O R T E			Subcontratacion del Empresa Transportadora con conductor	15	180		\$	3.000.000,00	\$ 540.000.000,00
	Mantener al cliente existente externo y crear nuevas expectativas para los clientes prospectos	Transporte Gran San y La Marca del Gran San						Subtotal	\$ 3.000.000,00 \$ 540.000.000,00
TOTAL GASTOS ESTRATEGIAS \$									1.085.790.000,00

Anexo E. Proyección de Estado de Resultados

De acuerdo al plan de ingresos proyectados se evidencian en ingresos \$1.708.000.000, gastos en estrategias publicitarias por \$1.085.790.000 cerrando el periodo de julio 1 de 2012 a Junio 30 de 2013 con utilidad de \$ 622.210.000.

INGRESOS		VALOR
Organización de Eventos		\$ 602.800.000
Revista El Gran San Victorino		\$ 241.200.000
Transporte Gran San y La Marca del Gran San		\$ 864.000.000
TOTAL INGRESOS		\$ 1.708.000.000
GASTOS		VALOR
DECORACION		\$ 49.000.000,00
EVENTOS		\$ 60.250.000,00
PAPELERIA		\$ 96.060.000,00
PERSONAL		\$ 548.000.000,00
PREMIOS		\$ 66.000.000,00
PUBLICIDAD		\$ 112.980.000,00
RELACIONES PUBLICAS		\$ 153.500.000,00
TOTAL GASTOS		\$ (1.085.790.000,00)
UTILIDAD		\$ 622.210.000,00