

 GOBERNACION DE ANTIOQUIA REPÚBLICA DE COLOMBIA	INFORME DE SEGUIMIENTO A LA CONTRATACIÓN ESTATAL	Código: FO-M7-P3-079
		Versión: 02
		Fecha de aprobación: 17 de julio del 2017

INFORME No.:	1	SUPERVISION ☒	DE SEGUIMIENTO ☒	FINAL ☐
		INTERVENTORIA ☐	PARA PAGO	
PERIODO DE SEGUIMIENTO		Desde: 29 de mayo de 2019	Hasta: 29 de junio de 2019	
PERIODO PARA PAGO		Desde: N/A	Hasta: N/A	

1. INFORMACION GENERAL E HISTORIAL DEL CONTRATO / CONVENIO

CONTRATO CONVENIO	☒	NÚMERO:	4600009661	
	☐	FECHA DE SUSCRIPCION:	22 de mayo de 2019.	
FECHA DE INICIO DEL CONTRATO/CONVENIO:		29 de mayo de 2019.		
OBJETO: SERVICIO DE SOLUCIONES MARKETING DE CAMPO PARA EL CANAL MODERNO DE LA FLA- ESTRATEGIA DE VENTAS PARA LA VISIBILIDAD DE LOS PRODUCTOS Y MARCAS DEL PORTAFOLIO DE LA FLA MEDIANTE EL BUSINESS PROCESS OUTSOURCING (BPO)				
DEPENDENCIA CONTRATANTE / ASOCIADA:		DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA – FABRICA DE LICORES Y ALCOHOLES DE ANTIOQUIA.		
CONTRATISTA / ASOCIADO	NOMBRE:		PROPUESTA DE MARCA S.A.S	
	NIT		900141687-9	
VALOR [\$]:	INICIAL:	UN MIL CIENTO UN MILLON QUINIENTOS CINCUENTA Y SEIS MIL QUINIENTOS OCHENTA Y SEIS PESOS ML (1.101.556.586) INCLUIDO IVA DEL 19% Y TODOS LOS GASTOS EN QUE PUEDA INCURRIR EL CONTRATISTA DURANTE EL PLAZO DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO.		
		ADICIONES	No.	VALOR ADICIONADO
		No.	"N/A"	"N/A"
	VALOR TOTAL:	UN MIL CIENTO UN MILLON QUINIENTOS CINCUENTA Y SEIS MIL QUINIENTOS OCHENTA Y SEIS PESOS ML (1.101.556.586) INCLUIDO IVA DEL 19% Y TODOS LOS GASTOS EN QUE PUEDA INCURRIR EL CONTRATISTA DURANTE EL PLAZO DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO.		
VALOR Y PORCENTAJE DE ANTICIPO:		"N/A"		
PLAZO:	INICIAL	OCHO (8) MESES DESDE LA SUSCRIPCIÓN DEL ACTA DE INICIO, SIN SUPERAR EL 17 DE DICIEMBRE DE 2019.		
		FECHA DE INICIO	FECHA DE TERMINACION	
		29 de mayo de 2019	17 de diciembre de 2019	
	PRORROGAS	No.	TIEMPO PRORROGADO	NUEVA FECHA DE TERMINACIÓN
		N/A	N/A	
HISTORICO DE SUSPENSIONES:	No.	FECHA INICIO SUSPENSIÓN	FECHA REANUDACIÓN	
		N/A	N/A	
	NUEVA FECHA DE TERMINACION			
REGISTRO PRESUPUESTAL	RPC NUMERO:		Radicado: I 2019020040498	
	FECHA DE LIBERACION		Fecha: 2019/07/17 7:44 AM	

Tpo: INFORMES DE SEGUIMIENTO
HECTOR MARIO ZULUAGA ARISTIZABAL



 GOBERNACION DE ANTIOQUIA REPUBLICA DE COLOMBIA	INFORME DE SEGUIMIENTO A LA CONTRATACIÓN ESTATAL	Código: FO-M7-P3-079
		Versión: 02
		Fecha de aprobación: 17 de julio del 2017
TIENE GARANTIAS VIGENTES Y ACTUALIZADAS		
IDENTIFICACION DEL PROCESO EN SECOP:		

SUPERVISOR(ES)/ INTERVENTOR	NOMBRE(S)/ RAZON SOCIAL:	ANA MARIA MARTINEZ LOPEZ
	NUMERO CONTRATO INTERVENTOR:	N/A

% DE EJECUCION FISICA: Que corresponde al tiempo transcurrido	16 %
% DE EJECUCION DE RECURSOS	0

2. CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES Y/O ACTIVIDADES DE LAS PARTES

2.1. SEGUIMIENTO TECNICO Y ADMINISTRATIVO DEL CONTRATO:

2.1.1. RESUMEN DE LA EJECUCIÓN FÍSICA		
POR PARTE DEL CONTRATISTA/ASOCIADO:		
ACTIVIDADES PROGRAMADAS	% EJECUCION	JUSTIFICACIÓN / OBSERVACIÓN
1. Presentar los siguientes informes: Informe consolidado que debe presentarse de forma mensual. 1.1 Estrategia para mantener e incrementar las exhibiciones adicionales en canal moderno. 1.2 Diagnóstico y recomendaciones de necesidades reales de mercadeo en los diferentes puntos del canal moderno. 1.3 Plan de mejoramiento para optimizar las rutas y tiempos en el canal moderno 1.4 Inventarios -agotados y descodificados.	16 %	1 Cada mes debe presentarse un informe consolidado con todos los puntos solicitados, los cuales nos ayudan a saber como vamos en el canal moderno, evaluarlos y tomar acciones de mejoramiento. 1.1 Nos proponen dos estrategias que buscan mantener e incrementar las exhibiciones adicionales que generen mayor visibilidad en los puntos de venta de canal moderno, aumentando, de la misma forma la rotación de inventario y las ventas. Los puntos desarrollados son: Manejo de punto: Es de gran importancia desarrollar excelentes relaciones personales en cada



GOBERNACION DE ANTIOQUIA
REPUBLICA DE COLOMBIA

INFORME DE SEGUIMIENTO A LA CONTRATACIÓN ESTATAL

Código: FO-M7-P3-079

Versión: 02

Fecha de aprobación:
17 de julio del 2017

1.5 Análisis de la competencia, actividades realizadas por ellos, todo soportado con registro fotográfico.

1.6 Chequeo de precios del portafolio de productos FLA por punto de venta vs competidores en la categoría.

1.7 Informe de evaluación del personal de Merca impulso de todos los puntos de venta.

1.8 Informe consolidado mensual con todas las variables anteriores mencionadas.

16 %

uno de los puntos que se visitan, de esta forma se logra ganar espacios adicionales dentro del punto de venta. Cuando el Mercaderista propone una actividad al gerente del almacén, con el argumento de dar degustación, se motive la compra y se genere rotación del producto, se genera un gana a gana, para el punto de venta es de gran ayuda nuestra presencia porque impulsamos la venta por el poder de convencimiento a los clientes y para nosotros genera mayor espacio dentro de los lineales porque se debe tener una excelente exhibición de los productos; de esta forma no solo aparecemos en los lineales, las exhibiciones negociadas sino que se obtienen exhibiciones adicionales En la segunda estrategia esta la gestión de inventarios y agotados en cada uno de los puntos de venta: Es de gran importancia porque nosotros desde la FLA hacemos seguimiento a los productos de nuestro portafolio, para de esta forma gestionar con los almacenes, no quedemos desabastecidos y no perdamos venta por falta de inventarios. En este primer ítem se desarrolló al 100 % durante el primer mes. ✓

1.2 El diagnóstico y las recomendaciones surgen después de hacer seguimiento a la dinámica del mercado para poder generar estrategias. Nos hacen recomendaciones de algunas actividades orientadas al



GOBERNACION DE ANTIOQUIA
REPUBLICA DE COLOMBIA

INFORME DE SEGUIMIENTO A LA CONTRATACIÓN ESTATAL

Código: FO-M7-P3-079

Versión: 02

Fecha de aprobación:
17 de julio del 2017

16 %

cumplimiento de los objetivos de la FLA en cuanto a comunicación, Visibilidad y Ventas

Para este año contamos con un excelente producto de Edición Limitada por los 100 años de nuestra Fabrica de Licores de Antioquia, como se identificó que este producto tenía poca rotación se realiza una actividad en el fin de semana de padres cuyos objetivos eran: visibilizar los productos de edición especial centenario de Aguardiente Antioqueño y Ron Medellín.

Esta actividad se llevó a cabo en los Almacenes Éxito y Carulla, comunicar a los consumidores e impactar a posibles consumidores, el festejo de los 100 años de la FLA quiso hacerse con obsequios por compra de estos productos Centenario.

La dinámica consistió en entregar 2 vasos de vidrio brandeados con "FLA 100 AÑOS " a quienes compraran una botella 750 ml de Ron Medellín 19 años Gran Solera, y entregar 2 copas de vidrio, brandeadas con "FLA 100 AÑOS " a las personas que compraran una botella 750 ml de Aguardiente Antioqueño Centenario.

Esta actividad fue todo un Éxito, durante el fin de semana de padres que se realizó la actividad, las ventas de este producto se duplico.

Nos plantean una segunda estrategia de redención para la feria de flores. Esta se encuentra en estudio para ser aprobada. En este segundo



GOBERNACION DE ANTIOQUIA
REPUBLICA DE COLOMBIA

INFORME DE SEGUIMIENTO A LA CONTRATACIÓN ESTATAL

Código: FO-M7-P3-079

Versión: 02

Fecha de aprobación:
17 de julio del 2017

ítem de dar un diagnóstico y unas recomendaciones se cumple 100 % con el objetivo ya que en campo se dan cuenta de la debilidad y se plantea actividad la cual fue ejecutada de la mejor manera. ✓

16 %

1.3 El plan de mejoramiento para optimar las rutas debe hacerse una vez al mes, después de analizar las rutas y los resultados de las mismas. Mes a mes pueden variar de acuerdo a las actividades programadas en los puntos de venta. Se realizó el diseño de 32 rutas que cubren el Valle de Aburra, Oriente y Urabá Antioqueño. En este plan de mejoramiento se busca optimizar cobertura de los puntos de venta visitados, buscar reducción en tiempos de desplazamiento y un mayor tiempo de atención y apoyo en cada uno de los almacenes. El objetivo de este plan para mejorar las rutas se cumple en un 100 % durante este primer mes de ejecución. ✓

1.4 El grupo de Mercaderistas hacen una revisión de inventarios, agotados, descodificados diariamente, lo consolidan y lo envían de forma semanal. Esta retroalimentación es constante entre Mercaderistas, coordinadores, FLA, y almacenes de cadena. Estamos en función de hacer seguimiento a nuestros inventarios para evitar agotados y por este motivo perder ventas. Con la actividad de padres se hizo un monitoreo constante,



GOBERNACION DE ANTIOQUIA
REPUBLICA DE COLOMBIA

INFORME DE SEGUIMIENTO A LA CONTRATACIÓN ESTATAL

Código: FO-M7-P3-079

Versión: 02

Fecha de aprobación:
17 de julio del 2017

16 %

donde teníamos mayor inventario de nuestros productos centenario para saber cuáles eran los puntos que más apoyo necesitaban para lograr la rotación del producto. Lo que se pretende con este ítem de estar revisando los agotados, los inventarios y descodificados se cumple en un 100 % ✓

1.5 Se presenta un análisis de la competencia muy completo, se revisa detenidamente todos los competidores para nuestras categorías. En la categoría de Aguardiente somos los líderes del mercado y no hay una competencia fuerte en este departamento, es por ello que no hay actividades de la competencia en cuanto a la categoría de aguardiente.

La principal competencia es la ILC con su producto Ron Viejo de Caldas con una participación del 41 % en las actividades realizadas en los puntos de venta. Cuando se hace la revisión de Whisky vemos que entre las 6 marcas participantes pesa un 43 % (Johnnie Walker, Old Parr, Something Special, Chivas Regal, Haig Club, Passport, Buchanan's), entre las 2 marcas participantes de Ginebra (Gordon's y Tanqueray) las actividades de esta categoría pesan un 2 % y las actividades de vino solo pesan un 2% con la marca Vino Santa Carolina: este ítem se cumplió al 100 % ✓

1.6 Las mercaderistas lo presentan con una frecuencia diaria, este a su vez debe ser organizado, revisado y



GOBERNACION DE ANTIOQUIA
REPÚBLICA DE COLOMBIA

INFORME DE SEGUIMIENTO A LA CONTRATACIÓN ESTATAL

Código: FO-M7-P3-079

Versión: 02

Fecha de aprobación:
17 de julio del 2017

16 %

presentado por los supervisores en sus informes de manera semanal. Ellos se encargan de revisar la variación de precios en todas las cadenas y nos reportan las novedades. Esto se hace con el fin de tener precios sugeridos monitoreables en todo el canal moderno que garantice un precio muy similar y no poner en riesgo ninguna venta por este motivo. Para este mes se presentaron algunas novedades entre los precios manejados por el éxito y los precios de otros almacenes de cadena como son Merkepaiza, Euro, Jumbo. Desde ventas comenzamos la gestión para nivelar todos los precios del canal. ✓

1.7 Debe hacerse de forma mensual, esta evaluación es realizada por la persona encargada de la cuenta. Esta se hace con el fin de tener un control en cuanto al tema de horarios, actitud, compromiso de cada uno de nuestros colaboradores. Para este fin ellos se encargaron de diligenciar diariamente una bitácora donde escribían el día a día de cada uno de los mercaderistas. Durante el primer mes se hizo una retroalimentación a cada uno de los mercaderistas, se les informo las fortalezas que mostraban y las oportunidades de mejora. Siguen en seguimiento durante este segundo mes. Con un cumplimiento del 100 % ✓

1.8 Se debe presentar de forma mensual un informe completo donde se abarcan todos los

 GOBERNACION DE ANTIOQUIA REPUBLICA DE COLOMBIA	INFORME DE SEGUIMIENTO A LA CONTRATACIÓN ESTATAL	Código: FO-M7-P3-079
		Versión: 02
		Fecha de aprobación: 17 de julio del 2017
		ítems anteriores. Este informe contiene todos los anexos de los ítems anteriormente evaluados. Cumple en su totalidad: 100 % ✓
<p>2. Personal:</p> <p>Realizar el proceso completo de selección y contratación del personal requerido para la ejecución del proyecto, y todo lo demás que sea necesario, de acuerdo con las especificaciones técnicas establecidas en el presente estudio previo.</p>		<p>Se realiza un proceso de selección riguroso que incluyo más de 80 personas dentro de las cuales se presentaron 23 personas que venían desempeñándose como mercaimpulsadores y coordinadores en los contratos anteriores y alrededor de 63 nuevos aspirantes. El proceso de selección constó de 3 criterios de evaluación. 1.El cumplimiento de los requisitos oficiales al cargo según pliegos de la licitación. 2. Entrevista personal con representantes de la gerencia de proyectos y RRHH, y 3. El resultado de los exámenes médicos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Como tuvo tan buena acogida la convocatoria, se hace un primer filtro revisando una a una las hojas de vida, esto con el fin de garantizar que las personas contratadas cumplan con el nivel de estudios, la experiencia, conocimiento del canal y de las funciones y la disponibilidad horaria. 2. Se realizó una entrevista personal con cada uno de los postulantes, aquí se evaluaron temas como la puntualidad, la actitud, la expresión, el nivel de estabilidad, potencial identificado y el interés por desempeñarse en el cargo. 3. Se realizaron exámenes médicos que aseguraran la capacidad física para llevar a cabo las labores del cargo. <p>Todo este proceso se llevó a cabo por un comité de implementación conformado por el gerente del proyecto, la</p>

 GOBERNACION DE ANTIOQUIA REPÚBLICA DE COLOMBIA	INFORME DE SEGUIMIENTO A LA CONTRATACIÓN ESTATAL		Código: FO-M7-P3-079
			Versión: 02
			Fecha de aprobación: 17 de julio del 2017
			coordinadora de recursos humanos y y un representante del área de IT. En este ítem se cumple al 100 % con la actividad.
3. Pagos y obligaciones legales: Realizar los pagos a tiempo de obligaciones laborales tales como aportes parafiscales y a la seguridad social, nomina, de todo el personal contratado para ejecutar el proyecto. El contratista deberá presentar mensualmente a la FLA planilla de pago de aportes a la seguridad social y parafiscales, así como las planillas de pago de nómina.	16 %		Propuesta de marca presenta certificado de la revisora fiscal la señora María Edilma Martínez Osorio, con tarjeta profesional 19.266-T; donde da fe que la empresa ha cumplido y se encuentra al día con los aportes al sistema de salud, riesgos profesionales, pensiones y aportes a la caja de compensación familiar, el instituto Colombiano de Bienestar Familiar y el SENA ✓
4. Inducción y capacitación permanente al personal en: Manejo y conocimiento del portafolio, estrategia, comunicación y expresión oral, etiqueta y protocolo, relaciones interpersonales, actitud positiva, técnicas de merchandising, manejo de exhibición de los productos, servicio al cliente, manejo de objeciones y demás temas inherentes al cargo.	16 %		El día 1 de junio se realizó: Inducción corporativa, capacitación SGSST, Inducción sobre el aplicativo: Mobile Suitcase. En esta oportunidad se contó con la presencia de las primeras 15 personas que habían sido seleccionadas. El día 11 de junio se realizó Inducción corporativa, capacitación SGSST, Inducción sobre el aplicativo: Mobile Suitcase al segundo grupo de 18 personas seleccionadas. ✓ El día 17 de junio se realiza capacitación del portafolio FLA. Durante el primer mes se cumple en un 100 % con el objetivo de capacitar el personal para las funciones que va a desarrollar. ✓
5. Plan de incentivos: Realizar propuesta del plan de incentivos conforme a lo estipulado en las especificaciones técnicas.	0 %		Este plan de incentivos fue creado para el mes de diciembre, por este motivo durante los primeros meses del contrato el indicador aparece en 0 cumplimiento. ✓
6. Coordinación del contrato a cargo del contratista: A través de los coordinadores y con el apoyo del aplicativo móvil y plataforma tecnológica se debe hacer seguimiento a los Merca impulsores y tener una			Se tiene el apoyo de 1 coordinador senior quien está haciendo seguimientos constantes a las actividades a desarrollar, a las rutas, la eficiencia y la productividad. El coordinador cuenta con el apoyo total del

