



Términos y condiciones Plan “Amigos Gran Plaza”

¿Qué es plan de amigos Gran Plaza?

Es una estrategia diseñada para motivar y reconocer el esfuerzo de la fuerza de ventas de nuestras marcas aliadas, a través del cumplimiento de objetivos clave. **Gran Plaza Centros Comerciales**

Objetivos

1. Lograr el cumplimiento de presupuesto ventas asignado para cada marca
2. Cumplir el presupuesto de registro de facturas
3. Cumplir con el indicador de reporte de venta diaria.

Las marcas participantes serán clasificadas en dos grupos, con el fin de realizar una evaluación justa y equitativa:

Grupo 1: En este grupo solo pertenecen aquellas marcas con reporte de venta certificada, evaluadas según dos indicadores principales:

- Cumplimiento del presupuesto de ventas (Presupuesto de ventas Gran Plaza).
- Cumplimiento registro de facturas (Presupuesto facturas a registrar Gran Plaza)

Dentro del Grupo 1 se definieron tres subgrupos, con el objetivo de que la premiación sea lo más justa posible. Para ello, las marcas fueron clasificadas según su peso en el presupuesto total, de manera que solo compitan entre sí aquellas con niveles de ventas similares. Es decir, una marca de tipo burbuja no competirá con un local de mayor tamaño o volumen de ventas.

Subgrupos

- Categoría A
- Categoría B
- Categoría C

Grupo 2: En este grupo se encuentran todas las marcas que no están en Grupo 1, ni en (Tabla 1), estas marcas serán evaluadas según dos indicadores principales:

- La marca deberá cumplir con el reporte de venta diaria, subiendo la misma durante cada uno de los días del mes evaluado.
- Cumplimiento registro de facturas (Presupuesto facturas a registrar Gran Plaza)



Programación de premiación

	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5	Periodo 6	Periodo 7	Periodo 8
Periodo evaluado	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Periodo de premiación	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero

Gran Plaza
Centros Comerciales

Premios

- En cada período se premiarán 5 marcas, seleccionadas según los criterios de evaluación previamente mencionados. Las marcas ganadoras serán aquellas con los mejores resultados dentro de cada categoría.

Puesto	Categoría	Premio
1°	Grupo 1 – Categoría A	\$500.000
2°	Grupo 1 – Categoría B	\$300.000
3°	Grupo 1 – Categoría C	\$200.000
4°	Grupo 2	\$125.000
5°	Grupo 2	\$125.000

- El premio será entregado en forma de un bono redimible en alguna de las marcas del centro comercial.
- Fecha de premiación: La entrega del premio se realizará entre el 25 y el 30 del mes siguiente.

Premiación Grupo 1

- La marca ganadora será aquella que logre el mayor nivel de cumplimiento frente al presupuesto de ventas y registro de facturas.
- Los ganadores del Grupo 1 serán las marcas que superen los indicadores establecidos, es decir, aquellas que presenten un cumplimiento superior al 100%, en ambos indicadores evaluados.

Premiación Grupo 2

- El ganador del Grupo 2 deberá cumplir con los siguientes indicadores: registrar correctamente las ventas en Converzion y asegurar que, al finalizar el mes, todos los días cuenten con su respectivo reporte de venta diaria.



