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

INFORME No.:	4	**SUPERVISION**	X	**DE SEGUIMIENTO**	X	4 3 **FINAL**	☐
		INTERVENTORIA	☐	**PARA PAGO**	X		
PERIODO DE SEGUIMIENTO		Desde:	1 de agosto de 2019	Hasta:	2 de septiembre de 2019		
PERIODO PARA PAGO		Desde:	N/A	Hasta:	N/A		

1. INFORMACION GENERAL E HISTORIAL DEL CONTRATO / CONVENIO

CONTRATO CONVENIO	X	**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**	**% DE ADICION**
			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:			
		FECHA DE LIBERACION (I			

Radicado: I 2019020055201
Fecha: 2019/09/26 2:43 PM
Tpo: ACTA DE PAGO
JORGE IVAN CASTRILLON

AMARTINEZL

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	SI
IDENTIFICACION DEL PROCESO EN SECOP:	LICITACIÓN PUBLICA 9293

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

% DE EJECUCION FISICA: Que corresponde al tiempo transcurrido	46 %
% 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.	46 %	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, evaluarnos y tomar acciones de mejoramiento. 1.1 A continuación, se proponen estrategias que buscan 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. a. Tener personal visitando con más frecuencia las tiendas durante la semana, buscando reforzar las

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.	46 %	relaciones publicas en cada almacén, incrementar la visibilidad de la fábrica de licores de Antioquia con su personal e incrementar la rotación de productos a través del impulso y de la gestión de espacios y exhibiciones adicionales. b. En busca de impactar y apoyar en los almacenes Éxito Híper se está disponiendo de acompañamiento de mercaimpulsadores las 8 horas, los 6 días de la semana en las tiendas: - Éxito San Antonio - Éxito Bello Niquia - Éxito Laureles - Éxito Colombia - Éxito Poblado Wow - Éxito Envigado Wow Con este acompañamiento, se busca aumentar la visibilidad de nuestras marcas en los puntos de venta que más tráfico tienen en el Área Metropolitana, incrementar las ventas y la rotación en los productos del portafolio FLA, a través del acompañamiento, el impulso y la gestión de espacios adicionales en los que se impacte y genere recordación de nuestros clientes. A través de este acompañamiento constante se busca, también tener un canal de información en tiempo real, que sirva a la subgerencia de Mercadeo y ventas de la FLA, para la creación e implementación de estrategias que permitan contrarrestar el accionar de las marcas competidoras en el canal. En estos puntos de venta, además de ser los que más concentran tráfico de personas y donde se venden más productos del portafolio FLA, se cuentan con exhibiciones negociadas, vestidas con material POP y ubicadas en lugares estratégicos del almacén, buscando

	46 %	generar mayor visibilidad de marca y recordación de las mismas. Adicional a lo anterior, se busca la comodidad para el consumidor, al adquirir con facilidad los productos del portafolio FLA. En este primer Ítem se desarrolló al 100 % durante el primer mes. 1.2 Los grupos económicos y las diferentes cadenas que en la actualidad poseen tiendas en diferentes formatos (tiendas por departamentos, mini mercados, supermercados, mayoristas, entre otros) 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 diversas 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. Las actividades están orientadas al cumplimiento de los objetivos de la FLA en frentes distintos: 1. **Comunicación:** Acercar las marcas al público con actividades sutiles bajo los argumentos estacionarios que el mercado ofrece generando recordación. **2. 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. 3. **Ventas:** Implementar mecánicas tácticas y promocionales que motiven al público a la compra y recompra de producto en un periodo determinado, obteniendo tantos 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 periodo, aprovechando los cambios de formato que está implementando a mediano plazo
		46 %	En este periodo, aprovechando los cambios de formato que está implementando, a mediano plazo el grupo Éxito con sus nuevas tiendas Éxito Wow y Carulla FreshMarket, propuesta de marca, plantea aprovechar no solo el cambio de formato y los eventos que el lanzamiento pueda generar, sino también aprovechar los eventos propios de la cadena para buscar vincularse y generar visibilidad de la marca en los mismos, además del 2 al 11 de agosto, se celebró la Feria de las Flores, donde Aguardiente Antioqueño es " El anfitrión de la feria" y propuesta de marca, despliegan un amplio portafolio de actividades a desarrollar. Con el apoyo del área de trade

		46 %	marketing de la FLA, se cuenta con camisas y gorras para los mercaimpulsadores, además se tiene papayera, producto de degustación, burladeros, copas y demás productos de merchandising. **Propuesta 1:** Degustación Ron Medellín Dorado en Éxito Poblado Wow. **Fecha:** 1 de agosto **Estrategia:** Generar visibilidad de la Fábrica de Licores de Antioquia "100 años pensando en grande " Continuar fortaleciendo y dando reconocimiento al Ron Medellín Dorado en el Canal Moderno. Generar experiencia e interactuar con los consumidores finales en el canal moderno. Fecha y Horario: Agosto 1 de 2019 entre las 6 pm y las 10 pm; se inició la actividad una vez fueron abiertas las puertas al público por motivo de la reapertura del nuevo Éxito Poblado Wow. **Propuesta 2:** Papayera – Degustación. **Fecha:** agosto 2, 3, 4, 6, 7, 10 y 11 de 2019 Por estar en el marco de la feria de las flores buscamos generar visibilidad de la fábrica de licores de Antioquia y la marca Aguardiente Antioqueño. Generar experiencia e interactuar con los consumidores finales en el canal moderno. La FLA, como anfitrión de la