 GOBERNACION DE ANTIOQUIA REPUBLICA DE COLOMBIA	INFORME DE SEGUIMIENTO A LA CONTRATACIÓN ESTATAL	Código: FO-M7-P3-079
		Versión: 02
		Fecha de aprobación: 17 de julio del 2017
<p>constante comunicación para reporte de novedades, inconsistencias, espacios, competencia. Uno de los coordinadores debe estar presente en todas las actividades realizadas en los puntos de venta como degustaciones, promociones y todo tipo de actividades relacionado con la marca. Adicionalmente, el coordinador Senior debe garantizar la eficiencia y productividad de la ruta de cada Mercainpulsador.</p>	16%	<p>Señor Juan Carlos Figueroa quien es el encargado de la cuenta, él se encuentra disponible todo el tiempo para nuestros requerimientos.</p> <p>Estas dos personas pertenecientes al contrato con una excelente gestión, lo cual se ve reflejado en los buenos resultados de las actividades que se han desarrollado hasta el momento. La coordinación ha funcionado en un 100 %, estas personas han realizado excelente gestión, sin embargo, aún faltan dos coordinadores por contratar por eso en este sentido se califica con un 50 % de cumplimiento. ✓</p>
<p>7. Seguimiento a los Mercainpulsadores:</p> <p>Realizar el proceso y seguimiento completo al ingreso de los Mercainpulsadores a los diferentes puntos de venta. Que cumplan con toda la documentación y especificaciones que los almacenes de cadena exigen para el ingreso y desarrollo de su labor en las diferentes actividades pactadas por la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia.</p>	16 %	<p>Este seguimiento se ha venido realizando desde el momento de la contratación, es un ejercicio que se realiza diario en cada uno de los puntos de venta que se visitan. Para poder atender estos puntos de venta donde hacemos presencia, es necesario inscribir el personal de apoyo sea Mercaderista o Modelo de protocolo con anticipación para poder que aprueben el ingreso al punto y si es el caso se pueda desarrollar la actividad. Son muy cuidadosos para inscribir el personal a tiempo y así garantizar una cobertura al 100 %. ✓</p>
<p>8. Comunicación de doble vía:</p> <p>Comunicación continua con La Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia de cualquier novedad que se presente con los Mercainpulsadores y Coordinadores (incapacidades, reemplazos, inconvenientes en los puntos de venta) y brindar soluciones oportunas en las diferentes situaciones que se puedan presentar, garantizando siempre la prestación del servicio en el sitio</p>	16 %	<p>La comunicación ha sido constante y oportuna lo cual ha permitido que este tiempo ejecutado haya transcurrido sin ninguna novedad. Todos los días se hace retroalimentación del día a día ya que ellos nos reportan agotados, inventarios, actividades realizadas por la competencia en los puntos. En cuanto a este ítem se tiene un porcentaje de cumplimiento al 100 %. ✓</p>

 <p>GOBERNACION DE ANTIOQUIA REPUBLICA DE COLOMBIA</p>	<p>INFORME DE SEGUIMIENTO A LA CONTRATACIÓN ESTATAL</p>		<p>Código: FO-M7-P3-079</p>
			<p>Versión: 02</p>
			<p>Fecha de aprobación: 17 de julio del 2017</p>
determinado según la programación.			
<p>9. Uniformes:</p> <p>Proveer la dotación de uniformes para los Mercainpulsadores. En este caso, los diseños serán entregados por parte de FLA y el contratista se encargará de toda la producción y suministro de estos, además, de velar por la buena presentación y cumplimiento del código de vestuario.</p>	16 %	<p>Del equipo seleccionado había 15 personas que ya venían laborando en contratos anteriores, estas personas prestaron sus uniformes para comenzar de inmediato con la ejecución de este nuevo contrato.</p> <p>Se ha entregado por el momento dotación A 18 personas que llegaron nuevos cumpliendo en este ítem un 51 % ✓</p>	
<p>10. Dispositivo Móvil y Aplicativo Móvil:</p> <p>El contratista deberá contar con un dispositivo móvil y un aplicativo móvil (app) cualquiera de los disponibles en el mercado- y un aplicativo para los Mercainpulsadores y coordinadores, que permita conocer en tiempo real todas las operaciones en punto de venta y hacer un seguimiento más efectivo al proyecto. Tanto el aplicativo como el dispositivo deberán cumplir con las especificaciones técnicas que se presentaron en el estudio previo, y estar disponibles de forma ininterrumpida durante toda la ejecución del contrato, teniendo en cuenta que es la herramienta fundamental para generar todos los informes que se requiere. El contratista, a través del Coordinador Senior, deberá consolidar la información del aplicativo móvil para garantizar el adecuado desempeño de los Mercainpulsadores e informar oportunamente a la FLA de cualquier novedad en los puntos de venta.</p>	16 %	<p>Todo el grupo de mercaderistas cuenta con un celular Nokia TA-1035 con Androit versión 7.1.1.</p> <p>El aplicativo que tienen instalado es MOBILESUITCASE Versión 1.07.003 (play)</p> <p>Con este aplicativo se puede geolocalizar en tiempo real a los mercainpulsadores, revisar recorridos y rutas.</p> <p>Nos permite también tener en tiempo real las fotos geolocalizadas (geofotos) con las novedades en tiempo real.</p> <p>Tanto el dispositivo como el aplicativo móvil están cumpliendo al 100 % con el propósito del mismo. ✓</p>	
<p>11. Cobertura:</p> <p>Área metropolitana y algunos municipios del Departamento de Antioquia, de la región del Urabá y Oriente Antioqueño.</p>	16 %	<p>Todo el personal contratado se encuentra distribuido en toda la región del área metropolitana, de Urabá y del oriente antioqueño.</p> <p>En Uraba contamos con dos mercainpulsadores y en el oriente con otros dos mercainpulsadores. Los otros 28 mercainpulsadores se encuentran</p>	

 GOBERNACION DE ANTIOQUIA REPUBLICA DE COLOMBIA	INFORME DE SEGUIMIENTO A LA CONTRATACIÓN ESTATAL		Código: FO-M7-P3-079
			Versión: 02
			Fecha de aprobación: 17 de julio del 2017
		distribuidos en el área metropolitana visitando municipios como son: Barbosa, Girardota, Copacabana, Bello, Envigado; Itagüí, Sabaneta. Tenemos una cobertura de 100 % entre los sitios propuestos y los sitios visitados ✓	
12. Material POP: Hacer entrega del material POP de acuerdo a las especificaciones técnicas exigidas en el presente estudio previo.	16 %	Cada que se requiera este tipo de material, la FLA envía los diseños, las medidas y los artes para la elaboración del material según sea el caso. En esta oportunidad se hicieron dos requerimientos: Un primer requerimiento para la actividad del día de los padres donde se entrega plegable con la información de la actividad y Tendcard que va exhibida en los barriles. Para la segunda actividad programada en el grupo Éxito por Megaprima también se envían diseños para elaborar volantes y Tendcard para los puntos participantes de la actividad. En este ítem se cumple al 100 % en dar respuesta a nuestros requerimientos. ✓	
13. Obligación general: Cumplir con todas las especificaciones técnicas establecidas en el presente estudio previo, así como las demás obligaciones que se generen en la relación contractual y las exigidas por la Ley.	16 %	Se hace seguimiento a cada uno de los puntos a evaluar. Existe constante comunicación en pro de mejorar los procesos cada día ✓	
POR PARTE DEL CONTRATANTE/ASOCIADO:			
ACTIVIDADES PROGRAMADAS	% EJECUCION	JUSTIFICACIÓN / OBSERVACIÓN	
1. Pagar oportunamente, una vez sea presentada la factura correspondiente debidamente radicada ante el Centro de Administración Documental de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia, previa constancia de recibo a entera satisfacción por parte del supervisor del contrato.	16 %	Una vez se tenga la factura, cada detalle del cobro se procede a realizar un informe de recibo a satisfacción y se procede con el pago respectivo. ✓	
2. Autorizar el ingreso del personal que requiera la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia, previo cumplimiento de la normatividad de Seguridad Industrial y de	N/A	Cuando es necesario el ingreso de alguna de las personas del equipo de trabajo del BPO , se les autoriza su ingreso siempre y cuando cumplan todos los requisitos de	

 GOBERNACION DE ANTIOQUIA REPUBLICA DE COLOMBIA	INFORME DE SEGUIMIENTO A LA CONTRATACIÓN ESTATAL		Código: FO-M7-P3-079
			Versión: 02
			Fecha de aprobación: 17 de julio del 2017
Seguridad Física establecida por la entidad.			seguridad exigidos por la FLA
3. Realizar la supervisión del contrato conforme a la normatividad legal vigente y al manual de supervisión dado por la Gobernación de Antioquia.			Se procede con la supervisión basados en el manual de Supervisión de la Gobernación de Antioquia y a toda la normatividad vigente.

2.1.2. REUNIONES Y/O VISITAS REALIZADAS	
FECHA	OBJETIVO/CONCLUSIONES/OBSERVACIONES/RECOMENDACIONES
4 de Junio de 2019	<p>OBJETIVO: Ultimar Detalles del contrato: nos reunimos en la FLA el señor Juan Carlos Figueroa el Representante de la cuenta, El señor Jeison Osorio quien es el coordinador Senior de los mercaderistas, El señor Sebastián Correa que es el actual practicante de Canal Moderno y Ana María Martínez supervisora del contrato.</p> <p>CONCLUSIONES: Se aclaran dudas acerca de los sueldos, los días en que se pagara la nómina, las rutas que se van a establecer, el día de la familia, horario de uniformes el cual queda de la siguiente manera:</p> <p>Camisa Negra con Logo de Ron Dorado: Esta será utilizada los días viernes y domingos.</p> <p>Camisa Blanca con Logo de FLA: Esta debe llevarse los días martes y jueves.</p> <p>Camisa Negra con Logo de Aguardiente Real: Para utilizarse los días lunes y miércoles</p> <p>Camisa Polo 100 años: La cual debe ser utilizada el día sábado con Jean.</p>

2.2. SEGUIMIENTO FINANCIERO DEL CONTRATO / CONVENIO:

RESUMEN DE LA EJECUCIÓN FINANCIERA				
ENTIDAD	DEPARTAMENTO	MUNICIPIO	OTROS	TOTAL
1. Recursos iniciales comprometidos	\$ 1.101.556.586 IVA INCLUIDO			\$ 1.101.556.586 IVA INCLUIDO
2. Adiciones	0			0
3. TOTAL RECURSOS COMPROMETIDOS	\$ 1.101.556.586 IVA INCLUIDO			\$ 1.101.556.586 IVA INCLUIDO
4. Anticipos	0			0
5. Recursos pagados / desembolsados	0			0
6. TOTAL RECURSOS ENTREGADOS	0			0
7. Recursos ejecutados (incluidos los pendientes por facturar)	0			0
8. Recursos no ejecutados	\$ 1.101.556.586 IVA INCLUIDO			\$ 1.101.556.586 IVA INCLUIDO

 GOBERNACION DE ANTIOQUIA REPUBLICA DE COLOMBIA	INFORME DE SEGUIMIENTO A LA CONTRATACIÓN ESTATAL	Código: FO-M7-P3-079
		Versión: 02
		Fecha de aprobación: 17 de julio del 2017

2.3. ANOTACIONES ADICIONALES:

3. CONTROL DE PAGOS O DESEMBOLSOS

FORMA DE PAGO O DESEMBOLSO: CLÁUSULA CUARTA “FORMA DE PAGO” EL DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA – FABRICA DE LICORES Y ALCOHOLES DE ANTIOQUIA, efectuará el pago por entrega, previa presentación de los respectivos soportes, de la certificación de recibo a satisfacción emitida por el supervisor del contrato y de la factura correspondiente, la cual será cancelada dentro de los sesenta (60) días siguientes a su presentación debidamente radicada ante el centro de administración documental de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia, siempre que se hayan aportado las garantías exigidas dentro del plazo fijado.

CONCEPTO	FECHA	VALOR CONTRATO	VALOR PAGO / DESEMBOLSO	AMORTIZACIÓN ANTICIPO	VALOR NETO A PAGAR	SALDO
Valor Inicial	29 / 05 /2019	\$ 1.101.556.586		\$ 0		\$ 1.101.556.586
Adiciones	N/A	N/A				0
TOTALES		\$ 1.101.556.586	0	0	0	

VERIFICACION DE PAGOS DE SEGURIDAD SOCIAL Y APORTES DE PARAFISCALES: El contratista/asociado presenta los documentos que acreditan que se encuentra a paz y salvo por concepto del pago de aportes a los sistemas de seguridad social en salud, pensiones, ARP y parafiscales, de él (y de sus empleados, según el caso), de conformidad con lo dispuesto en el artículo 50 de la ley 789 de 2002 y el artículo 23 de la ley 1150 de 2007.

4. CONTROL Y MITIGACIÓN DE RIESGOS

De conformidad con lo establecido en la normatividad vigente y el Manual de identificación y cobertura del riesgo expedido por Colombia Compra Eficiente, la Entidad deberá realizar el control y mitigación de los riesgos identificados y clasificados para el proceso de contratación, razón por la cual esta supervisión ha realizado las siguientes acciones de control y seguimiento a los riesgos previsibles que se han presentado durante la ejecución del presente contrato/convenio:

DESCRIPCIÓN DEL RIESGO/ RIESGO	QUIEN TIENE ASIGNADO EL RIESGO	TRATAMIENTO/ MITIGACIÓN	CUANDO Y COMO SE REALIZA EL MONITOREO
N/A	N/A	N/A	N/A

Los riesgos que no han sido relacionados en este numeral, han sido monitoreados por la supervisión del contrato/convenio durante la vigencia del contrato, sin embargo, no ha sido necesario implementar el tratamiento de mitigación señalado en la matriz de riesgo de los

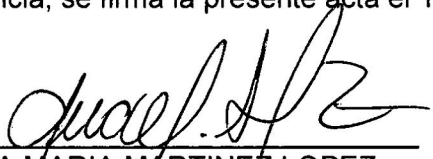
 GOBERNACION DE ANTIOQUIA REPUBLICA DE COLOMBIA	INFORME DE SEGUIMIENTO A LA CONTRATACIÓN ESTATAL	Código: FO-M7-P3-079
Versión: 02		
Fecha de aprobación: 17 de julio del 2017		

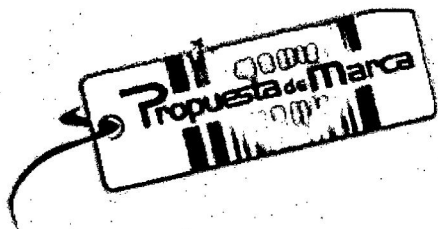
documentos del proceso de selección, en consideración a que a la fecha no se han presentado o materializado durante la ejecución contractual.

5. ANEXOS Y OBSERVACIONES ADICIONALES

1. Informe seguimiento por parte de Propuesta de Marca donde se anexan chequeo de precio, estrategia para mantener e incrementar la exhibición., diagnóstico y recomendaciones, análisis de la competencia.
2. Especificaciones de material P.O.P
3. Lista de asistencia a las capacitaciones

Para constancia, se firma la presente acta el 15 de julio de 2019


Nombre: ANA MARIA MARTINEZ LOPEZ
SUPERVISORA



ANEXO 1



INFORME EJECUTIVO #1

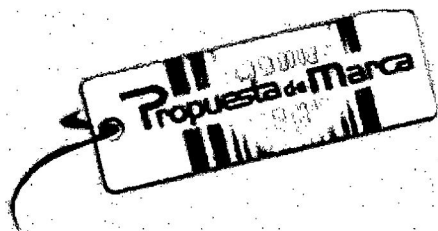
B.P.O. MARKETING DE CAMPO PARA CANAL MODERNO

FÁBRICA DE LICORES DE ANTIOQUIA

Por:

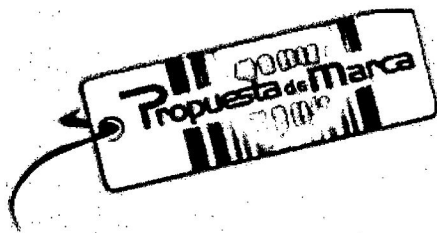
PROPUESTA DE MARCA S.A.S.

JUNIO / 2019



Contenido

IMPLEMENTACIÓN CONTRATO BPO – PROPUESTA DE MARCA SAS.....	3
1. Estrategia para mantener e incrementar las exhibiciones adicionales en el canal moderno.....	18
2. Diagnóstico y recomendaciones de necesidades reales del mercado en los diferentes puntos del canal moderno.	19
3. Plan de mejoramiento para optimización de rutas y tiempos en el canal moderno.	25
4. Inventarios – agotados – descodificados.....	27
5. Análisis de actividades realizadas por la competencia.	28
6. Chequeo de precios del portafolio de Productos FLA por punto de venta vs. Competidores en la categoría y otros sustitutos	48
7. ANEXOS	49



IMPLEMENTACIÓN CONTRATO BPO – PROPUESTA DE MARCA SAS

Firmamos Minuta de inicio de contrato el día 22 de mayo de 2019, a partir de este momento comenzamos con el reclutamiento de personal base-objeto del contrato MERECAIMPULSADORES.

Realizamos un proceso de selección riguroso que incluyó más de 80 personas dentro de las cuales se presentaron 23 personas que venían desempeñándose como mercaimpulsadores y coordinadores en el contrato anterior y alrededor de 63 nuevos aspirantes.

En proceso de selección constó de 3 criterios de evaluación:

1. El cumplimiento de los requisitos oficiales al cargo según pliegos de licitación No. 9293
2. Entrevista personal con representantes de la gerencia de proyecto y RRHH.
3. Resultados de exámenes médicos

El primero de los criterios hizo referencia estrictamente a la revisión y filtro de las hojas de vida de los aspirantes, quienes deben cumplir con unos requisitos básicos para poder efectuar la contratación tales como nivel de estudios, experiencia, conocimientos y disponibilidad horaria; lo anterior en cualquiera de los 3 cargos a contratar: mercaimpulsador, coordinadores junior y coordinador senior.