Gran Plaza
Centros Comerciales

6. Condiciones Especiales

- En caso de empate en los resultados, se tomará en cuenta hasta el segundo decimal del porcentaje de cumplimiento para definir al ganador.
- El cumplimiento de todos los criterios será verificado por el equipo de ventas nacional.
- Una marca no podrá ser ganadora en dos meses consecutivos. (Ejemplo: puede ganar en mayo y agosto, pero no en mayo y junio).
- Si en alguna categoría ninguna marca cumple con los dos indicadores establecidos, se asignará el premio a las marcas de la siguiente categoría disponible. (Ejemplo: si ninguna marca de la categoría A cumple, se tomarán dos marcas de la categoría B: la de mayor cumplimiento ocupará el primer puesto y la siguiente el segundo puesto). Este criterio aplicará de manera sucesiva para todas las categorías.
- Las marcas que no participen activamente en los eventos y actividades del centro comercial, y que además requieran gestión constante para entregar el reporte de ventas diario, podrán ser excluidas de la premiación.
 - Solo podrán recibir premio las marcas que hayan reportado información veraz y completa, en los plazos establecidos.
 - La participación en este plan implica la aceptación total de los presentes términos y condiciones.
 - El Centro Comercial Gran Plaza se reserva el derecho de modificar las condiciones del plan si las circunstancias lo exigen, notificando con antelación a las marcas participantes.
 - Marcas inactivas o en traslado: Las marcas que estén cerradas temporalmente, en proceso de salida, remodelación o traslado de local, no podrán participar durante el período en que no operen con normalidad.
 - Acumulación de premios: Una misma marca podrá ganar más de un período siempre y cuando cumpla nuevamente con los criterios exigidos.
 - Responsabilidad del uso del bono: El bono entregado como premio no es canjeable por dinero en efectivo, no es transferible y deberá ser redimido en su totalidad antes de la fecha de vencimiento estipulada en el mismo.
 - División interna del bono: La administración no se hace responsable por la distribución interna del bono dentro del equipo de vendedores de la marca. Esta será decisión exclusiva de cada marca o gerente de tienda.
 - Actualización de datos: Es responsabilidad de cada marca mantener actualizada su información de contacto (correo electrónico y teléfono del responsable de la tienda) para recibir comunicaciones oficiales.
 - Confidencialidad: Toda la información suministrada por las marcas será tratada con estricta confidencialidad.
 - Suspensión o cancelación del plan: El centro comercial podrá suspender, cancelar o declarar desierto el concurso total o parcialmente por causas de fuerza mayor, situaciones imprevistas, o baja participación, sin que esto genere obligación de indemnización a los participantes.
 - Promoción del plan: El centro comercial podrá usar el nombre y logo de las marcas ganadoras con fines promocionales internos, como parte de las

campañas institucionales del programa, sin requerir aprobación adicional.

- Relación comercial: La participación en el plan no genera ningún tipo de vínculo laboral, comercial o societario entre las marcas participantes y el centro comercial, más allá de los acuerdos existentes en el contrato de arrendamiento o uso de local.

Marcas no participantes (Tabla 1)

GRAN PLAZA DEL SOL	AUDIFARMA
GRAN PLAZA DEL SOL	AUTO TAXI EJECUTIVO
GRAN PLAZA DEL SOL	BIENESTAR IPS
GRAN PLAZA DEL SOL	BODYTECH
GRAN PLAZA DEL SOL	CAFAM
GRAN PLAZA DEL SOL	CASINO VENTURA
GRAN PLAZA DEL SOL	CINEMARK
GRAN PLAZA DEL SOL	CLARO
GRAN PLAZA DEL SOL	COORDINADORA MERCANTIL
GRAN PLAZA DEL SOL	DOLLAR CITY
GRAN PLAZA DEL SOL	EUROPIEL
GRAN PLAZA DEL SOL	EXITO
GRAN PLAZA DEL SOL	FARMATODO
GRAN PLAZA DEL SOL	HOGARSALUD IPS
GRAN PLAZA DEL SOL	INSTITUTO CENTRO DE SISTEMAS S.A.S -SYST
GRAN PLAZA DEL SOL	MOVISTAR
GRAN PLAZA DEL SOL	PARQUEADEROS - RECICLAJE
GRAN PLAZA DEL SOL	PLAN ROMBO
GRAN PLAZA DEL SOL	SERVIENTREGA
GRAN PLAZA DEL SOL	VOLTAJE MEN
GRAN PLAZA DEL SOL	VOLTAJE MEN KIDS
GRAN PLAZA DEL SOL	BBVA
GRAN PLAZA DEL SOL	BANCOLOMBIA
GRAN PLAZA DEL SOL	SUPERGIROS
GRAN PLAZA DEL SOL	GIROS Y FINANZAS
GRAN PLAZA DEL SOL	MULTIPAGAS
GRAN PLAZA DEL SOL	BANCO DE BOGOTA
GRAN PLAZA DEL SOL	BANCO DE OCCIDENTE
GRAN PLAZA DEL SOL	CAJERO BCSC



Gran Plaza
Centros Comerciales