		feria, a través de Aguardiente Antioqueño, busca recibir a quien visite la ciudad y contagiarlos de alegría e invitarlos a asistir y participar de las festividades y actividades programadas. Los puntos donde estuvimos con actividad fueron los siguientes: Éxito Junín, Éxito Aventura, Éxito Colombia, Éxito Bello Niquia, Éxito La Central, Éxito Unicentro, Éxito de la 70, Merkepaisa Sabaneta, Supermercados la 80, Éxito San Antonio.
	46 %	**Propuesta 3:** Carro Bar **Fecha:** entre los días 2 y 11 de agosto **Estrategia:** Con el objetivo de generar visibilidad de la Fábrica de Licores de Antioquia y la marca Aguardiente Antioqueño "el anfitrión de la Feria" se crea espacios que permitan a los consumidores finales en el canal moderno vivir una experiencia amena; a través del disfrute de un ambiente musical en la semana de la Feria de las flores, se dan degustaciones de Aguardiente antioqueño y se hace entrega de material POP y merchandising por compras iguales o superiores a $ 25.000 en productos del portafolio FLA. La actividad se realizó en los siguientes puntos de venta: Carulla Laureles, Éxito Colombia, Proveeduría EPM,

		Éxito Aranjuez, Éxito Gran Vía, Éxito la 70, Éxito Belén, Éxito Poblado, Merkepaisa Belén la Palma, Éxito Robledo, Jumbo Cenconsud 65, Mercados Madrid la 80 y Éxito de la 33 Se cumple 100 % con el objetivo. . 1.3 El plan de mejoramiento para optimizar la atención de los puntos de venta consiste en reducir los tiempos de desplazamiento de los mercaimpulsadores entre puntos de venta, garantizando la cobertura diaria de los mismos. Para esto se asignan rutas de acuerdo a la zona donde residen, contando con el conocimiento y experiencia en los trayectos de cada uno en estos lugares. Para la temporada de feria de flores, se propuso e implemento una ruta rotativa, que permitiera además de cubrir los puntos de venta, generar visibilidad de marca a través de papayeras y degustaciones de Aguardiente Antioqueño en almacenes cercanos a los eventos realizados durante esta semana A continuación, se relacionan los eventos realizados y los PDV donde se llevó a cabo la actividad: • Calle de los artistas- Éxito Junín • 15° festival de la trova- Éxito Aventura • Súper concierto Feria de las Flores- Éxito

Colombia y Éxito Niquia
- Escenario artístico y cultural-Éxito la Central
- Tablado UPB- Éxito Unicentro
- Tablado UPB/Remoto Olímpica estéreo- Éxito la 70
- Desfile de Silleteros- Éxito San Antonio

El objetivo de este plan para mejorar las rutas se cumple en un 100 %

1.4 Una de las labores de los mercaderistas es revisar diariamente los inventarios, agotados, y descodificados en cada PDV, las novedades encontradas son reportadas al Coordinador Sr, quien consolida la información semanalmente, el propósito de hacer este seguimiento es evitar la pérdida de ventas por falta de producto en los almacenes

El esfuerzo de este mes estuvo enfocado en primer lugar al Aguardiente Antioqueño "el anfitrión de la feria", dada la temporada de feria flores los lineales y exhibiciones negociadas se vistieron y surtieron con este producto. Por lo tanto, los inventarios debían ser altos

Este Ítem se cumple en un 100 %

1.5 Semanalmente se realiza un informe reportando las actividades realizadas tanto por la FLA como por las marcas competidoras con el

			objetivo de medir la participación que tienen en los puntos de venta, el reporte se divide por categorías para facilitar su análisis; Tomando como referencia el periodo trascurrido entre el 02 y 11 de Agosto, (semana de feria de flores) y una muestra de 55 PDV, la FLA obtuvo un 62% de participación, la línea de Aguardiente "el anfitrión de la feria" se impulsó fuertemente con degustaciones, además de esto realizo las siguientes actividades: papayeras, carro Bar, exhibiciones negociadas y exhibiciones adicionales. En cuanto a la línea de Rones la principal competencia es la ILC con su producto Ron viejo de Caldas, quien en el mismo periodo de tiempo alcanzo un 19% de participación con Degustaciones, Amarres, exhibiciones adicionales, Exhibiciones negociadas y show musical. Participando a menor escala se encuentra Ron Bacardi y Ron Barceló con amarres y descuentos. Al revisar las demás categorías, se reportan 7 marcas de whisky: Chivas, Baileys, Old Parr, Buchanans, Black & White,J. W. Black Label, y Haig Club, Los tequilas José cuervo y Jimador, el Vino Gato negro y cervezas Corona, Águila y Pilsen. Todos estos participan en menor proporción, pero igualmente impactan en el mercado Este ítem se cumplió al 100 % 1.6 Diariamente los mercaderistas