El segundo componente consistió en la entrevista personal con cada una de los postulantes, en la entrevista personal se evaluaron aspectos como la puntualidad, la actitud, expresión, nivel de estabilidad, así como el potencial identificado en cada una de ellas y el interés por desempeñarse en el cargo al cual estaban aplicando.

Para finalizar los resultados de exámenes médicos que aseguraran la capacidad física para llevar a cabo las labores propias de la contratación.

Este proceso contó con el desplazamiento desde Bogotá a la ciudad de Medellín de un comité de implementación conformado por el gerente de proyecto, la coordinadora de recursos humanos y un representante del área de IT, cumpliendo así con las siguientes fechas de implementación.

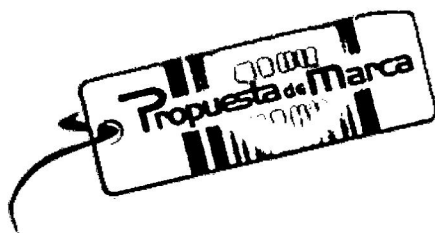
De la misma manera realizamos la logística de desplazamiento del personal de Urabá para cumplir el proceso de manera estándar con el resto de personal de Medellín.

Las fechas en las cuales se llevaron a cabo las actividades fueron:

22 al 25 de mayo: recolección hojas de vida de postulantes

PROPUESTA DE MARCA S.A.S. Nit. 900.141.687-9 Carrera 13 No. 113 – 66 PBX: 4936000 Bogotá D.C., Colombia

www.propuestademarca.com

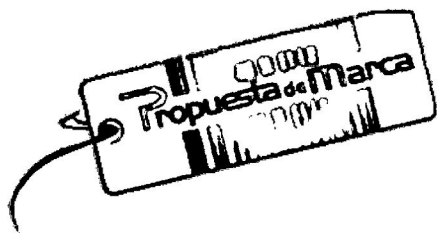


27 al 29 de mayo: realización de entrevistas



PROPUESTA DE MARCA S.A.S. Nit. 900.141.687-9 Carrera 13 No. 113 – 66 PBX: 4936000 Bogotá D.C., Colombia

www.propuestademarca.com

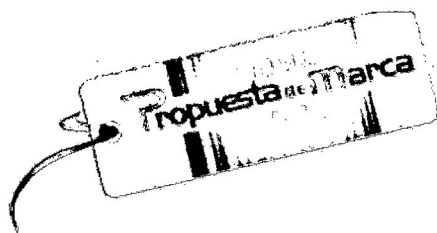


28 al 30 de mayo: toma de exámenes médicos

30 y 31 de mayo: primera selección de personal

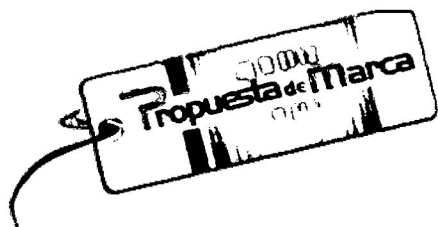
01 de junio: 1) Inducción corporativa 2) Capacitación SGSST 3) Inducción aplicativo Mobile Suitcase 4) Firma de contrato con las primeras 15 personas que aprobaron el proceso 5) Firma de manual de funciones 6) Entrega de equipos móviles a 15 personas para inicio de actividades laborales el 04 de junio/2019.

Este día ofrecimos al personal un brunch de hamburguesas con snacks y gaseosa.



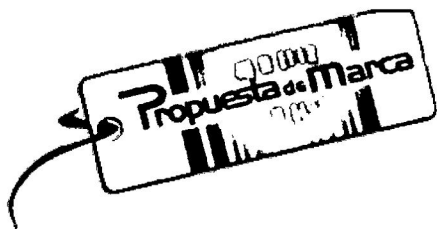
PROPUESTA DE MARCA S.A.S. Nit. 900.141.687-9 Carrera 13 No. 113 - 66 PBX: 4936000 Bogotá D.C., Colombia

www.propuestademarca.com



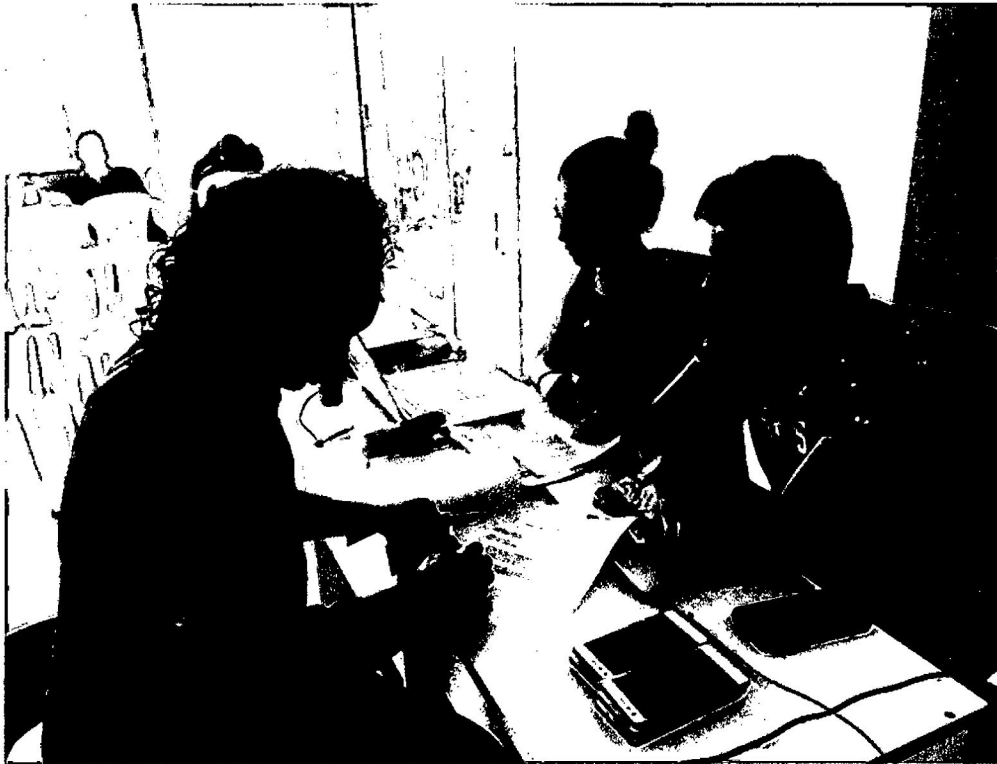
PROPUESTA DE MARCA S.A.S. Nit. 900.141.687-9 Carrera 13 No. 113 – 66 PBX: 4936000 Bogotá D.C., Colombia

www.propuestademarka.com



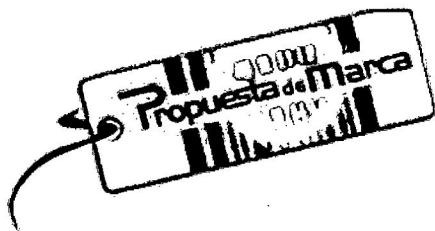
PROPUESTA DE MARCA S.A.S. Nit. 900.141.687-9 Carrera 13 No. 113 – 66 PBX: 4936000 Bogotá D.C., Colombia

www.propuestademarca.com



PROPUESTA DE MARCA S.A.S. Nit. 900.141.687-9 Carrera 13 No. 113 – 66 PBX: 4936000 Bogotá D.C., Colombia

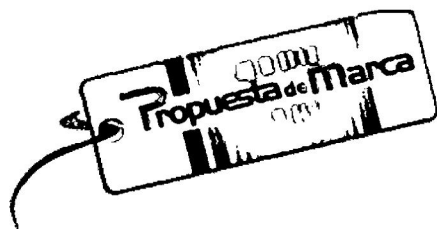
www.propuestademarka.com

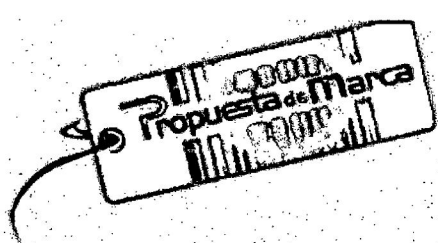


10 de junio: segunda selección de personal mercaimpulsadores.

11 de junio: Firma de contratos de 18 mercaimpulsadores nuevos e inducción aplicativo Mobile Siutcase.

Este día ofrecimos a los mercaimpulsadores barra de café con bebidas calientes y panecillos.

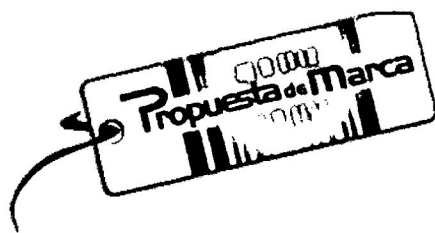




12 de junio: inicio de actividad laboral de segundo grupo de mercaimpulsadores, 18 personas; este personal nuevo comenzó dando apoyo a los mercaimpulsadores actuales permitiéndoseles experimentar de cerca el protocolo diario de trabajo.

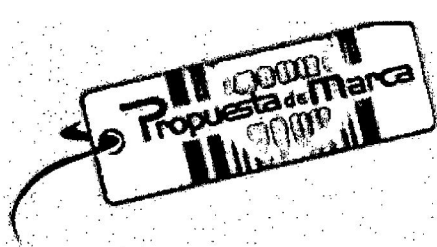
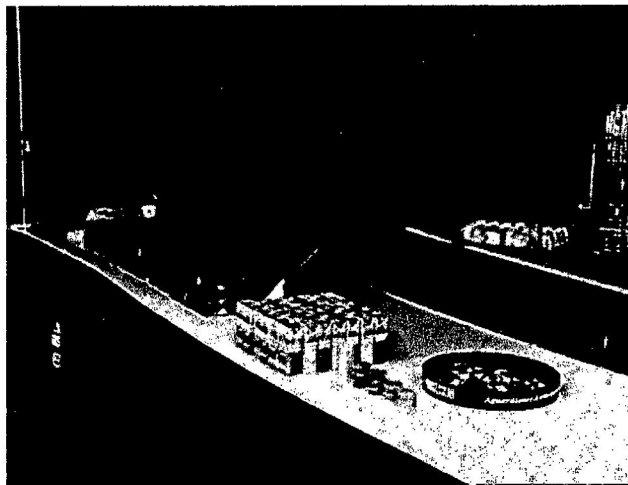
13 de junio: inicio de actividad Padres:

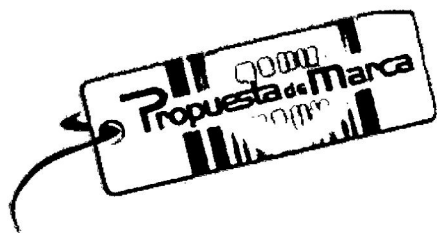




17 de junio: Capacitación portafolio FLA en Fabrica de Licores de Antioquia, En esta oportunidad el total del personal contó con la capacitación de producto y de todo el portafolio por parte del Ing. Hernan Jaramillo de la FLA

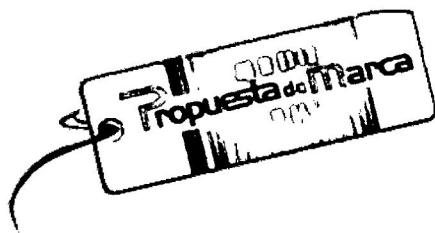
Durante la jornada que fue de 8:30 AM a 1:00 PM el personal contó con refuerzo de mitad de mañana ofrecido por PDM de almuerzo ofrecido por parte de la FLA.





PROPUESTA DE MARCA S.A.S. Nit. 900.141.687-9 Carrera 13 No. 113 – 66 PBX: 4936000 Bogotá D.C., Colombia

www.propuestadomarca.com



18 de junio entrega de dotación parcial a nuevos mercaimpulsadores (botas y jeans)





PROPUESTA DE MARCA S.A.S. Nit. 900.141.687-9 Carrera 13 No. 113 – 66 PBX: 4936000 Bogotá D.C., Colombia

www.propuestademarca.com



1. Estrategia para mantener e incrementar las exhibiciones adicionales en el canal moderno.

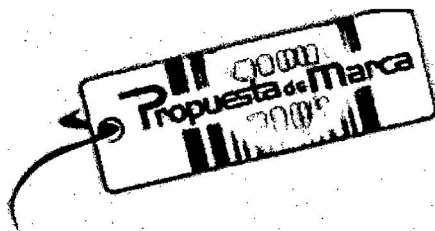
En el siguiente ítem, se consignan las estrategias propuestas en busca de incrementar y mantener las exhibiciones adicionales que generen mayor visibilidad en los Puntos de Venta del Canal Moderno, aumentando, de la misma forma, la rotación de inventario y ventas.

- ✓ **Manejo de punto y relaciones públicas en el almacén:** las relaciones públicas son un factor importante a desarrollar en cada punto de venta visitado por parte de los mercaimpulsadores FLA.

Los mercaimpulsadores y las buenas relaciones en cada uno de los puntos de venta, ayudan a gestionar y sostener espacios adicionales en los mismos, adicional a esto, el trabajo de apoyo e impulso para la venta que se realiza en cada visita, no solo ayuda a la cadena a crecer, sino al mercaimpulsador a desarrollar y potenciar sus habilidades en el campo, así como generar la presencia de la FLA de manera contundente en el mercado, por lo que fortalecer estas relaciones son una condición en la que ambas partes son ganadoras.

- ✓ **Gestión de inventarios y agotados:** el reporte semanal de inventarios y agotados por parte de los mercaimpulsadores en cada punto, ayuda a que desde la Dirección de Ventas de la FLA, se vigile, se regule y se garantice la rotación oportuna de la mercancía, que distribuida desde el CEDI, sea repartida de manera óptima en cada punto de venta, y que con las cantidades entregadas en cada establecimiento se puedan gestionar exhibiciones adicionales, que generen rotación de inventario, ventas y visibilidad, para el almacén y la cadena.

Cabe anotar, que las bodegas, por políticas del Grupo Éxito, no deben almacenar mucha mercancía por largos periodos de tiempo, por lo que, es un argumento válido para gestionar espacios ganadores en el almacén, buscando el beneficio de ambas partes.



2. Diagnóstico y recomendaciones de necesidades reales del mercado en los diferentes puntos del canal moderno.

Los grupos económicos y las diferentes cadenas que en la actualidad poseen tiendas en diferentes formatos (tiendas por departamentos, minimercados, supermercados mayoristas, entre otras) indican que a la hora de apoyar la venta de un producto, no se debe limitar a actividades que demanden baja inversión; desde Propuesta de Marca, proponemos actividades en el canal, para apoyar e incrementar las ventas de los productos del portafolio, así como la visibilidad y recordación de las marcas Aguardiente Antioqueño y Ron Medellín.

Estas actividades están orientadas al cumplimiento de los objetivos de la FLA en frentes distintos:

- Comunicación: acercar las marcas al público con actividades sutil bajo los argumentos estacionarios que el mercado ofrece generando recordación.
- Visibilidad: Usar recursos sobrios e iconográficos acompañados de un branding que invite a las personas a acercarse y hacer parte de las actividades FLA, por calidad de producto y reconocimiento de marca.
- Ventas: implementar mecánicas tácticas y promocionales que motiven al público a la compra y recompra de producto en un periodo determinado, obteniendo tanto beneficios intangibles como los valores de marca, así como tangibles que van desde el producto como tal hasta los premios u obsequios a los que se hacen acreedores al momento de la compra.

En este orden dimos inicio por proponer e implementar nuestra primera actividad para el día del Padre.

Propuesta N° 1

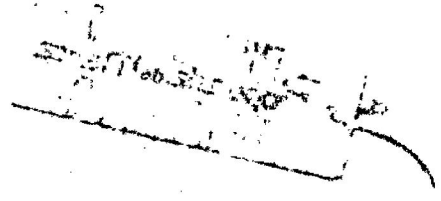
Actividad: Día del Padre 2019

Fecha: Junio 13 al 16 de 2019

Puntos de Venta: Éxito Poblado, Éxito Laureles, Éxito Colombia, Éxito San Antonio, Éxito Bello, Éxito Del Este, Éxito Envigado, Carulla Visitación, Carulla Llanogrande, Carulla Rincón de Oviedo.

De forma conjunta, con los mercaimpulsadores, se identifica que hay baja rotación en los productos Centenario, se procedió a plantear una estrategia con el fin de contrarrestar esta situación:

En el mes de junio, se propuso y se ejecutó la actividad de Padres, que se adhería a la celebración de los 100 años de la FLA; la actividad tenía entre sus objetivos: visibilizar los productos de edición especial Centenario de Aguardiente Antioqueño y Ron Medellín en los almacenes Éxito y Carulla;



El rol de la actividad de promoción en los diferentes canales de distribución y recomendación de productos

Los grupos económicos y las diferentes cadenas de distribución poseen tiendas en diferentes formatos (tiendas por departamentos, minimercados, supermercados, entre otras) indican que a la hora de apoyar la venta de un producto, no se debe limitar a actividades que demanden poca inversión desde el punto de vista de la marca, proponemos actividades en el canal, para apoyar e incrementar las ventas de los productos del portafolio, así como la visibilidad y recordación de las marcas. Agradecemos mucho su apoyo y colaboración.

Estas actividades están orientadas al cumplimiento de los objetivos de la FLA en frentes distintos:

- Comunicación: acercar las marcas al público con actividades que permitan generar los siguientes efectos:
 - Visibilidad: Usar recursos sobre e iconografía acompañados de un branding que invite a las personas a acercarse y hacer parte de las actividades FLA, por calidad de producto y reconocimiento de marca.
 - Ventas: implementar mecánicas técnicas y promocionales que motiven al público a la compra y recordación de producto en un periodo determinado, obteniendo tanto beneficios inmediatos como los valores de marca, así como también que van desde el producto como tal hasta los premios u obsequios a los que se hacen acreedores al momento de la compra.

En esta orden damos inicio por proponer e implementar nuestra primera actividad para el día del Padre.