			envían el chequeo de precios de todo el portafolio FLA en los diferentes puntos de venta, con esta información se crea un consolidado semanal que permita analizar la variación de precios en todas las cadenas y reportar novedades con el objetivo de tener precios sugeridos monitorearles en todo el canal moderno y por ende garantizar un precio muy similar y no poner en riesgo ninguna venta por este motivo. El 27 de agosto se modificó los precios de todo el portafolio FLA en el grupo Éxito, con este cambio se logró un equilibrio en los precios de las demás cadenas como Cenconsud, Merkepaisa, Euro, Makro, la vaquita) los cuales ahora se encuentran por encima de los almacenes Éxito Los chequeos de precios de cada semana se encuentran en el CD anexo y se cumple al 100 %
		1.7	Esta evaluación se realiza mensualmente, los responsables de llevar este control son los 2 coordinadores Jr, a quienes se le asignan los mercaderistas según la zona que visitan, (zona sur, zona norte, zona oriente) dicha evaluación tiene como objetivo hacer un seguimiento al cumplimiento del horario, además del compromiso y actitud reflejados en el desempeño de cada uno de los colaboradores, como producto se hace una

		retroalimentación donde se le reconocen las fortalezas a cada uno y así mismo se plantean observaciones con puntos a mejorar Este ítem con un cumplimiento del 100 % 1.8 Se debe presentar de forma mensual un informe completo donde se abarcan todos los ítems anteriores. Este informe contiene todos los anexos de los ítems anteriormente evaluados. Cumple en su totalidad: 100 %
2. Personal: 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.		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 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. En el mes de Agosto se presentaron 3 cambios en los mercaderistas, 2 renuncias y un despido, en su momento se reabrió el proceso de selección siguiendo los parámetros anteriormente mencionados y se ocuparon nuevamente las vacantes Todo este proceso se llevó a cabo por un comité de implementación conformado por el gerente del proyecto, la coordinadora de recursos humanos y y un representante del área de IT. En este ítem se cumple al 100 % con la actividad, ya que, pese a los cambios de personal, por motivos de renuncias que se han presentado o ascensos, se ha tenido el personal completo.
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.	46 %	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, Se revisan los pagos realizados por la empresa a estas entidades.
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	46 %	El 05 de agosto se realizó la capacitación propuesta de valor en ventas, donde participaron 34 personas entre mercaderistas y coordinadores, Entre los temas abordados en la charla se encuentran: Diferente técnicas de ventas, tipos de vendedores, Actitud a la hora de tratar con los clientes, además se hicieron

de merchandising, manejo de exhibición de los productos, servicio al cliente, manejo de objeciones y demás temas inherentes al cargo.		ejercicios de conocimiento de los productos del portafolio FLA. En los anexos se encuentra la lista de asistencia a dicha capacitación. 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 impulsadores y tener una 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 Mercaimpulsador.	46 %	Se tiene el apoyo de 1 persona encargada de la cuenta, él es nuestro contacto directo y atiende todas nuestras necesidades. Contamos con 1 coordinador Senior: Jeison Osorio Higuita y dos coordinadores Junior, en nuestra zona Norte se encuentra la señora Paula Andrea Roldan Ríos y en la zona Sur Sebastián Correa Botero. Adicionalmente contaos con el apoyo de la practicante de Canal Moderno de la Fábrica de Licores de Antioquia quien hace seguimiento a los mercaderistas y colabora en el desarrollo de las actividades.
7. Seguimiento a los Mercaimpulsadores: Realizar el proceso y seguimiento completo al ingreso de los Mercaimpulsadores 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	46 %	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 ya sea Mercaderista, coordinadores o Modelos de protocolo con anticipación para poder que

Antioquia.		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 %.
8. Comunicación de doble vía: Comunicación continua con La Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia de cualquier novedad que se presente con los Mercaimpulsadores 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 determinado según la programación.	46 %	La comunicación ha sido constante y oportuna lo cual ha permitido una buena gestión en los puntos de venta, la labor de los coordinadores ha sido muy eficiente, brindando soluciones inmediatas los inconvenientes presentados durante el mes En cuanto a este ítem se tiene un porcentaje de cumplimento al 100 %.
9. Uniformes: Proveer la dotación de uniformes para los Mercaimpulsadores. 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.	46 %	Se entregaron todos los uniformes a los 32 mercaderistas, de los cuales nosotros como Fábrica de Licores asumimos 30 de estos uniformes que estaban en el presupuesto de la licitación y el uniforme a los 3 coordinadores. En este punto se entregaron los uniformes y cumplimos al 100%
10. Dispositivo Móvil y Aplicativo Móvil: 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 Mercaimpulsadores 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	46 %	Todo el grupo de mercaderistas cuenta con un celular Nokia TA-1035 con Androit versión 7.1.1. El aplicativo que tienen instalado es MOBILESUITCASE Versión 1.07.003 (play) Con este aplicativo se puede geolocalizar en tiempo real a los mercaimpulsadores, revisar recorridos y rutas. Nos permite también tener en tiempo real las fotos geo localizadas (geofotos) con las novedades en tiempo real.