Propuesta No. 1

Actividad: Día del Padre 2019
Fecha: Junio 13 al 16 de 2019

Puntos de Venta: Éxito Poblado, Éxito Laureles, Éxito Colombia, Éxito San Antonio, Éxito Bello, Éxito Del Este, Éxito Envidado, Carulla Vitecón, Carulla L'Espresso, Carulla Rincón de Oviedo.

De forma conjunta, con los mercadotistas, se definirá que hay que hacer en los productos. Con esto se procederá a plantear una estrategia con el fin de contrarrestar esta situación.

En el mes de junio se ejecutó la actividad de Padres, que se adelantó a la celebración de los 100 años de la FLA; la actividad tenía entre sus objetivos: visibilizar los productos de edición especial Centenario de Aguadiente Antioqueño y Ron Medellín en los almacenes Éxito y Carulla;

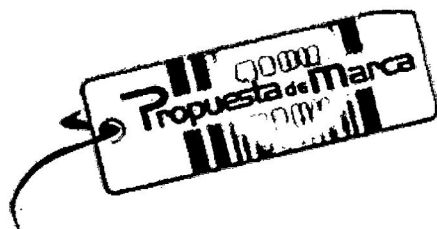


comunicar a consumidores e impactar a posibles consumidores, el festejo de los 100 años de la FLA, como empresa tradicional de los antioqueños; hacerlos parte de la celebración con obsequios de edición limitada por compras de nuestros productos edición Centenario (Aguardiente Antioqueño Centenario, Aguardiente Antioqueño Sin Azúcar Centenario y Ron Medellín 19 años Gran Solera).

La dinámica consistió en entregar 2 vasos de vidrio, brandeados con "FLA 100 AÑOS" a quien comprara una botella 750 ml de Ron Medellín 19 años Gran Solera, por otro lado se obsequian 2 copas de vidrio, brandeadas con "FLA 100 AÑOS" a quien adquiere una botella 750 ml de Aguardiente Antioqueño Centenario o Aguardiente Antioqueño Sin Azúcar Centenario.

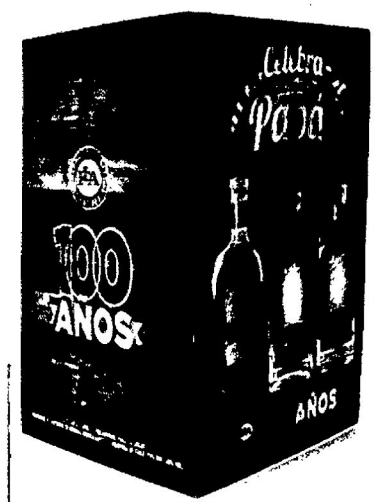
A continuación se muestra registro fotográfico del evento.





Material POP apoyo actividad

Piezas visuales aprobadas: plegables.



Durante la semana en la que se comunicó y se desarrolló la actividad se evidencia un crecimiento en ventas en todos los PDV del grupo Éxito, respecto a la semana inmediatamente anterior.

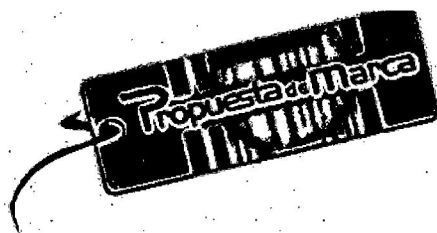
(valores expresados en unidades de producto vendidas)

PRODUCTO	Jun. 03 - Jun. 09	Jun. 10 - Jun. 16	VAR%
AGUARDIENTE ANTIOQUEÑO CENTENARIO TRADICIONAL	217	481	122%
AGUARDIENTE ANTIOQUEÑO CENTENARIO SIN AZUCAR	269	594	121%
RON MEDELLÍN SOLERA 19 AÑOS	244	536	120%

Es decir que las ventas crecieron en una relación 2,22 vs. la semana anterior.

PROPUESTA DE MARCA S.A.S. Nit. 900.141.687-9 Carrera 13 No. 113 – 66 PBX: 4936000 Bogotá D.C., Colombia

www.propuestademarca.com



Estas fueron las ventas alcanzadas en los Puntos de Venta en los que se desarrolló la actividad, desde el jueves 13 hasta el domingo 16 de junio:

PDV CON ACTIVIDAD	AA CENTENARIO		ASA CENTENARIO		RON MED 19 GRAN SOLERA	
	UND	\$	UND	\$	UND	\$
ÉXITO BELLO	51	2.164.569	28	1.322.236	60	5.770.669
ÉXITO ENVIGADO	48	2.037.241	25	1.180.568	61	5.866.846
ÉXITO LAURELES	25	1.061.063	44	2.077.799	35	3.366.223
ÉXITO COLOMBIA	24	1.018.620	31	1.463.904	23	2.212.090
ÉXITO SAN ANTONIO	22	933.735	40	1.888.908	19	1.827.378
ÉXITO POBLADO	21	891.293	36	1.700.018	36	3.462.401
CARULLA VISITACIÓN	12	509.310	19	897.231	26	2.500.623
CARULLA RINCON DE OVIEDO	10	424.425	18	850.009	20	1.923.556
ÉXITO DEL ESTE	8	339.540	19	897.231	20	1.923.556
CARULLA LLANOGRANDE	8	339.540	8	566.673	12	1.154.134
TOTAL	229	\$ 9.719.336	268	\$ 12.844.577	312	\$ 30.007.476

El PDV Carulla Llanogrande, se vio afectado por un factor externo al mismo: el cambio vial que hubo en el acceso a su entrada principal, lo que afecta las ventas, en general, de todo el PDV.

Debido a los excelentes resultados obtenidos, continuaremos con una segunda propuesta táctica para la temporada de Feria de las Flores 2019.

Propuesta N° 2

Actividad: Acompañamiento y redención Feria de las Flores 2019.

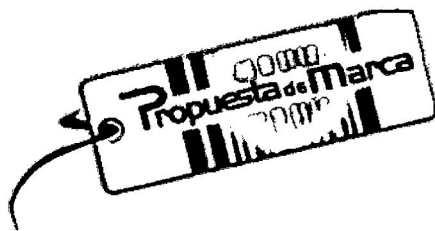
Fecha: 2 al 11 de Agosto.

Puntos de Venta: Éxito Colombia, Éxito Gran Vía, Éxito La 33, Éxito La 70, Éxito Poblado, Éxito Laureles

ESTRATEGIA

Se contará con una oficina móvil que impulsará los productos de la marca "Aguardiente Antioqueño y Ron Medellín".

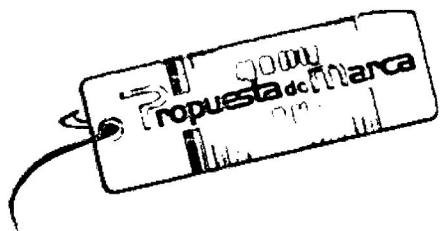
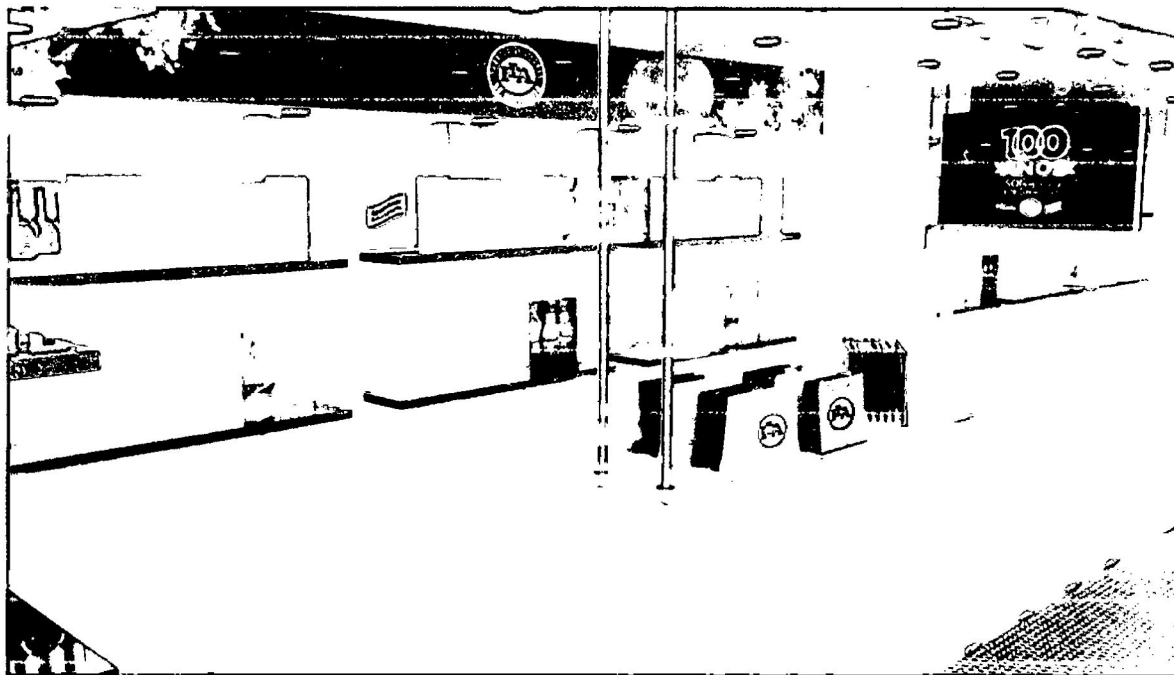
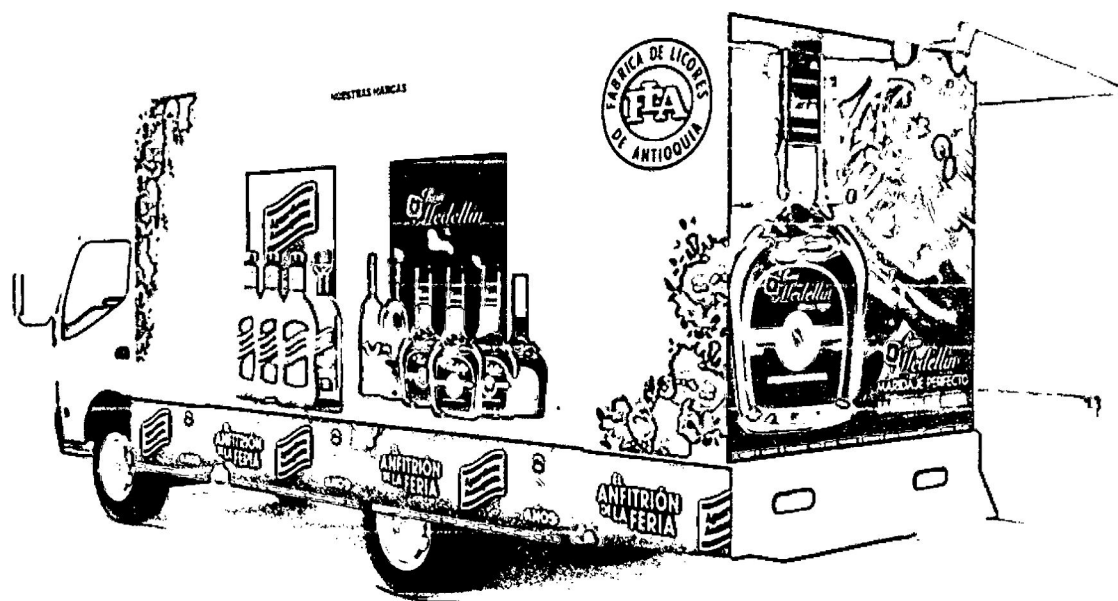
Adicionalmente, tendríamos una activación que consistiría en la redención de las tirillas de compra de productos del portafolio por entradas a los conciertos más importantes de la Feria en donde la FLA es patrocinador; para esta mecánica aplicaríamos escalas en montos de compra.



PE. Compras entre \$50 y \$100 Mil pesos redime una entrada sencilla y compras superiores a \$100 mil pesos redime una entrada doble.

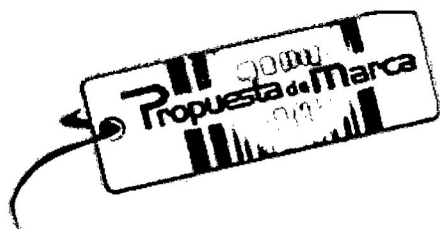
Igualmente todo comprador indiferente el monto lo invitaríamos a acercarse a nuestra móvil para participar en actividades interactivas, degustación de producto y poder ganar premios inmediatos de Merchandising como: copa-collar, gorras, camisetas, pitos, entre otros.





PROPUESTA DE MARCA S.A.S. Nit. 900.141.687-9 Carrera 13 No. 113 – 66 PBX: 4936000 Bogotá D.C., Colombia

www.propuestademarka.com

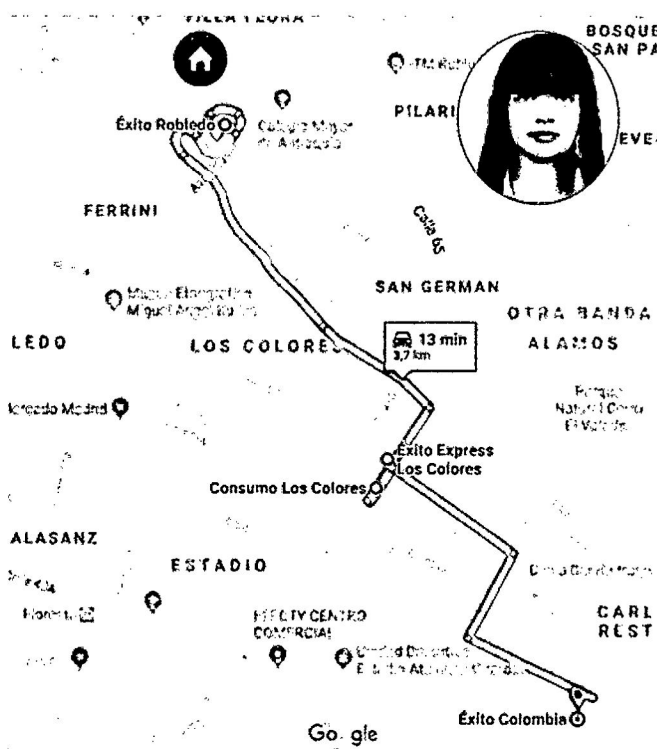


3. Plan de mejoramiento para optimización de rutas y tiempos en el canal moderno.

El plan de mejoramiento para optimizar la atención a los puntos de venta y los tiempos de desplazamiento entre los mismos, consiste en optimizar la cobertura de puntos de venta visitados diariamente por nuestros mercaimpulsadores, cubriendo el mayor número de puntos de venta del mismo sector, barrio o municipio, en la zona de influencia donde residen, contando con el conocimiento y experiencia en los trayectos en cada uno de estos lugares, buscando una reducción significativa en tiempos de desplazamiento y mayor tiempo de atención y apoyo en cada almacén.

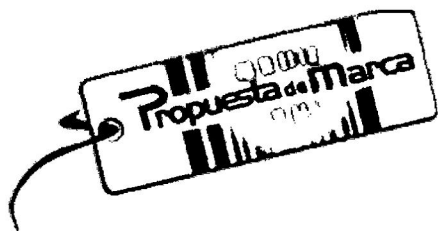
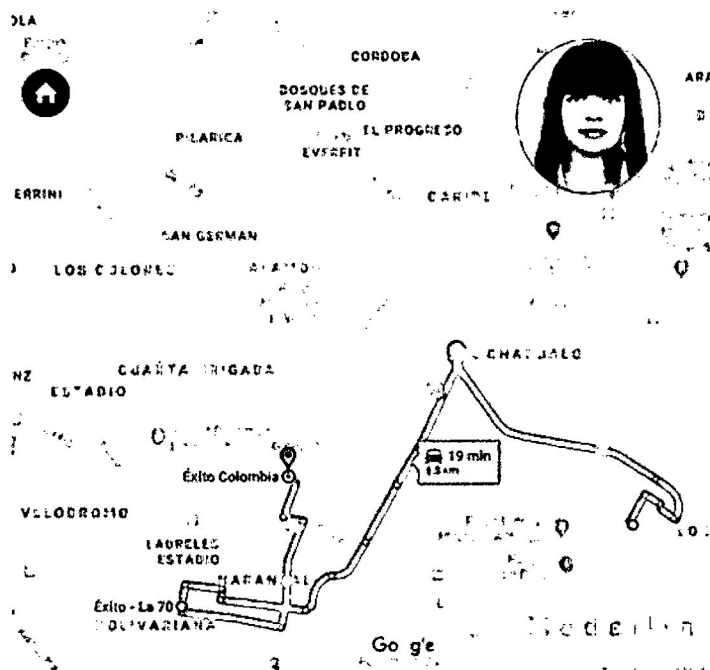
Así como el ejemplo que se muestra a continuación, contamos con el diseño de 32 rutas que cubren el Valle de Aburra, Oriente y Urabá antioqueño. Es en estos sectores donde el apoyo de los mercaimpulsadores se enfoca contando en la actualidad con un promedio de 100 puntos de venta, priorizando 50 punto del Grupo Éxito, en los cuales de encuentran tanto Éxitos (en todos sus formatos) y tiendas Carulla.

Cada mercaimpulsador termina su turno en el punto de venta Pareto, es decir, el de mayor venta del sector.