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 Mercaimpulsadores e informar oportunamente a la FLA de cualquier novedad en los puntos de venta.		Tanto el dispositivo como el aplicativo móvil están cumpliendo al 100 % con el propósito del mismo.
11. Cobertura: Área metropolitana y algunos municipios del Departamento de Antioquia, de la región del Urabá y Oriente Antioqueño.	46 %	Todo el personal contratado se encuentra distribuido en toda la región del área metropolitana, de Urabá y del oriente antioqueño. En Urabá contamos con dos mercaimpulsadores y en el oriente con otros dos mercaimpulsadores. Los otros 28 mercaimpulsadores se encuentran 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.	46 %	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 este periodo se mandaron a elaborar cabezotes de los 100 años FLA para vestir de nuevo las exhibiciones negociadas. 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.	46 %	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**
	46 %	El día 02 de septiembre de 2019 con

ENTREGADOS	IVA INCLUIDO			IVA INCLUIDO
7. Recursos ejecutados (incluidos los pendientes por facturar)	$142.083.201 IVA INCLUIDO			$ 142.083.201 IVA INCLUIDO
8. Recursos no ejecutados	$ 625.178.738 IVA INCLUIDO			$ 625.178.738 IVA INCLUIDO

2.3. ANOTACIONES ADICIONALES:

Se revisa la factura presentada por valor de $ 142.045.188 y el detalle de esta.
Cuando se aprobó el material P.O.P se recibieron las tres cotizaciones que se solicitan.
Todo el diseño de este material fue aprobado desde la dirección de mercadeo.
El rubro de Incentivos es de 19´618.000 pesos, al día de hoy se encuentra completo porque fue destinado para una actividad de fin de año.

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	$ 0	$ 0	$ 1.101.556.586
Primer Pago	22 /07 /2019	$ 1.101.556.586	$ 152.077.169	$0	$ 152.077.169	$ 949.479.417
Segundo Pago	15 /08/ 2019	$ 1.101.556.586	$ 182.217.478		$ 182.217.478	$ 767.261.939
Tercer pago	02 / 09 /2019	$ 1.101.556.586	$142.083.201		$ 142.083.201	$ 625.178.738
Adiciones	N/A	N/A	0	0	0	0
TOTALES		$ 1.101.556.586	$ 476.377.848	0	$476.377.848	$ 625.178.738

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.		radicado 2019010337992 nos entregan la factura 3120 por un valor de $ 133.307.474, a la cual se le procede a dar trámite.
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 Seguridad Física establecida por la entidad.	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 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**
	N / A .

2.2. SEGUIMIENTO FINANCIERO DEL CONTRATO / CONVENIO: REVISAR

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	$ 334.294.647 IVA INCLUIDO			$ 334.294.647 IVA INCLUIDO
6. TOTAL RECURSOS	$ $ 334.294.647			$ 334.294.647

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 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. Anexo informe de ejecución de Propuesta de Marca
2. Se anexa la factura número 3120 con radicado R 2019010337992 por valor de $ 142.083.201
3. Certificado emitido por la señora María Edilma Martínez Osorio, donde da fe que la empresa Propuesta de Marca S.A.S se encuentra al día con sus obligaciones provenientes del sistema de salud, riesgos profesionales, pensiones y aportes a las cajas de compensación familiar, ICBF y el SENA.
4. Se anexa copia de la cedula, la tarjeta profesional y certificado de la junta central de contadores.
5. Se anexa RUT de la empresa y la póliza de seguro de cumplimiento entidad estatal.
6. Se anexan las liquidaciones de la ARL de los empleados.

7. Se anexa factura de material P.O.P por valor de 1.295.000; el otro valor de 10.174.000 pesos corresponde al montaje del carro bar, alquiler por feria de flores donde se incluyen jornadas de 8 horas diarias
8. Se anexa recibo a satisfacción
9. Se anexa listado de asistencia de las capacitaciones y temas de cada una de ellas.
10. Se anexa CD con chequeo de precio, informe de inventarios, agotados y descodificados.

Para constancia, se firma la presente acta el 26 de septiembre de 2019

Nombre: ANA MARIA MARTINEZ LOPEZ
SUPERVISORA

Nit 900141687 - 9

Email:
pdm@propuestademarca.com
Dirección:
Carrera 13 No. 113 - 70
PBX:
609 0707

Código Actividad ICA 304 No somos grandes contribuyentes
Régimen Común Responsables del IVA e ICA
Actividad Económica 7310
Autorización de Facturación por Computador
No. 18762008080990
Fecha 04/05/2018
Habilitado del No. FVS 2750 al FVS 5000

FECHA FACTURA	FECHA VENCIMIENTO
lunes, 02 de septiembre de 2019	miércoles, 02 de octubre de 2019

FACTURA DE VENTA No. FVS **3120**

Señores	DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA			**Nit**	890900286 0
Dirección	CL 42 B 52 106 P 1 OF 111	**Teléfono**	38381111	**Ciudad**	Medellín
CLIENTE	DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA			**NIT**	890900286
PRODUCTO	DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA-FABRICA DE LICORES Y ALCOHOLES DE ANTIOQUIA			**ORDEN COMPRA**	CONTRATO NO.4600009661

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
CONTRATO No. 4600009661 RPC 4200010281 SERVICIO DE SOLUCIONES DE 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. SUPERVISORA ANA MARIA MARTINEZ LOPEZ	119.397.648

Favor pagar con cheque cruzado restrictivamente a nombre de PROPUESTA DE MARCA SAS. Esta factura de venta se asimila en todos sus efectos a una letra de cambio según artículo 774 del código de comercio y constituye título ejecutivo por la suma aceptada

Después de los 10 dias calendario de recibida la factura, esta se dará por aceptada según ley 1231 del 2008

Observaciones

SUBTOTAL	**119.397.648**
IVA	**22.685.553**
RETEFUENTE	**$4.775.906**
RETEIVA	**$3.402.833**
RETEICA	**$596.988**
TOTAL FACTURA	**$133.307.474**