Ruta 1:

1. Éxito Robledo
2. Consumo Los Colores
3. Éxito Express Los Colores
4. Éxito Colombia



Ruta 2:

1. Consumo San Joaquín
2. Éxito La 70
3. Éxito Colombia



4. Inventarios – agotados – descodificados.

(Anexo 1)

Semana 17 de Junio 2019

	DESCRIPCION	ÉXITO	CENCOSUD	OLIMPICA	EURO	MERKEPAISA	MAKRO	LA VAQUITA
AA	Antioqueño media 375 ml	\$ 17.300	\$ 18.590	\$ 17.200	\$ 17.160	\$ 17.250	\$ 17.300	\$ 17.200
	Antioqueño botella 750 ml	\$ 31.800	\$ 38.990	\$ 31.650	\$ 31.600	\$ 31.800	\$ 33.959	\$ 31.600
	Antioqueño botella 1000ml	\$ 39.900	\$ 48.990	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 39.513	\$ -
	Antioqueño garrafa 2000 ml	\$ 77.600	\$ 83.990	\$ 77.200	\$ 77.030	\$ 77.400	\$ 77.600	\$ 77.000
	Antioqueño tetra 260ml	\$ 10.900	\$ -	\$ 10.800	\$ 10.800	\$ 10.850	\$ -	\$ 10.800
	Antioqueño tetra prisma 1050 ml	\$ 40.900	\$ 44.990	\$ 40.750	\$ 40.640	\$ 40.650	\$ -	\$ 40.650
ASA	Antioqueño media 375 ml Sin Azucar	\$ 18.700	\$ 19.990	\$ 18.550	\$ 18.520	\$ 18.650	\$ 18.700	\$ 17.200
	Antioqueño botella 750 ml Sin Azucar	\$ 34.900	\$ 36.990	\$ 34.750	\$ 34.660	\$ 34.900	\$ 34.900	\$ 31.990
	Antioqueño litro 1000 ml Sin Azucar	\$ 42.400	\$ 45.990	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 42.400	\$ -
	Antioqueño garrafa 2000 ml Sin azucar	\$ 86.000	\$ 93.990	\$ 85.600	\$ 85.380	\$ 85.950	\$ 86.000	\$ 85.350
	Antioqueño tetra 260 ml Sin Azucar	\$ 11.900	\$ -	\$ 11.850	\$ 11.860	\$ 11.900	\$ -	\$ 11.850
	Antioqueño tetra 1050 ml Sin Azucar	\$ 43.500	\$ 47.990	\$ 43.300	\$ 43.200	\$ 43.500	\$ -	\$ 43.200
REAL	Aguardiente real botella 750	\$ 49.100	\$ 49.990	\$ 48.850	\$ -	\$ 49.100	\$ -	\$ 48.750

Semana 17 de Junio 2019

PRODUCTO	DESCRIPCION	ÉXITO	CENCOSUD	OLIMPICA	EURO	MERKEPAISA	MAKRO	LA VAQUITA
SOMETHING	Something Special 375 ml	\$ 29.900	\$ 27.990	\$ 29.900	\$ 28.210	\$ -	\$ -	\$ 27.300
	Something Special 750 ml	\$ 49.900	\$ 47.990	\$ 49.900	\$ 62.230	\$ -	\$ -	\$ 47.200
BLACK&WHITE	Black&White 375ml	\$ 25.900	\$ 25.990	\$ 25.900	\$ 20.800	\$ 26.900	\$ 25.900	\$ 26.000
	Black&White 700ml	\$ 44.900	\$ 43.990	\$ 44.900	\$ 41.660	\$ 46.650	\$ 44.900	\$ 45.050
RED LABEL	Red Label 375ml	\$ -	\$ 28.990	\$ 29.900	\$ 30.300	\$ -	\$ -	\$ 30.550
	Red Label 750ml	\$ 46.100	\$ 46.990	\$ 49.900	\$ 45.500	\$ -	\$ 49.900	\$ 50.200

2

AMARTINEZL

Semana 17 de Junio 2019

PRODUCTO	DESCRIPCION	ÉXITO	CENCOSUD	OLIMPICA	EURO	MERKEPAISA	MAKRO	LA VAQUITA
Rones FLA	Ron 3 Años media 375	\$ 19,700	\$ 19,990	\$ 19,550	\$ 19,540	\$ 19,550	\$ 19,700	\$ 19,550
	Ron 3 Años botella 750	\$ 37,800	\$ 38,990	\$ 34,750	\$ 34,490	\$ 37,700	\$ 37,800	\$ 37,500
	Ron 3 Años botella 1000ml	\$ 44,100	\$ 44,990	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 44,100	\$ -
	Ron 3 Años garrafa 2000 ml	\$ 88,200	\$ 93,990	\$ 87,750	\$ 87,540	\$ 87,950	\$ 88,200	\$ 87,500
	Ron 3 Años tetra 260ml	\$ 12,900	\$ -	\$ 12,850	\$ 12,830	\$ 12,900	\$ -	\$ 12,850
	Ron 3 Años tetra prisma 1050 ml	\$ 45,400	\$ 45,990	\$ 45,150	\$ 45,050	\$ 45,300	\$ -	\$ 45,050
	Ron 5 Años Media x 375 ml	\$ 23,300	\$ 28,990	\$ 23,250	\$ 23,180	\$ 23,350	\$ 23,300	\$ 23,200
	Ron 5 Años Botella x 750 ml	\$ 43,800	\$ 43,990	\$ 43,600	\$ 43,510	\$ 43,900	\$ -	\$ 43,500
	Ron 8 Años media 375 ml	\$ 38,300	\$ 35,990	\$ 33,150	\$ -	\$ 33,300	\$ 31,389	\$ 33,050
	Ron 8 Años botella 750 ml	\$ 55,400	\$ 55,990	\$ 55,150	\$ 55,000	\$ 55,350	\$ -	\$ 55,000
	Ron 12 Años botella 750 ml	\$ 70,900	\$ 71,990	\$ 70,550	\$ 70,390	\$ 70,850	\$ -	\$ 70,350
	Ron Dorado 375ml	\$ 18,100	\$ 16,590	\$ -	\$ 18,320	\$ 18,050	\$ 18,100	\$ 17,900
	Ron Dorado 750ml	\$ 34,700	\$ 34,990	\$ -	\$ 35,180	\$ 34,600	\$ 34,700	\$ 34,400
	Ron Dorado 1500ml	\$ 69,400	\$ 69,980	\$ -	\$ 70,360	\$ 69,200	\$ 69,400	\$ 69,200
Cremas de Ron FLA	Crema de Ron 8 Años 375ml	\$ 29,300	\$ 27,990	\$ -	\$ 30,470	\$ -	\$ 26,100	\$ -
	Crema de Ron 8 Años 750ml	\$ 49,100	\$ 46,990	\$ 51,600	\$ 53,820	\$ 51,850	\$ 51,389	\$ 51,500
Ron Viejo de Caldas	Ron 3 Años media 375	\$ 24,500	\$ -	\$ 23,450	\$ 23,520	\$ 22,650	\$ 22,800	\$ 22,400
	Ron 3 Años botella 750	\$ 47,500	\$ 41,990	\$ 46,600	\$ 45,110	\$ 43,400	\$ 43,500	\$ 42,950
	Ron 3 Años garrafa 1750 ml	\$ 104,500	\$ 91,990	\$ 99,950	\$ -	\$ 96,650	\$ 98,000	\$ 95,600
	Ron 3 Años tetra 260ml	\$ 15,900	\$ 13,990	\$ 13,990	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Ron 3 Años tetra prisma 1000 ml	\$ 60,500	\$ -	\$ 57,250	\$ -	\$ 54,150	\$ -	\$ -
	Ron 5 Años Media x 375 ml	\$ 28,500	\$ 24,990	\$ 26,250	\$ -	\$ 26,550	\$ -	\$ 25,950
	Ron 5 Años Botella x 750 ml	\$ 53,500	\$ -	\$ 49,450	\$ -	\$ 49,850	\$ -	\$ 48,800
	Ron 8 Años media 375 ml	\$ 39,500	\$ 40,990	\$ -	\$ -	\$ 36,950	\$ -	\$ 35,750
	Ron 8 Años botella 750 ml	\$ 75,000	\$ 65,990	\$ 68,550	\$ -	\$ 69,300	\$ -	\$ -
	Ron 15 Años botella 750 ml	\$ 98,500	\$ 85,990	\$ 89,250	\$ -	\$ 90,250	\$ -	\$ 88,250
Cremas de Ron Viejo de Caldas	Cremas de Ron Viejo de Caldas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
		\$ 61,300	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 51,650

AMARTINEZL

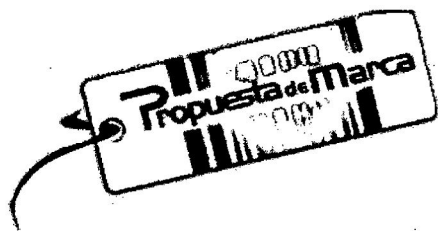
PRODUCTO	DESCRIPCION	ÉXITO	CENCOSUD	OLIMPICA	EURO	MERKEPAISA	MAKRO	LA VAQUITA
AA	Antioqueño media 375 ml	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%
	Antioqueño botella 750 ml	0%	15%	0%	0%	0%	0%	0%
	Antioqueño botella 1000ml	0%	14%	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	0%	#DIV/0!
	Antioqueño garrafa 2000 ml	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%
	Antioqueño tetra 260ml	0%	#DIV/0!	0%	0%	0%	#DIV/0!	0%
	Antioqueño tetra prisma 1050 ml	0%	0%	0%	0%	0%	#DIV/0!	0%
ASA	Antioqueño media 375 ml Sin Azucar	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%
	Antioqueño botella 750 ml Sin Azucar	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%
	Antioqueño litro 1000 ml Sin Azucar	0%	0%	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	1%	#DIV/0!
	Antioqueño garrafa 2000 ml Sin azucar	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%
	Antioqueño tetra 260 ml Sin Azucar	0%	#DIV/0!	0%	0%	0%	#DIV/0!	0%
	Antioqueño tetra 1050 ml Sin Azucar	0%	0%	0%	-2%	0%	#DIV/0!	0%
REAL	Aguardiente real botella 750	0%	0%	0%	#DIV/0!	0%	#DIV/0!	0%

Semana 10 de Junio								
	DESCRIPCION	ÉXITO	CENCOSUD	OLIMPICA	EURO	MERKEPAISA	MAKRO	LA VAQUITA
AA	Antioqueño media 375 ml	\$ 17.300	\$ 18.590	\$ 17.200	\$ 17.160	\$ 17.250	\$ 17.130	\$ 17.200
	Antioqueño botella 750 ml	\$ 31.800	\$ 33.990	\$ 31.650	\$ 31.600	\$ 31.800	\$ 33.959	\$ 31.600
	Antioqueño botella 1000ml	\$ 39.900	\$ 42.990	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 39.513	\$ -
	Antioqueño garrafa 2000 ml	\$ 77.600	\$ 83.990	\$ 77.200	\$ 77.030	\$ 77.400	\$ 76.825	\$ 77.000
	Antioqueño tetra 260ml	\$ 10.900	\$ -	\$ 10.800	\$ 10.800	\$ 10.850	\$ -	\$ 10.800
	Antioqueño tetra prisma 1050 ml	\$ 40.900	\$ 44.990	\$ 40.750	\$ 40.640	\$ 40.650	\$ -	\$ 40.650
ASA	Antioqueño media 375 ml Sin Azucar	\$ 18.700	\$ 19.990	\$ 18.550	\$ 18.520	\$ 18.650	\$ 18.529	\$ 17.200
	Antioqueño botella 750 ml Sin Azucar	\$ 34.900	\$ 36.990	\$ 34.750	\$ 34.660	\$ 34.900	\$ 34.700	\$ 31.990
	Antioqueño litro 1000 ml Sin Azucar	\$ 42.400	\$ 45.990	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 42.010	\$ -
	Antioqueño garrafa 2000 ml Sin azucar	\$ 86.000	\$ 93.990	\$ 85.600	\$ 85.380	\$ 85.950	\$ 85.221	\$ 85.350
	Antioqueño tetra 260 ml Sin Azucar	\$ 11.900	\$ -	\$ 11.850	\$ 11.860	\$ 11.900	\$ -	\$ 11.850
	Antioqueño tetra 1050 ml Sin Azucar	\$ 43.500	\$ 47.990	\$ 43.300	\$ 43.860	\$ 43.500	\$ -	\$ 43.200
REAL	Aguardiente real botella 750	\$ 49.100	\$ 49.990	\$ 48.830	\$ -	\$ 49.100	\$ -	\$ 48.750
SEMANA 4 ENERO (21 Ene. - 27 Ene.)								
PRODUCTO	DESCRIPCION	ÉXITO	CENCOSUD	OLIMPICA	EURO	MERKEPAISA	MAKRO	LA VAQUITA
Rones FLA	Ron 3 Años media 375	\$ 19.700	\$ 19.990	\$ 19.550	\$ 19.540	\$ 19.550	\$ 19.525	\$ 19.550
	Ron 3 Años botella 750	\$ 37.400	\$ 37.990	\$ 37.550	\$ 37.490	\$ 37.700	\$ 37.451	\$ 37.500
	Ron 3 Años botella 1000ml	\$ 45.400	\$ 44.990	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 43.701	\$ -
	Ron 3 Años garrafa 2000 ml	\$ 88.200	\$ 59.990	\$ 87.750	\$ 87.540	\$ 87.950	\$ 87.402	\$ 87.500
	Ron 3 Años tetra 260ml	\$ 12.900	\$ -	\$ 12.850	\$ 12.830	\$ 12.900	\$ -	\$ 12.850
	Ron 3 Años tetra prisma 1050 ml	\$ 45.100	\$ 45.990	\$ 45.150	\$ 45.040	\$ 45.300	\$ -	\$ 45.050
	Ron 5 Años Media x 375 ml	\$ 23.300	\$ 23.590	\$ 23.200	\$ 23.180	\$ 23.350	\$ 23.212	\$ 23.200
	Ron 5 Años Botella x 750 ml	\$ 43.800	\$ 43.990	\$ 43.600	\$ 43.510	\$ 43.800	\$ -	\$ 43.500
	Ron 8 Años media 375 ml	\$ 33.300	\$ 33.990	\$ 33.150	\$ -	\$ 33.300	\$ 31.389	\$ 33.050
	Ron 8 Años botella 750 ml	\$ 55.400	\$ 55.990	\$ 55.150	\$ 55.000	\$ 55.350	\$ -	\$ 55.000
	Ron 12 Años botella 750 ml	\$ 70.900	\$ 71.990	\$ 70.550	\$ 70.390	\$ 70.850	\$ -	\$ 70.350
	Ron Dorado 375ml	\$ 18.100	\$ 16.590	\$ -	\$ 18.320	\$ 18.050	\$ 17.918	\$ 17.900
	Ron Dorado 750ml	\$ 34.700	\$ 30.990	\$ -	\$ 35.180	\$ 34.600	\$ 34.336	\$ 34.400
Cremas de Ron FLA	Crema de Ron 8 Años 375ml	\$ 29.300	\$ 27.990	\$ -	\$ 30.470	\$ -	\$ 26.100	\$ -
	Crema de Ron 8 Años 750ml	\$ 49.100	\$ 46.990	\$ -	\$ 53.820	\$ 51.850	\$ 51.389	\$ 51.500
Ron Viejo de Caldas	Ron 3 Años media 375	\$ 24.500	\$ -	\$ 23.450	\$ 23.520	\$ 22.650	\$ 22.100	\$ 22.400
	Ron 3 Años botella 750	\$ 47.500	\$ 48.990	\$ 46.600	\$ 45.110	\$ 43.400	\$ 43.300	\$ 42.950
	Ron 3 Años garrafa 1750 ml	\$ 104.500	\$ -	\$ 99.950	\$ -	\$ 96.650	\$ 95.200	\$ 95.600
	Ron 3 Años tetra 260ml	\$ 15.900	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Ron 3 Años tetra prisma 1000 ml	\$ -	\$ -	\$ 57.250	\$ -	\$ 54.150	\$ -	\$ -
	Ron 5 Años Media x 375 ml	\$ 28.800	\$ 24.990	\$ 26.250	\$ -	\$ 26.550	\$ -	\$ 25.950
	Ron 5 Años Botella x 750 ml	\$ 53.500	\$ -	\$ 49.450	\$ -	\$ 49.850	\$ -	\$ 48.800
	Ron 8 Años media 375 ml	\$ 39.500	\$ 32.990	\$ 36.550	\$ -	\$ 36.950	\$ -	\$ 35.750
	Ron 8 Años botella 750 ml	\$ 75.000	\$ 65.490	\$ 68.550	\$ -	\$ 69.300	\$ -	\$ -
	Ron 12 Años botella 750 ml	\$ 98.500	\$ 85.990	\$ 89.250	\$ -	\$ 90.250	\$ -	\$ 88.250
Cremas de Ron Viejo de Caldas	CR 375 ml	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	CR 750 ml	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 51.650	\$ -	\$ 51.650

CONFIDENTIAL

PRODUCTO	DESCRIPCION	ÉXITO	CENCOŠUD	OLIMPICA	EURO	MERKEPAISA	MAKRO	LA VAQUITA
Rones FLA	Ron 3 Años media 375	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%
	Ron 3 Años botella 750	1%	3%	-7%	-8%	0%	0%	0%
	Ron 3 Años botella 1000ml	-3%	0%	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	0%	#iDIV/0!
	Ron 3 Años garrafa 2000 ml	0%	57%	0%	0%	0%	1%	0%
	Ron 3 Años tetra 260ml	0%	#iDIV/0!	0	0%	0%	#iDIV/0!	0%
	Ron 3 Años tetra prisma 1050 ml	1%	0%	0%	0%	0%	#iDIV/0!	0%
	Ron 5 Años Media x 375 ml	0%	23%	0%	0%	0%	1%	0%
	Ron 5 Años Botella x 750 ml	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%
	Ron 8 Años media 375 ml	15%	6%	0%	#iDIV/0!	0%	1%	0%
	Ron 8 Años botella 750 ml	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%
	Ron 12 Años botella 750 ml	0%	0%	0%	0%	0%	#iDIV/0!	0%
	Ron Dorado 375ml	0%	0%	#iDIV/0!	0%	0%	#iDIV/0!	0%
	Ron Dorado 750ml	0%	13%	#iDIV/0!	0%	0%	#iDIV/0!	0%
Cremas de Ron FLA	Crema de Ron 8 Años 375ml	\$ -	#iDIV/0!	#iDIV/0!	0	#iDIV/0!	0%	#iDIV/0!
	Crema de Ron 8 Años 750ml	0%	#iDIV/0!	#iDIV/0!	0%	0%	0%	0%
Ron Viejo de Caldas	Ron 3 Años media 375	0%	#iDIV/0!	0%	0	0%	3%	0%
	Ron 3 Años botella 750	0%	-14%	0%	0	100%	0%	0%
	Ron 3 Años garrafa 1750 ml	0%	#iDIV/0!	0%	#iDIV/0!	0%	3%	0%
	Ron 3 Años tetra 260ml	0%	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!	#iDIV/0!
	Ron 3 Años tetra prisma 1000 ml	#iDIV/0!	#iDIV/0!	0%	#iDIV/0!	0%	#iDIV/0!	#iDIV/0!
	Ron 5 Años Media x 375 ml	-1%	0%	0%	#iDIV/0!	0%	#iDIV/0!	0%
	Ron 5 Años Botella x 750 ml	0%	#iDIV/0!	0%	#iDIV/0!	0%	#iDIV/0!	0%
	Ron 8 Años media 375 ml	0%	24%	-100%	#iDIV/0!	0%	#iDIV/0!	0%
	Ron 8 Años botella 750 ml	0%	1%	0%	#iDIV/0!	0%	#iDIV/0!	#iDIV/0!
	Ron 15 Años botella 750 ml	0%	0%	0%	#iDIV/0!	0%	#iDIV/0!	0%
Cremas de Ron Viejo de Caldas								