LA SUMA DE:

CIENTO TREINTA Y TRES MILLONES TRESCIENTOS SIETE MIL CUATROCIENTOS SETENTA Y CUATRO PESOS M/CTE

FIRMA RESPONSABLE:	RECIBIDO POR:

Formato COPIA

ANEXO 3

MARIA EDILMA MARTINEZ OSORIO
CONTADOR PÚBLICO TITULADO

CERTIFICA:

En calidad de Revisora Fiscal de la empresa ***PROPUESTA DE MARCA S.A.S.*** *con* ***NIT. 900.141.687-9,*** *que dicha empresa ha cumplido y se encuentra al día con sus obligaciones provenientes del sistema de salud, riesgos profesionales, pensiones y aportes a las Cajas de Compensación Familiar, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar y Servicio Nacional de Aprendizaje.*

La anterior certificación se expide para efectos de dar cumplimiento al Artículo 50 de la ley 789 de 2002.

Dado en Bogotá a los 2 días del mes de Septiembre de 2019.

Cordialmente,

María Edilma Martínez O.
T.P. 19266-T

MARIA EDILMA MARTINEZ OSORIO
T.P. 19.266-T

Scanned by CamScanner

ANEXO 4

República de Colombia
Ministerio de Educación Nacional
JUNTA CENTRAL DE CONTADORES
TARJETA PROFESIONAL
DE CONTADOR PUBLICO



19266-T

MARIA EDILMA
MARTINEZ OSORIO
C.C. 24.602.760
RESOLUCION INSCRIPCION 2599-T FECHA 5-XI-87
UNIVERSIDAD DEL QUINDIO

Presidente

000026834

FIRMA DEL TITULAR

Esta tarjeta es el único documento que lo acredita como CONTADOR PUBLICO de acuerdo con lo establecido en la ley 43 de 1990.
Agradecemos a quien encuentre esta tarjeta devolverla al Ministerio de Educación Nacional - Junta Central de Contadores.

AMARTINEZL

REPUBLICA DE COLOMBIA
IDENTIFICACION PERSONAL
CEDULA DE CIUDADANIA

NUMERO **24.602.760**

MARTINEZ OSORIO
APELLIDOS

MARIA EDILMA
NOMBRES

FIRMA





INDICE DERECHO

FECHA DE NACIMIENTO **24-MAR-1962**
CIRCASIA
(QUINDIO)
LUGAR DE NACIMIENTO

1.50 **A+** **F**
ESTATURA G.S. RH SEXO

20-MAY-1981 CIRCASIA
FECHA Y LUGAR DE EXPEDICION

REGISTRADOR NACIONAL
JUAN CARLOS GALINDO VACHA

A-2600100-00831149-F-0024602760-20160520 **0049**854964A 2 46562219

AMARTINEZL

UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL **JUNTA CENTRAL DE CONTADORES**

Certificado No:

1FZUD01Z9AB45873

LA REPUBLICA DE COLOMBIA

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO

UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL

JUNTA CENTRAL DE CONTADORES

CERTIFICA A:
CERTIFICACIONES, LICITACIONES, ESTADOS FINANCIEROS

Que el contador público **MARIA EDILMA MARTINEZ OSORIO** identificado con CÉDULA DE CIUDADANÍA No 24602760 de CIRCASIA (QUINDIO) Y Tarjeta Profesional No 19266-T SI tiene vigente su inscripción en la Junta Central de Contadores y desde los últimos 5 años.

NO REGISTRA ANTECEDENTES DISCIPLINARIOS *
* *
* *

Dado en BOGOTA a los 12 días del mes de Junio de 2019 con vigencia de (3) Meses, contados a partir de la fecha de su expedición.

DIRECTOR GENERAL (E)

ESTE CERTIFICADO DIGITAL TIENE PLENA VALIDEZ DE CONFORMIDAD CON LO ESTABLECIDO EN EL ARTICULO 2 DE LA LEY 527 DE 1999, DECRETO UNICO REGLAMENTARIO 1074 DE 2015 Y ARTICULO 6 PARAGRAFO 3 DE LA LEY 962 DEL 2005

Para confirmar los datos y veracidad de este certificado, lo puede consultar en la página web www.jcc.gov.co digitando el número del certificado

AMARTINEZL

República de Colombia
Ministerio de Educación Nacional

JUNTA CENTRAL DE CONTADORES
TARJETA PROFESIONAL
DE CONTADOR PUBLICO



19266-T

MARIA EDILMA
MARTINEZ OSORIO
C.C. 24.602.760
RESOLUCION INSCRIPCION 2599-T FECHA 5-XI-87
UNIVERSIDAD DEL QUINDIO

Firma

00026834

FIRMA DEL TITULAR

Esta tarjeta es el único documento que lo acredita como CONTADOR PUBLICO de acuerdo con lo establecido en la ley 43 de 1990.
Agradecemos a quien encuentre esta tarjeta devolverla al Ministerio de Educacion Nacional - Junta Central de Contadores.