Semana 17 de Junio						
ÉXITO	CENCOSUD	OLIMPICA	EURO	MERKEPAISA	MAKRO	LA VAQUITA
\$ 17.300	\$ 18.590	\$ 17.200	\$ 17.160	\$ 17.250	\$ 17.300	\$ 17.200
\$ 31.800	\$ 38.990	\$ 31.650	\$ 31.600	\$ 31.800	\$ 33.959	\$ 31.600
\$ 39.900	\$ 48.990	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 39.513	\$ -
\$ 77.600	\$ 83.990	\$ 77.200	\$ 77.030	\$ 77.400	\$ 77.600	\$ 77.000
\$ 10.900	\$ -	\$ 10.800	\$ 10.800	\$ 10.850	\$ -	\$ 10.800
\$ 40.900	\$ 44.990	\$ 40.750	\$ 40.640	\$ 40.650	\$ -	\$ 40.650
\$ 18.700	\$ 19.990	\$ 18.550	\$ 18.520	\$ 18.650	\$ 18.700	\$ 17.200
\$ 34.900	\$ 36.990	\$ 34.750	\$ 34.660	\$ 34.900	\$ 34.900	\$ 31.990
\$ 42.400	\$ 45.990	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 42.400	\$ -
\$ 86.000	\$ 93.990	\$ 85.600	\$ 85.380	\$ 85.950	\$ 86.000	\$ 85.350
\$ 11.900	\$ -	\$ 11.850	\$ 11.860	\$ 11.900	\$ -	\$ 11.850
\$ 43.500	\$ 47.990	\$ 43.300	\$ 43.200	\$ 43.500	\$ -	\$ 43.200
\$ 49.100	\$ 49.990	\$ 48.850	\$ -	\$ 49.100	\$ -	\$ 48.750
SEMANA 1 FEBRERO (28 Ene. - 03 Feb.)						
ÉXITO	CENCOSUD	OLIMPICA	EURO	MERKEPAISA	MAKRO	LA VAQUITA
\$ 19.700	\$ 19.990	\$ 19.550	\$ 19.540	\$ 19.550	\$ 19.700	\$ 19.550
\$ 37.800	\$ 38.990	\$ 34.750	\$ 34.490	\$ 37.700	\$ 37.800	\$ 37.500
\$ 44.100	\$ 44.990	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 44.100	\$ -
\$ 88.200	\$ 93.990	\$ 87.750	\$ 87.540	\$ 87.950	\$ 88.200	\$ 87.500
\$ 12.900	\$ -	\$ 12.850	\$ 12.830	\$ 12.900	\$ -	\$ 12.850
\$ 45.400	\$ 45.990	\$ 45.150	\$ 45.050	\$ 45.300	\$ -	\$ 45.050
\$ 23.300	\$ 28.990	\$ 23.250	\$ 23.180	\$ 23.350	\$ 23.300	\$ 23.200
\$ 43.800	\$ 43.990	\$ 43.600	\$ 43.510	\$ 43.800	\$ -	\$ 43.500
\$ 38.300	\$ 35.990	\$ 33.150	\$ -	\$ 33.300	\$ 31.389	\$ 33.050
\$ 55.400	\$ 55.990	\$ 55.150	\$ 55.000	\$ 55.350	\$ -	\$ 55.000
\$ 70.900	\$ 71.990	\$ 70.550	\$ 70.390	\$ 70.850	\$ -	\$ 70.350
\$ 18.100	\$ 16.590	\$ -	\$ 18.320	\$ 18.050	\$ 18.100	\$ 17.900
\$ 34.700	\$ 34.990	\$ -	\$ 35.180	\$ 34.600	\$ 34.700	\$ 34.400
\$ 29.300	\$ 27.990	\$ -	\$ 30.470	\$ -	\$ 26.100	\$ -
\$ 49.100	\$ 46.990	\$ 51.600	\$ 53.820	\$ 51.850	\$ 51.389	\$ 51.500
\$ 24.500	\$ -	\$ 23.450	\$ 23.520	\$ 22.650	\$ 22.800	\$ 22.400
\$ 47.500	\$ 41.990	\$ 46.600	\$ 45.110	\$ 43.400	\$ 43.500	\$ 42.950
\$ 104.500	\$ 91.990	\$ 99.950	\$ -	\$ 96.650	\$ 98.000	\$ 95.600
\$ 15.900	\$ 13.990	\$ 13.990	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ 60.500	\$ -	\$ 57.250	\$ -	\$ 54.150	\$ -	\$ -
\$ 28.500	\$ 24.990	\$ 26.250	\$ -	\$ 26.550	\$ -	\$ 25.950
\$ 53.500	\$ -	\$ 49.450	\$ -	\$ 49.850	\$ -	\$ 48.800
\$ 39.500	\$ 40.990	\$ -	\$ -	\$ 36.950	\$ -	\$ 35.750
\$ 75.000	\$ 65.990	\$ 68.550	\$ -	\$ 69.300	\$ -	\$ -
\$ 98.500	\$ 85.990	\$ 89.250	\$ -	\$ 90.250	\$ -	\$ 88.250
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ 61.300	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 51.650

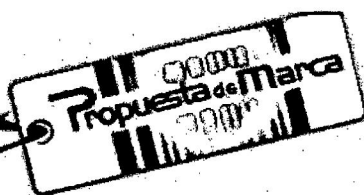


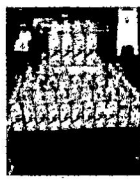
5. Análisis de actividades realizadas por la competencia.

La presencia constante en los puntos de venta además de cumplir con nuestra labor de impulso nos permite revisar qué acciones se están llevando a cabo las otras marcas de la categoría.

Es así como nuestros mercaimpulsadores reportan las actividades que relacionamos a continuación y que consolidamos en los diagramas a continuación que nos dan una visión más clara del comportamiento de los demás competidores en puntos de venta.

MARCA/ACCIÓN	RON VIEJO DE CALDAS								
	RON VIEJO DE CALDAS								
	Actividad de degustación y entrega POP (libretas, lápizeros, ponchos)	Participación en actividad "Combo Futbolero" PDV Éxito	Mueble negociado	Mueble negociado	Mueble Negociado	Estiba adicional	Espacio adicional	Espacio adicional	Amarre con vaso
ÉXITO POBLADO	1	1				1			
ÉXITO NIQUIA	1	1	1				1		
ÉXITO ENVIADO WOW		1							
ÉXITO LAURELES	1	1							
CARRULLA POBLADO									
ÉXITO CAISPA	1	1							
ÉXITO MAYORCA		1							
ÉXITO COLOMBIA	1	1							
ÉXITO SABANETA		1							
ÉXITO ENVIADO CENTRO		1							
ÉXITO UNICENTRO		1	1						
RUMBO RIONEGRO									
CARRULLA LLANOGRADE				1					
CARRULLA RINCÓN DE OVEDO				1					
PEMPENNO EL RETIRO								1	
CARIBE MARSHALLA									
MARBO POBLADO									1
OLÍMPICA SAN LUCAS					1				
MERQUEPASA SABANETA					1				
TOTALES	5	10	2	2	2	1	1	1	1
TOTAL X MARCA					25				
%					41%				



					
<div>MARCA / ACCIÓN</div> <div>PDV</div>	WHISKY JOHNNIE WALKER				
	Tope Negociado con mueble especial Red Label	Amarre con soda Black Label	Muebles adicionales White Walker	Mueble negociado White Walker	
ÉXITO POBLADO			2		
ÉXITO NIQUIA				1	
ÉXITO ENVIGADO WOW					
ÉXITO LAURELES	1				
CARULLA POBLADO					
ÉXITO CAREPA					
ÉXITO MAYORCA	1				
ÉXITO COLOMBIA					
ÉXITO SABANETA					
ÉXITO ENVIGADO CENTRO					
ÉXITO UNICENTRO					
JUMBO RIONEGRO					
CARULLA LLANOGRANDE					
CARULLA RINCÓN DE OVIEDO					
PEMPENAO EL RETIRO					
CARIBE MARINILLA		1			
MAKRO POBLADO					
OLÍMPICA SAN LUCAS					
MERQUEPAISA SABANETA					
TOTALES	2	1	2	1	
TOTAL X MARCA	6				
%	10%				



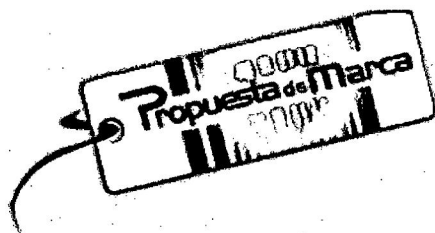
MARCA / ACCIÓN	PDV	WHISKY OLD PARR		GINEBRA GORDON'S	WISKY SOMETHING SPECIAL	WISKY CHIVAS REGAL	GINEBRA TANQUERAY	WISKY HAIG CLUB	
		Topo Negociado con mueble especial	Mueble negociado	Amarre con agua tónica	Amarre con maní	Degustación	Entrega de copa	Mueble negociado y degustación	Mueble negociado
ÉXITO POBLADO						1			
ÉXITO NIQUIA								1	
ÉXITO ENVIGADO WUW					1	1	1	1	
ÉXITO LAURELES		1							
CARULLA POBLADO			1					1	1
ÉXITO CAREPA				1					
ÉXITO MAYORCA								1	
ÉXITO COLOMBIA									
ÉXITO SABANETA		1							
ÉXITO ENVIGADO CENTRO					1				
ÉXITO UNICENTRO									
JUMBO RIO NEGRO				1					
CARULLA LLANOGRANDE									
CARULLA RINCÓN DE OVIEDO									
PEMPENAO EL RETIRO									
CARIBE MARIBELLA									
MAKRO POBLADO									
OLÍMPICA SAN LUCAS									
MERQUEPAISA SABANETA									
TOTALES		2	1	2	2	2	1	4	1
TOTAL X MARCA		3		2	2	2	1	5	
%		5%		3%	3%	3%	2%	8%	



MARCA / ACCIÓN	VINO SANTA CAROLINA	TEQUILA JOSÉ CUERVO		WISKY PASSPORT	WISKY BUCHANAN'S	
	Mueble negociado	Mueble negociado	Degistación	Inclusión en línea	Mueble negociado	Estuche con 2 productos Wisky Buchanan's + Crema de Wisky Baileys
ÉXITO POBLADO				1		1
ÉXITO NIQUIA				1		
ÉXITO ENVIGADO WOW				1		
ÉXITO LAURELES				1		
CARULLA POBLADO			1		1	
ÉXITO CAREPA				1		
ÉXITO MAYORCA				1		
ÉXITO COLOMBIA				1		
ÉXITO SABANETA				1		
ÉXITO ENVIGADO CENTRO				1		
ÉXITO UNICENTRO				1		
JUMBO RIONEGRO	1	1				
CARULLA LLANOGRANDE						
CARULLA RINCÓN DE OVIEDO						
PEMPENAO EL RETIRO						
CARIBE MARINILLA						
MAKRO POBLADO						
OLÍMPICA SAN LUCAS						
MERQUEPASA SABANETA						
TOTALES	1	1	1	10	1	1
TOTAL X MARCA	1	2		10	2	
%	2%	3%		16%	3%	

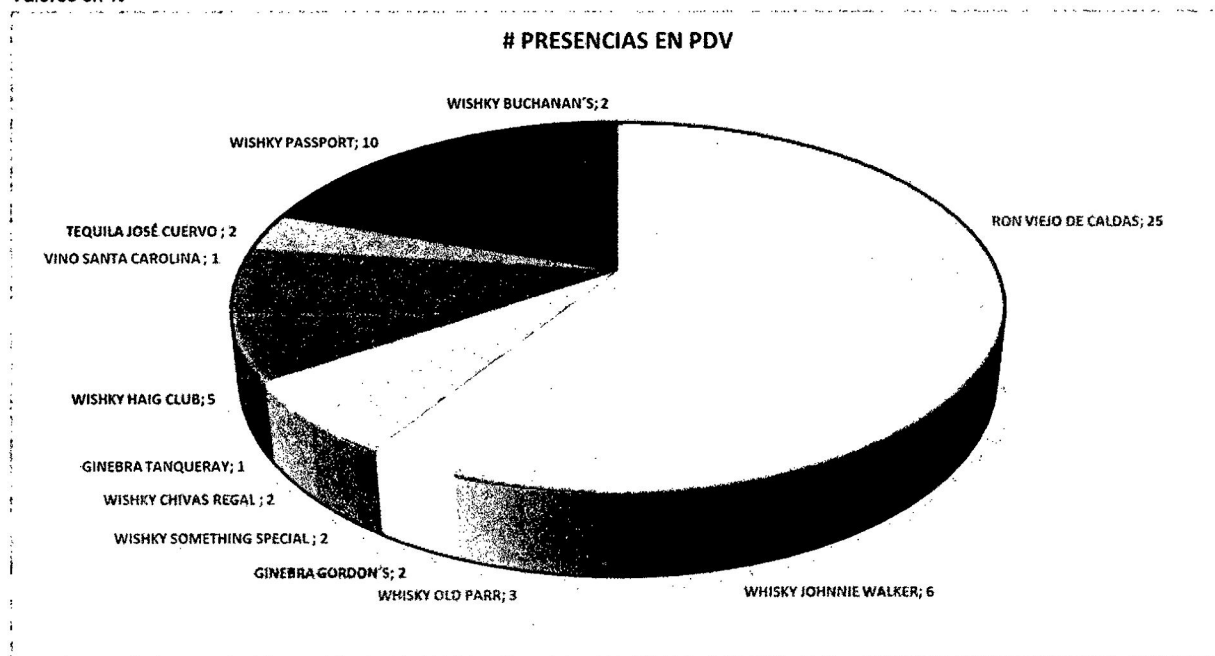
Esta información nos permite identificar las tendencias de las marcas competencia en puntos de venta, la mayoría consiste en contrataciones de espacios negociados con muebles especiales, lo cual brinda una mejor visual del producto y ambienta a la marca en un concepto, seguidamente de los amarres con obsequios como copas y/o alianzas estratégicas con productos complementarios como pasabocas o snacks.

De la misma manera identificamos la fuerza con que esta penetrando el mercado la Industria Licorera de Caldas y su producto estrella Ron Viejo de Caldas con un 25% de las actividades en puntos de venta y promociones, seguido por Wisky Passport con la ubicación de ruptura en línea y posteriormente Wisky Johnny Walker con exhibiciones en muebles de producción especial y degustaciones.



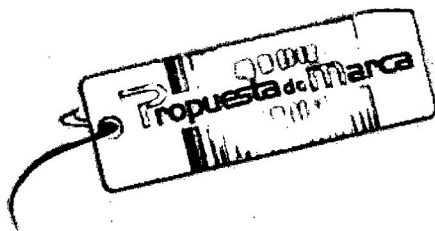
A continuación grafica en orden porcentual de la presencia de las marcas en PDV:

Valores en %

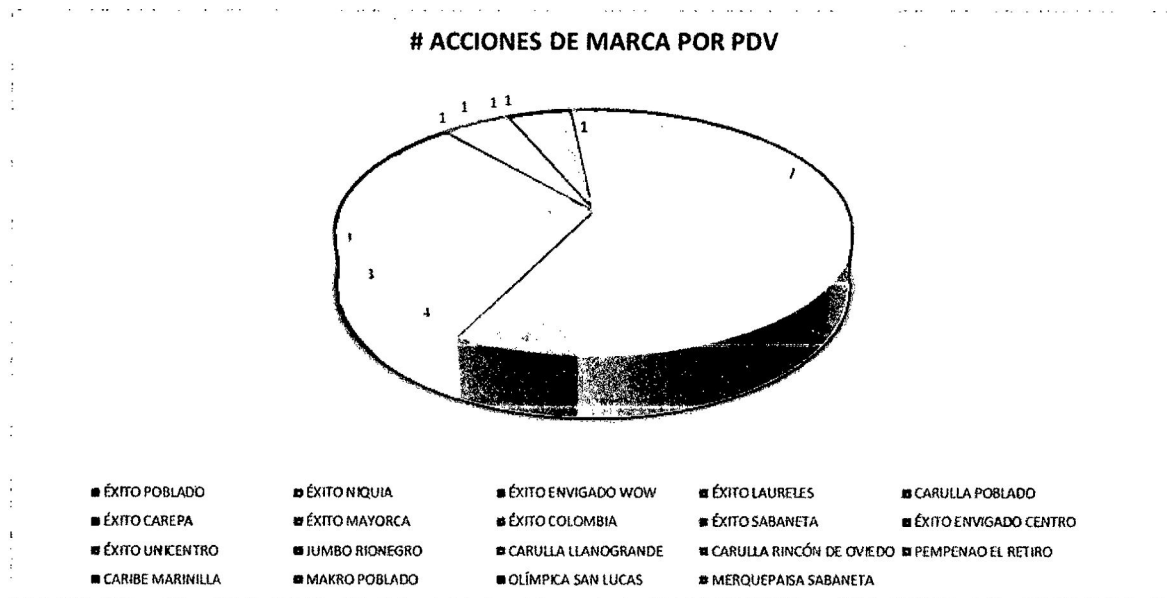


Ficha técnica:

MARCA COMPETENCIA	# PRESENCIAS EN PDV	% PARTICIPACIÓN EN PDV
RON VIEJO DE CALDAS	25	41%
WHISKY JOHNIE WALKER	6	10%
WHISKY OLD PARR	3	5%
GINEBRA GORDON'S	2	3%
WHISKY SOMETHING SPECIAL	2	3%
WHISKY CHIVAS REGAL	2	3%
GINEBRA TANQUERAY	1	2%
WHISKY HAIG CLUB	5	8%
VINO SANTA CAROLINA	1	2%
TEQUILA JOSÉ CUERVO	2	3%
WHISKY PASSPORT	10	16%
WHISKY BUCHANAN'S	2	3%
TOTALES	61	100%



La siguiente gráfica muestra el número de actividades realizadas por otras marcas en los puntos de venta:



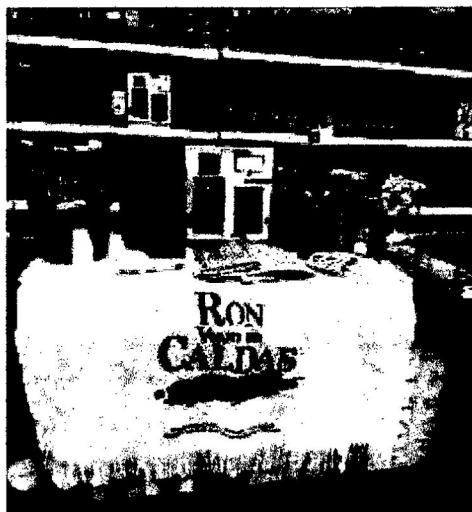
Ficha técnica:

PUNTO DE VENTA	# ACCIONES DE MARCA POR PDV
ÉXITO POBLADO	8
ÉXITO NIQUIA	7
ÉXITO ENVIGADO WOW	6
ÉXITO LAURELES	5
CARULLA POBLADO	5
ÉXITO CAREPA	4
ÉXITO MAYORCA	4
ÉXITO COLOMBIA	3
ÉXITO SABANETA	3
ÉXITO ENVIGADO CENTRO	3
ÉXITO UNICENTRO	3
JUMBO RIONEGRO	3
CARULLA LLANOGRANDE	1
CARULLA RINCÓN DE OVIEDO	1
PEMPENAO EL RETIRO	1
CARIBE MARINILLA	1
MAKRO POBLADO	1
OLÍMPICA SAN LUCAS	1
MERQUEPAISA SABANETA	1

En esta información evidenciamos que la preferencia de las marcas es tener presencia en los PDV Pareto y presencia en puntos NSE Alto lo cual redunda en una estrategia de posicionamiento aspiracional.