AMARTINEZL

GOBERNACION DE ANTIOQUIA
REPUBLICA DE COLOMBIA

GOBERNACION DE ANTIOQUIA
RECIBO A SATISFACCION

Fecha Elaboración: 23.09.2019

Página: 1 de 1

NUMERO DE DOCUMENTO : 5000151080

FACTURA: FVS 3120	**Nro ACTA:** 3	**DOC CAUSACION:**
CODIGO PROVEEDOR: 2200014331	**NIT:** 9001416879	**NOMBRE / RAZON SOCIAL :** PROPUESTA DE MARCA S.A.S.
Nro CONTRATO: 4600009661	**DEPENDENCIA:** FÁBRICA DE LICORES Y ALCOHOLES DE ANTIOQUIA FLA	
FECHA SUSCRIPCION CONTRATO: 22.05.2019	**OBSERVACION:**	

PEDIDO: 1. 4200010281 FÁBRICA DE LICORES Y ALCOHOLES DE ANTIOQUIA FLA

PED	POS PED	ANT	FONDO	CODIGO MATERIAL / SERVICIO	DESCRIPCION	CANTIDAD	UMB	V/R UNI. SIN IVA	% IVA	V/R UNI. INC. IVA	TOTAL INC. IVA
	10		0-1010	1001589	SERV.SOLUC.MARKETIN G BPO	119397648	UN	1,000	19%	1,1900	142.083.201,120

V/R TOTAL NETO	119.397.648,000
V/R TOTAL IVA	22.685.553,120
V/R TOTAL	142.083.201,120

REVISIÓN DE SOPORTES Y REQUISITOS DIRECCIÓN DE CONTABILIDAD			
1. Factura Original	V.Bo.	8. Firma y tel. Supervisor, # factura, contrato, fecha, y acta	V.Bo.
2. Resolución de facturación vigente	V.Bo.	9. Porcentaje de particiación si es consorcio o unión Tem.	V.Bo.
3. Cumple requisitos de factura Art. 617 E.T.	V.Bo.	10. T.P y antecedentes disciplinarios contador Per.Jurid.	V.Bo.
4. Recibo a satisfacción por fondo	V.Bo.	11. Informe de seguimiento	V.Bo.
5. RPC del pago	V.Bo.	12. Certificado de Industria y Comercio si se requiere	V.Bo.
6. Contrato y Rut actualizado.	V.Bo.	13. En caso de adición se deben anexar Otro Si o Adición	V.Bo.
7. Soportes del pago a seguridad social	V.Bo.	14. Elaborar Documento Equivalente si se requiere	V.Bo.
		15. Rut Consorciados o integrantes de unión la temporal	V.Bo.

DEDUCCIONES Y RETENCIONES	
Estampillas	
Contribución Especial	
Retención de IVA	
Retención en la Fuente	
Retención en la Fuente Obra Púb.	
Retención Empleados 1070	
Retención Industria y Comercio	

MOVIMIENTO REALIZADO POR: Giovanny Andrés Lopez Jaramill

Martinez Lopez, Ana Maria

SUPERVISOR(ES) Y/O INTERVENTOR(ES)

ANEXO 1.

INFORME EJECUTIVO #3

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

FÁBRICA DE LICORES DE ANTIOQUIA

Por:

PROPUESTA DE MARCA S.A.S.

AGOSTO / 2019

www.propuestademarca.com

AMARTINEZL

Contenido

INTRODUCCIÓN: AVANCES EN LA OPERACIÓN 3

1. Estrategia para mantener e incrementar las exhibiciones adicionales en el canal moderno. ..10

2. Diagnóstico y recomendaciones de necesidades reales del mercado en los diferentes puntos del canal moderno. 12

3. Plan de mejoramiento para optimización de rutas y tiempos en el canal moderno. 23

4. Inventarios – agotados – descodificados.....24

5. Análisis de actividades realizadas por la competencia. 25

6. Chequeo de precios del portafolio de Productos FLA por punto de venta vs. Competidores en la categoría y otros sustitutos 49

7. ANEXOS 50

AMARTINEZL

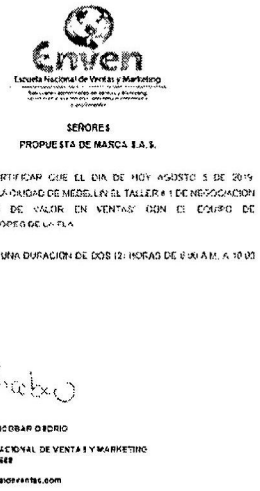
INTRODUCCIÓN: AVANCES EN LA OPERACIÓN

Durante el mes de agosto evidenciamos un grupo sólido, comprometido y entregado al cumplimiento de los objetivos; cabe anotar que el ingreso de personal nuevo al grupo de Mercaimpulsadores ha generado en este un aire de amor por el trabajo, compromiso y esfuerzo.

Ha habido algunos retitos voluntarios de personal, especialmente de personal antiguo, lo cual da espacio a continuar seleccionando personas nuevas, con mucho entusiasmo y ganas de trabajar que refrescan el grupo y a su vez la operación, redundando en nuevas y mejores relaciones con los puntos de venta.

Durante este periodo se llevó a cabo:

1) Tercera capacitación NEGOCIACIÓN – "La Propuesta de valor en las Ventas", fue una actividad de gran apoyo para el personal, en la capacitación se vieron temas como el concepto de valor en las ventas, cómo se puede generar valor a una marca desde el trabajo individual, se realizó un taller práctico de construcción de una propuesta de valor basada en productos reales de la FLA, te hizo una ronda de comentarios y aprendizajes de la capacitación.



Enven
Escuela Nacional de Ventas y Marketing

SEÑORES
PROPUESTA DE MARCA S.A.S.