A continuación detalle individual de las actividades de competencia:



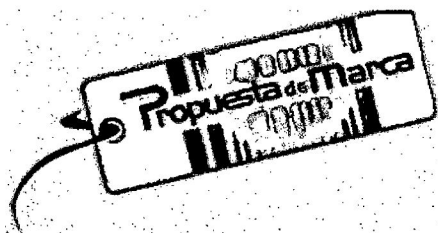
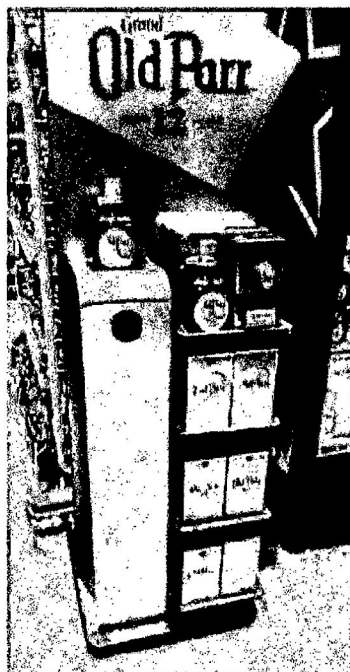
Competidor	Ron Viejo de Caldas
Ubicación	Éxito Carepa, Éxito Colombia, Éxito Poblado, Éxito Niquia, Éxito Laureles
Actividad	Degustación y entrega de material POP como lo son libretas, lapicero, ponchos



Competidor	Whisky Johnnie Walker
Ubicación	Éxito Mayorca
Actividad	Tope Negociado

PROPUESTA DE MARCA S.A.S. Nit. 900.141.687-9 Carrera 13 No. 113 – 66 PBX: 4936000 Bogotá D.C., Colombia

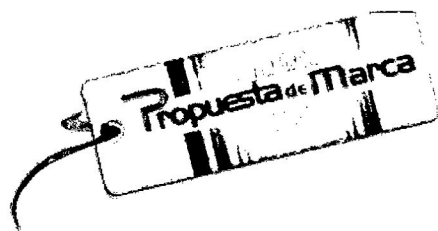
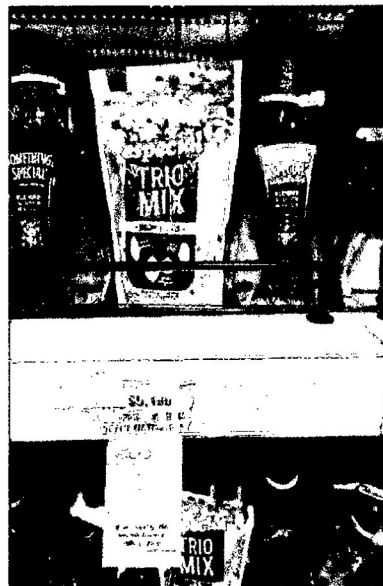
www.propuestademarca.com



Competidor	Wishky Old Parr
Ubicación	Éxito Sabaneta, Éxito Laureles
Actividad	Tope Negociado



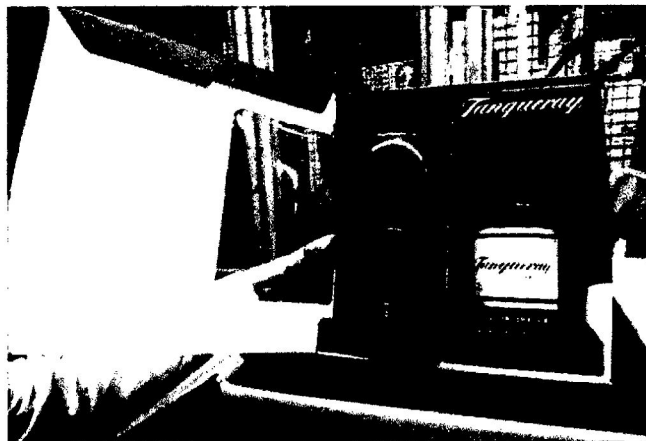
Competidor	Ginebra Gordon's
Ubicación	Éxito Carepa, Jumbo Rionegro
Actividad	Amarre con agua tónica



Competidor	Whisky Something Special
Ubicación	Éxito Envigado WOW y Envigado Centro
Actividad	Amarre con Maní



Competidor	Whisky Chivas
Ubicación	Éxito Envigado WOW, Éxito Poblado
Actividad	Degustación



Competidor	Ginebra Tanqueray
Ubicación	Éxito Envigado WOW
Actividad	Entrega de Copa



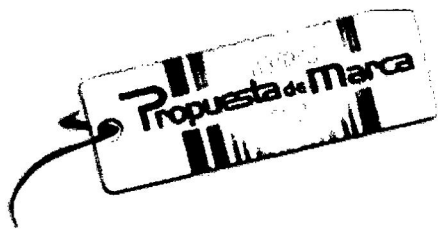
Competidor	Whisky High Club
Ubicación	Éxito Envigado WOW, Carulla Poblado, Éxito Niquia, Éxito Mayorca
Actividad	Mueble negociado y Degustación



Competidor	Ron Viejo de Caldas
Ubicación	Éxito Unicentro, Éxito Niquía
Actividad	Mueble Negociado



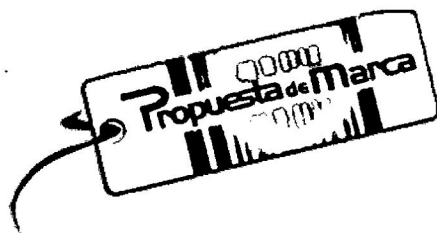
Competidor	Ron Viejo de Caldas
Ubicación	Pempenao El Retiro
Actividad	Espacio Adicional



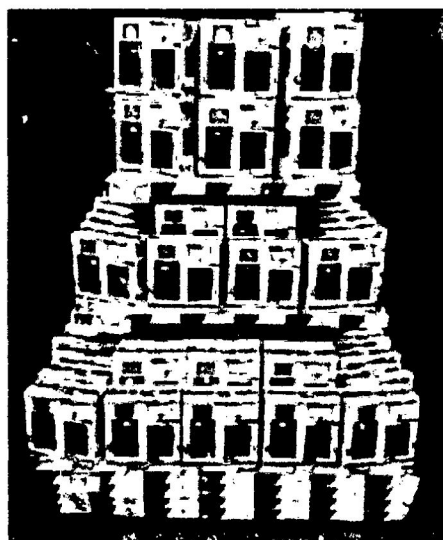
Competidor	Vino Santa Carolina
Ubicación	Jumbo Rionegro
Actividad	Mueble Negociado



Competidor	Tequila José Cuervo
Ubicación	Jumbo Rionegro
Actividad	Mueble Negociado



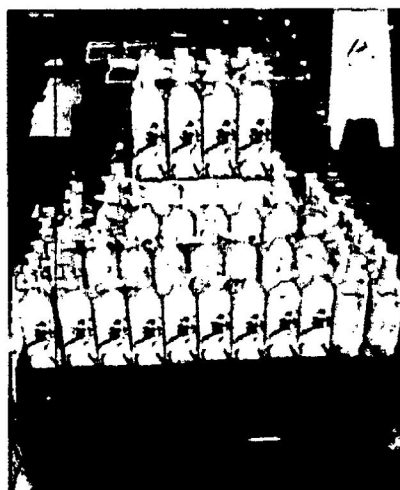
Competidor	Johnnie Walker Black Label
Ubicación	Caribe Marinilla
Actividad	Amarre con Soda



Competidor	Ron Viejo de Caldas
Ubicación	Éxito Poblado
Actividad	Estiba Adicional



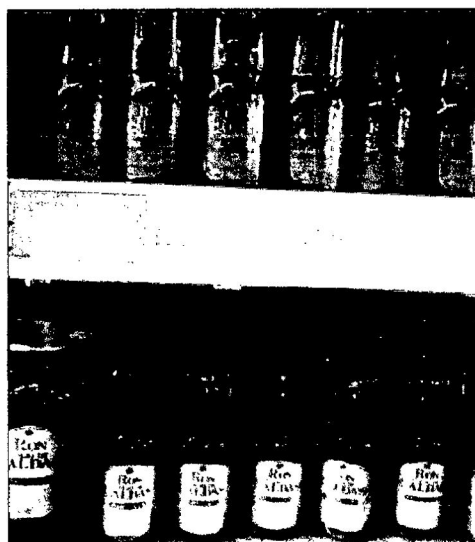
Competidor	Tequila José Cuervo
Ubicación	Carulla Poblado
Actividad	Degustación



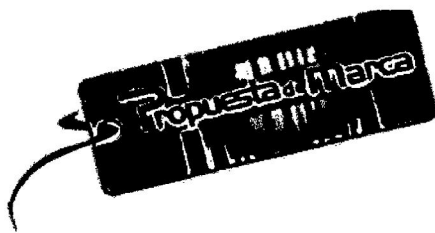
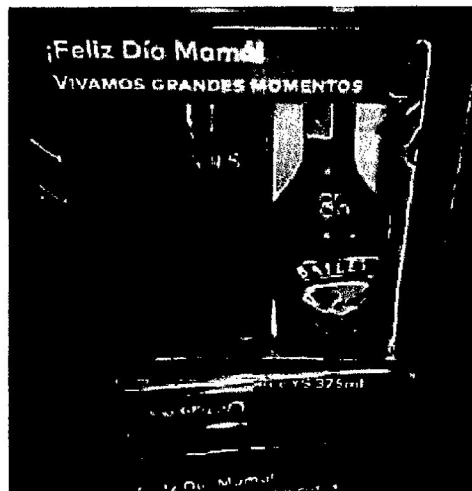
Competidor	Whisky White Walker
Ubicación	Éxito Poblado
Actividad	Muebles Adicionales



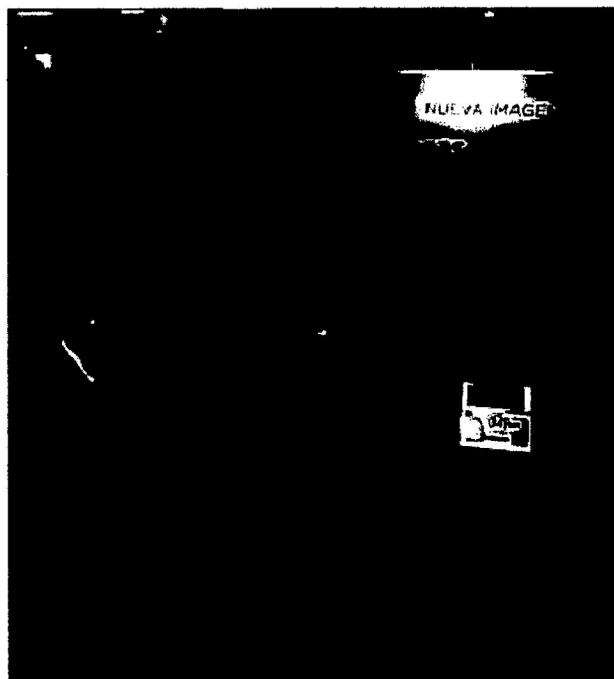
Competidor	Whisky Passport.
Ubicación	PDV Éxito
Actividad	Inclusión en lineal



Competidor	Ron Viejo de Caldas
Ubicación	Makro Poblado
Actividad	Amarre con Vaso



Competidor	Buchanan's y Baileys
Ubicación	Éxito Poblado
Actividad	Estuche Con Ambos Productos



Competidor	Old Parr
Ubicación	Carulla Poblado
Actividad	Mueble Negociado



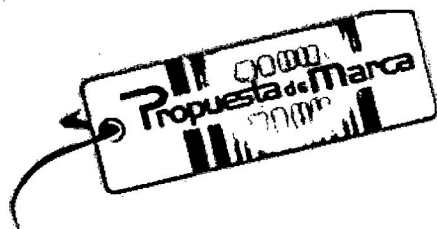
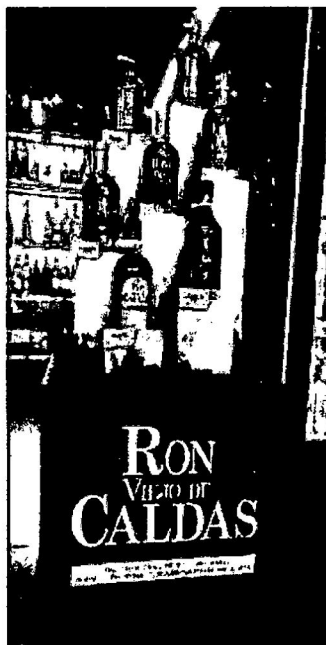
Competidor	Buchanan's
Ubicación	Carulla Poblado
Actividad	Mueble Negociado



Competidor	Haig Club
Ubicación	Carulla Poblado
Actividad	Mueble Negociado

PROPUESTA DE MARCA S.A.S. Nit. 900.141.687-9 Carrera 13 No. 113 – 66 PBX: 4936000 Bogotá D.C., Colombia

www.propuestademarca.com



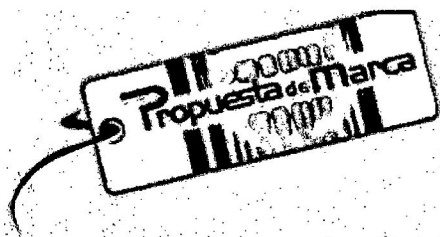
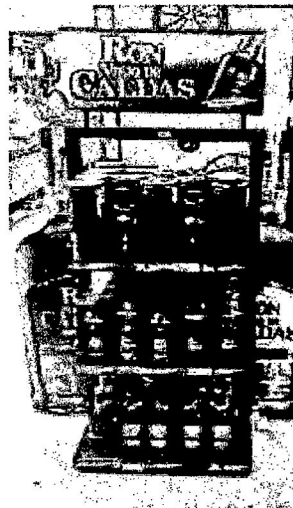
Competidor	Ron Viejo de Caldas
Ubicación	Carulla Llanogrande, Carulla Rincón de Oviedo
Actividad	Mueble Negociado



Competidor	Whisky White Walker
Ubicación	Éxito Niquia
Actividad	Mueble Negociado

PROPUESTA DE MARCA S.A.S. Nit. 900.141.687-9 Carrera 13 No. 113 – 66 PBX: 4936000 Bogotá D.C., Colombia

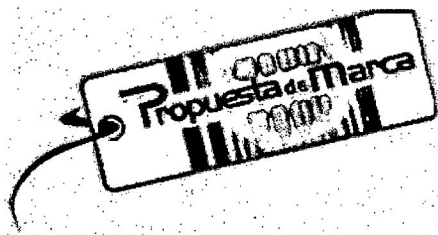
www.propuestademarca.com



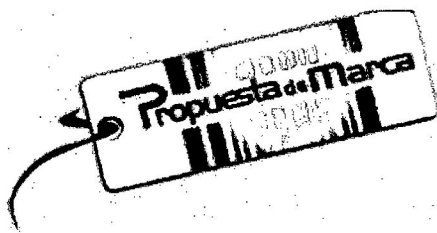
Competidor	Ron Viejo de Caldas
Ubicación	Olimpica San Lucas, Merquepaiza Sabaneta
Actividad	Mueble Negociado



Competidor	Ron Viejo de Caldas
Ubicación	PDV Éxito
Actividad	Participación en actividad Combo Futbolero



Competidor	Ron Viejo de Caldas
Ubicación	Éxito Niquia
Actividad	Espacio Adicional



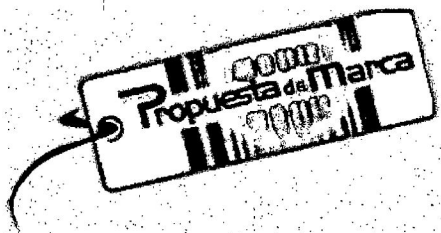
6. Chequeo de precios del portafolio de Productos FLA por punto de venta vs. Competidores en la categoría y otros sustitutos

(Anexo 2)

Archivo de Excel: "Informe chequeo de precios semana 17 al 22 de junio de 2019"

Convenciones en el archivo:

- AA: Aguardiente Antioqueño
- ASA: Aguardiente sin azúcar
- RM3: Ron Medellín 3 años
- RMD: Ron Medellín Dorado
- RVCT: Ron Viejo de Caldas Tradicional
- RM12: Ron Medellín 12 años
- #¡DIV/0!: Sin resultados por falta de datos (inventario) periodo anterior vs. actual



7. ANEXOS

ANEXO 2.

Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ayuda

Página principal de Microsoft X Correo - ana.martinez@fla.com X +

https://outlook.office.com/owa/?realn=FLA.COM.CO&ssv= 90% Buscar

Más visitados Comenzar a usar Firefox

Outlook

arte Nuevo Eliminar Archivar Correo no deseado Limpiar Mover a Categorías Pruebe el nuevo Outlook

Salir de la búsqueda

En carpetas

Todas las carpetas

Bandeja de entrada

✓ Elementos enviados

De

ANA MARIA MARTINEZ LOPEZ

Opciones

Con datos adjuntos

Fecha

Todos

Esta semana

Última semana

Este mes

Seleccionar intervalo

Desde

Elementos enviados

MARTHA NIDIA LOPEZ GONZALEZ

practicomunicaciones@fla.com.co te ha e... 10/06/2019

Hola Nidia, en estos días necesito toda la ayuda...

JULIANA GIRALDO MACIAS

Sherpa digital volantes Día del Padre 10/06/2019

¡¡ Necesito ayuda, Nidia este correo concierne...

Juan Carlos Figueroa PDM

Plegables día del padre 10/06/2019

Hola Juan buenas tardes, adjunto se encuentra el arte...

Juan Carlos Figueroa PDM

Plegables día del padre 10/06/2019

Hola Juan buenas tardes, adjunto se encuentra el arte...

mlopez.anamari@gmail.com

(Sin asunto) 10/06/2019

Hola Juan buenas tardes, adjunto se encuentra el arte...

Jeison Osorio

Propuesta de canales feria de flores 2019 10/06/2019

¡¡ Necesito ayuda, Nidia este correo concierne...

CATALINA VESGA WAGNER

Estudios Previos 10/06/2019

Hola Catalina, este documento para contestar...

Juan Carlos Figueroa PDM <produccionycalidad@propuestademarka.com>

10/06/2019, 12:24 p.m.

ANA MARIA MARTINEZ LOPEZ

10/06/2019, 12:24 p.m.

Hola Juan buenas tardes, espero este muy bien.

Para el día jueves necesitamos 10 mil volantes de 21 x 14 cm (abierto), adjunto se encuentra el arte.

Quedo pendiente a sus comentarios.

Muchas gracias y Saludos,

Ana María Martínez López
Directora Operativa de Ventas
Corrección
Fábrica de Cakes y Alifonhos de Antioquia
Carrera 50 No. 12 Sur 100 Tel: 322-70-37
Itagüí - Antioquia - Colombia
anamartinez@fla.com.co

1 de 2

arte

12:19 p.m.
16/07/2019

Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ayuda

Página principal de Microsoft x Correo - ana.martinez@fla.com.co x +

← × ↗ https://outlook.office.com/owa/?Realma=FILA.COM.CO&ui=en 90% ... Búsqueda

Más visitados Comenzar a usar Firefox

Outlook

arte Nuevo Eliminar Archivar Correo no deseado Limpiar Mover a Categorías Pruebe el nuevo Outlook

Salir de la búsqueda

En carpetas

Todos los mensajes

Esbozos de entrada

✓ Elementos enviados

De

ANA MARIA MARTINEZ LOPEZ

Opciones

Con datos adjuntos

Fecha

• Hoy

Esta semana

Última semana

Este mes

Seleccionar intervalo

Desde

Elementos enviados

Lotería Medellín 4/17/2019
Hola Juan Carlos buenos días, espero este muy bien...

Jelson Osorio 3/17/2019
Arte bolsito Feria de Flores
Re: ...

Juan Carlos Figueroa PDM 10/12/2019
Volante Megaprima
Hola Juan Carlos buenos días, espero este muy bien...

Soster Alfonso Luna 10/12/2019
Nuevos Precios DANE
Hola Soster buenos días, como le va en la vida...

Juan Carlos Figueroa PDM 11/06/2019
Volantes Mega Prima
Hola Juan Carlos buenos días, espero este muy bien...

MARTHA NIDIA LOPEZ GONZALEZ 10/16/2019
practicomunicaciones@fla.com.co te ha e...
Hola Nidia buenos días, espero este muy bien...

JULIANA GIRALDO MAJIAS 11/26/2019
Sherpa digital volantes Día del Padre
Hola Juliana buenos días, espero este muy bien...

ANA MARIA MARTINEZ LOPEZ
10/17/2019
Juan Carlos Figueroa PDM <produccionycalidad@propiedademarca.com>

Para ayudar a proteger la privacidad, parte del contenido de este mensaje se ha borrado. Para ver el contenido borrado, haga clic aquí.

Para mostrar siempre el contenido de este mensaje, haga clic aquí.

Hola Juan Carlos buenos días, espero este muy bien.

Adjunto se encuentra el **arte** editable para los volantes de Mega Prima

En esta oportunidad necesitamos 15.000 unidades para el 26 de Junio.

Quedo atenta.

Muchas gracias

1 de 1

Ana Maria Martinez Lopez

12:14 p. m.
16/07/2019

Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ayuda

Página principal de Microsoft X Correo - ana.martinez@fia.co X +

← → ↺ https://outlook.office.com/mail/Inbox/FIA.COM.CO&asvur= 90% ... Buscar

Más visitados Comenzar a usar Firefox

Outlook

arte Nuevo Eliminar Archivar Correo no deseado Limpiar Mover a Categorías Destacar Pruebe el nuevo Outlook

Salir de la búsqueda

En carpetas

Importar carpetas

Indicador de actividad

✓ Descartar en el cliente

De

ANA MARIA MARTINEZ <ana.martinez@fia.co>

Opciones

Con datos adjuntos

Fecha

• Todos

Esta semana

Última semana

Este mes

Desempeño reciente

Desde

Elementos enviados

Lotería Medellín

Jelson Osorio

Arte bolsito Feria de Flores

Juan Carlos Figueroa PDM

Volante Megaprima

Sister Alfonso Luna

Nuevos Precios DANE

Juan Carlos Figueroa PDM

Volantes Mega Prima

MARTHA NIDIA LOPEZ GONZALEZ

JULIANA GIRAIDO MACIAS

Cherpa digital volantes Día del Padre

Para mostrar siempre el contenido de este remitente, haga clic aquí.

Para mostrar siempre el contenido de este remitente, haga clic aquí.

Claro, los adjuntos PDF Descargar todo Guardar todo en OneDrive - GOBERNACION DE ANTIOQUIA

Hola Martha,

Te envío el volante con la foto del estuche enviada.

Saludos,

Valentina Jaramillo Ramirez <valentina.jaramillo@feelingcompany.com>

1 de 1

12:15 p.m.
16/07/2019



FORMATO DE ASISTENCIA A INDUCCIÓN	FECHA: 31 DE MAYO DE 2019
Inducción General, Especifica y SGSST	ORIGINAL: 1
PROPUESTA DE MARCA SAS	DOCUMENTO CONTROLADO

No	NOMBRES	No. DE DOCUMENTO	FIRMA
1	Laura Estefany Montoya A	1040752062	Laura A
2	Luz Elena Lopez H	43.641.449.	Luz Elena Lopez H
3	Ana Milena Banguetta	1032258471	Ana Milena Banguetta
4	Judy Andrea Suarez B	43.915.556	Judy Andrea Suarez B
5	Haroldo Gonzalez	22144410	Haroldo Gonzalez
6	JEISON OSORIO FIGUEROA	1128478682	JEISON OSORIO
7	Daniel Gerson Wanselwe	1037640111	Daniel Gerson Wanselwe
8	Andrea Jaramillo Zapata	1035233003	Andrea Jaramillo
9	Camila Suarez Marin	1035846555	Camila Suarez Marin
10	NATALIA ANDREA GIRON	1020446499	NATALIA GIRON
11	Yenny Noya Zapata	7036624207	Yenny Noya
12	Dawinson Valencia Mosquera	1027944565	Dawinson Valencia
13	Manoel Hernandez Arango	1004659064	Manoel Hernandez Arango
14	Natalia Granda Caro	1234988612	Natalia Granda Caro
15	Manuela Hernandez C.	1017259389	Manuela Hernandez C.
16	Isabelsyaniela Angulo	43.823.229	Isabelsyaniela Angulo
17	Vanessa Granda M	1214730331	Vanessa Granda M
18	Milady H. C	1037947448	Milady H. C
19	Ledy ciro Henao	1035437336	Ledy ciro Henao
20	Andrea Alvariz	1036063663	Andrea Alvariz

Anexo 3.

	FORMATO DE ASISTENCIA A INDUCCIÓN	FECHA: 31 DE MAYO DE 2019
	Inducción General, Específica y SGSST	ORIGINAL: 1
	PROPUESTA DE MARCA SAS	DOCUMENTO CONTROLADO

No.	NOMBRES	No. DE DOCUMENTO	FIRMA
1	Adriana Ma Jaramillo A.	1152708219	Adriana Jaramillo
2	Maria Isabel Garcia	1017183174	Isabel Garcia C.
3	Milady's Henao Ciro	1037947448	Milady's H. C.
4	Leidy Ciro Henao	1035437336	Leidy Ciro Henao
5	Paula Andrea Roblan R.	13204035	Paula Roblan
6	Jelson David Osorio Higuita	1128478682	Jelson Osorio
7	Yaneth Yanelis Angulo	43823229	Yaneth Angulo
8	Manuel Hernandez Arango	1001659064	Manuel Hernandez Arango
9	Manuela Hernandez Cardona	1017259389	Manuela Hernandez C.
10	Paula Andrea Lopez Alvarez	1030103605	Paula Alvarez
11	Vanesa Greda M.	1214730331	Vanesa Greda M.
12	Andrés Felipe Giraldo	1007231667	Andrés Giraldo
13	Marcela Zapata S.	1017201702	Marcela Zapata
14	Luz Elena Lopez	43641449	Luz Elena Lopez
15	Maria Camila Jimenez	1017244867	Maria Jimenez
16	Natalia Ramirez J.	1036625086	Natalia Ramirez
17	Natalia Garcia Cano	1234988612	Natalia Garcia Cano
18	Daniela Velazquez Bedoya	121473658	Daniela Velazquez
19	Melissa Collierin	1030669893	Melissa Collierin
20	SAMIR ALMARIO BUEVAS	1041762057	SAMIR ALMARIO BUEVAS

	FORMATO DE ASISTENCIA A INDUCCIÓN	FECHA: 01 DE JUNIO DE 2019
	APLICATIVO MOVIL - MOBILE SUITCASE	ORIGINAL: 1
	PROPUESTA DE MARCA SAS	DOCUMENTO CONTROLADO

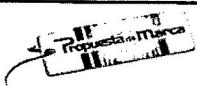
No.	NOMBRES	No. DE DOCUMENTO	FIRMA
1	JESON DAVIN OSORIO HIGUITA	1128478682	JESON OSORIO
2	Carila Suarez Morin	1035866653	Carila Suarez Morin
3	Devinson Valencia Mosquera	1027944565	Devinson Valencia
4	Cristian Chavez Rangel	1036634067	Cristian
5	Juan Pablo Serna	71554219	Juan P. Serna
6	NATALIA GIRON	1020474699	NATALIA GIRON
7	Daniel Garzon Monsalve	1037640111	Daniel Garzon Monsalve
8	Haroldis Gonzalez	221444410	Haroldis Gonzalez
9	Yancy Riza Riquelme	7036624268	Yancy Riza
10	Laura Estefany Montoya	1040752062	Laura M.
11	Judy Andrea Suarez B	43915556	Judy A. Suarez B.
12	Sebastian Jarama A	1038413779	Sebastian Jarama A.
13	JEFFERSON GONZALEZ G.	1128391358	JEFFERSON G.
14	Alexandra Uribe	1027890233	Alexandra U.
15			

	FORMATO ASISTENCIA INDUCCIÓN	FECHA: 08 DE JUNIO DE 2019
	PROPUESTA DE MARCA SAS	ORIGINAL: 1
		DOCUMENTO CONTROLADO

No.	NOMBRES	CEDULA	HORA	FIRMA
1	Milady's Henao Oro	1.037997448	9:40 am	Milady's Henao Oro
2	Paula Andrea Roldán Ríos	43204035	9:40 am	Paula Andrea Roldán Ríos
3	Natalia Granda Cano	1234988612	9:40 am	Natalia Granda Cano
4	Manuel Hernández Arango	1001659064	9:40 am	Manuel Hernández Arango
5	Kelly Eugenia Giraldo Ríos	43276952	9:40 am	Kelly Eugenia Giraldo Ríos
6	Nedy Marcela Zapata Erazo	1017201702	9:40 am	Nedy Marcela Zapata Erazo
7	Vanesa Granda Vasquez	124930331	9:40 AM	Vanesa Granda Vasquez
8	Maria Isabel Garcia Correa	1.017.183.174	9:40 AM	Isabel Garcia C.
9	Isabel Cristina Ariza R.	1.017.194.65	9:40 am	Isabel Ariza
10	Natalia Andrea Alzate Usme	10410735180	9:30 am	NATALIA ALZATE
11	Luis Fernando Gonzalez Ramirez	1017241670	9:30 AM	Luis F. Ramirez
12	Sara Ruiz Lince	1.017211172	9:30 AM	Sara Ruiz Lince
13	Manuela Ruiz Lince	1.152223877	9:30 AM	Manuela Ruiz Lince
14	SAMIR ALMARIO BUEVAS	1.041262057	9:30 AM	SAMIR ALMARIO BUEVAS
15	Andrés Felipe Giraldo	1007231667	9:30 AM	Andrés Felipe Giraldo
16	Estefanía Cano Marzo	1128481505	9:40	Estefanía Cano
17	Kelly Johana Ordoñez Peño	1017203794	9:40	Kelly Johana Ordoñez D.
18	Luisa Fda. Ramirez G.	1035443797	9:40 am	Luisa Fda. Ramirez G.
19				
20				

	FORMATO ASISTENCIA	FECHA: 17 DE JUNIO DE 2019
	CAPACITACIÓN DE PRODUCTO A MERCAIMPULSADORES FLA	ORIGINAL: 2
	PROPUESTA DE MARCA SAS	DOCUMENTO CONTROLADO

No.	NOMBRES	No. DE DOCUMENTO	HORA	FIRMA
1	Vanesa Greda Masque	1214730331	8:00 AM	Vanesa Greda M.
2	Kelly Johana Otavo P.	1017203794	8:00 AM	Johana Otavo
3	Andrés Felipe Giraldo	1007231067	8:00 AM	Andrés F.
4	Cristina Chavez	1036639167	8:00 AM	Cristina F.
5	Alexandra Uribe	1027890233	8:00 AM	Alexandra U.
6	Natalia Giron	1020414609	8:00	Natalia Giron
7	Sebastián Vazquez Lloreda	1038413774	8:00	Sebastián V.
8	Daniel Gaitan Wilson	103764000	8:00 AM	Daniel Gaitan M.
9	Yovany Milla	1036624207	8:00	Yovany Milla
10	Luisa Fda. Ramirez G.	1035443797	8:00 AM	Luisa Fda. Ramirez
11	Dewinson Valencia Mosquera	1027944565	8:00 AM	Dewinson V.
12	Haroldo Gonzalez B.	22144410	8:00 AM	Haroldo Gonzalez
13	Juan Pablo Serna	71331219	8:00	Juan P. Serna
14	Natalia Andrea Arzate	1040735100	8:00	NATALIA ARZATE
15	Paula Andrea Roldán Rios	43204035	8:00	Paula A.
16	Laura Montoya A.	1040752062	8:00	Laura M.
17	Kelly Eugenia Giraldo Rios	13276952	8:00	Kelly Giraldo
18	Natalia Pineda Rio	1041261251	8:00 AM	Natalia Pineda
19	Natalia Granda Cano	1234988612	8:00 AM	Natalia Granda Cano
20	Ilhavi Souza Rios	1037593208	8:00 AM	Ilhavi Rios



FORMATO ASISTENCIA
CAPACITACIÓN DE PRODUCTO A MERCAIMPULSADORES FLA

FECHA: 17 DE JUNIO DE 2019

ORIGINAL: 2

PROPUESTA DE MARCA SAS

DOCUMENTO CONTROLADO

No.	NOMBRES	No. DE DOCUMENTO	HORA	FIRMA
21	Isabel Cristina Aizte P.	1128391358	8:00am	Isabel C.
22	Isabel Cristina Aizte P.	101944165	8:00	Isabel A.
23	Estefanía Cano Marz	128481505	8:00	Estefanía
24	Sara Ruiz Lince	101721172	8:00	Sara
25	Mariana Ruiz Lince	1852223877	8:00 am	Mariana
26	Yelky Carolina Cruz O	1020478021	8:00 am	Carolina +
27	Yudy Andrea Suza B	43915556	8:00 am	Yudy
28	Maria Isabel Garcia C.	1017.183.174	8:00 am	Isabel Garcia C.
29	Luisa Fda. Ramirez G.	1035443797	8:00 am	Luisa Fda. Ramirez
30	Juan Pablo Sarm	7150729	8:00 am	Juan Pablo Sarm
31	Camila Suarez Marin	103586653	8:00	Camila Suarez Marin
32	Milady Henao Ciro	1037447449	8:00	Milady H.
33	Milicela Zapata G.	1017207702	8:00	Milicela
34	Marcos Hernandez Arango	1001659064	8:00 am	Marcos Hernandez Arango
35				
36				
37				
38				
39				
40				