ME PERMITO CERTIFICAR QUE EL DIA DE HOY AGOSTO 5 DE 2019 REALIZAMOS EN LA CIUDAD DE MEDELLIN EL TALLER # 1 DE NEGOCIACION "LA PROPUESTA DE VALOR EN VENTAS" CON EL EQUIPO DE MERCAIMPULSADORES DE LA FLA

EL TALLER TUVO UNA DURACION DE DOS (2) HORAS DE 8:00 A.M. A 10:00 A.M.

ATENTAMENTE

LUIS FERNANDO ESCOBAR OBORIO
FACILITADOR
ENVEN ESCUELA NACIONAL DE VENTAS Y MARKETING
CELULAR 317 845 9668
PBX (4) 444 2909
www.escuelanacionaldeventas.com

Fecha: 5 de agosto / 2019
Lugar: Sede Propuesta de Marca Medellín
Hora: 8:00 AM
Duración: 2 Horas
Asistentes: 35 personas

AMARTINEZL

Registro Fotográfico:







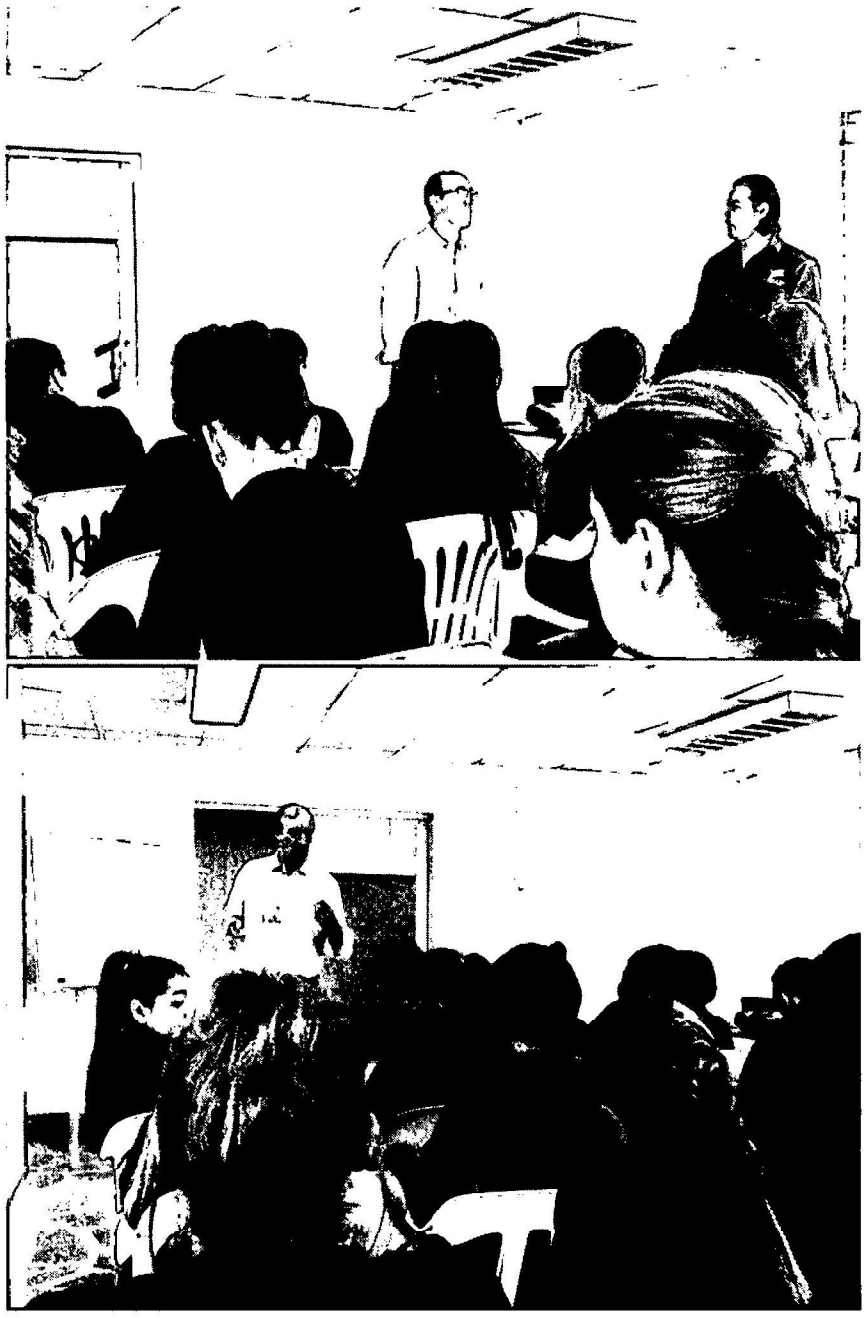
AMARTINEZL



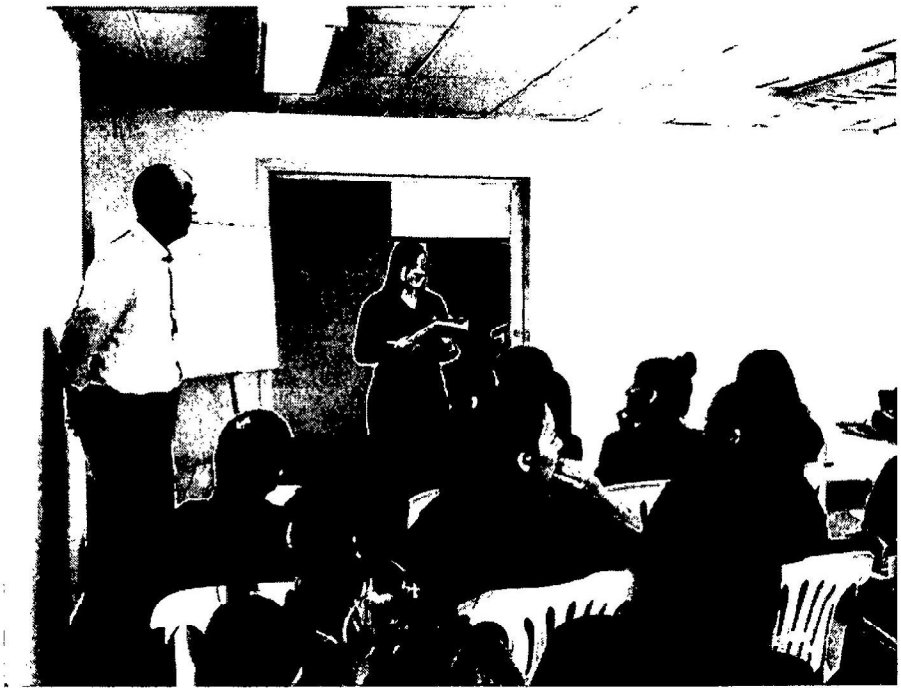








AMARTINEZL



2) Entrega de Camisetas Oficiales Promotores FLA Feria de las Flores 2019. Se realizó entrega de camisetas y gorras a todo el personal entregadas desde mercadeo FLA.



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.
La estrategia que se ha propuesto desde Propuesta de Marca consiste en:

a. Tener personal visitando con más frecuencia las tiendas durante la semana, buscando reforzar las relaciones publicas en cada almacén, incrementar la visibilidad de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia con su personal e incrementar la rotación de producto a través del impulso y de la gestión de espacios y exhibiciones adicionales.
b. En busca de impactar y apoyar en los Almacenes Éxito Híper* se está disponiendo de acompañamiento de mercaimpulsadores las 8 horas, los 6 días de la semana en las tiendas:
    - Éxito San Antonio
    - Éxito Bello (Niquía)
    - Éxito Laureles
    - Éxito Colombia
    - Éxito Poblado Wow
    - Éxito Envigado Wow

    Con este acompañamiento, se busca, aumentar la visibilidad de nuestras marcas en los puntos de venta que más tráfico tienen en el Área Metropolitana, incrementar las ventas y la rotación en los productos del portafolio FLA, a través del acompañamiento, el impulso y la gestión de espacios adicionales en los que se impacte y genere recordación en nuestros clientes.
    A través de este acompañamiento constante se busca, también, tener un canal de información en tiempo real, que sirva a la Subgerencia de Mercadeo y Ventas de la FLA, para la creación e implementación de estrategias que permitan contrarrestar el accionar de las marcas competidoras en el canal.
    En estos puntos de venta, además de ser los que más concentran tráfico de personas y donde se venden más productos del portafolio FLA, se cuentan con exhibiciones negociadas, vestidas con material POP y ubicadas en lugares estratégicos del almacen, buscando generar mayor visibilidad de

AMARTINEZL

marca y recordación de las mismas. Adicional a lo anterior, se busca la comodidad para el consumidor, al adquirir con facilidad los productos del portafolio FLA.

*Las tiendas denominadas Híper, en el Grupo Éxito, son los almacenes que ofrecen un portafolio de productos y servicios más diverso y más completo para sus clientes, estas tiendas cuentan con diferentes departamentos dentro de la misma tienda (ropa, comidas, electrodomésticos, celulares, mercado, motocicletas y vehículos, ferretería, maquillaje, entre otros), además de algunos locales comerciales, como Western Union, Servientrega, Baloto, Comidas rápidas, por mencionar algunos.

Anexo 1: Consolidado de Exhibiciones Adicionales GE e Independientes.

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 diversas 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 sutiles 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 periodo, aprovechando los cambios de formato que está implementando, a mediano plazo, el Grupo Éxito con sus nuevas tiendas Éxito Wow y Carulla FreshMarket; Propuesta de Marca, plantea aprovechar no solo el cambio de formato y los eventos que el lanzamiento pueda generar, sino, también, aprovechar los eventos propios de la cadena, para buscar vincularse y generar visibilidad de la marca en los mismos, además, del 2 al 11 de agosto, se celebró la Feria de las Flores, donde Aguardiente Antioqueño es "el anfitrión de la Feria" y, Propuesta de Marca, despliega un amplio portafolio de actividades a desarrollar.

Con el apoyo del área de Trademarketing de la FLA, se cuenta con camisas y gorras para los mercaimpulsadores, además se tiene Papayera, producto de degustación, burladeros, copas y demás productos de merchandising.

AMARTINEZL

Propuesta N°1

Actividad: Degustación Ron Medellín Dorado en Éxito Poblado Wow

Fecha: Agosto 1 de 2019

Puntos de Venta: Éxito Poblado Wow

Estrategia

- Generar visibilidad de la Fábrica de Licores de Antioquia "100 Años Pensando en Grande".
- Continuar fortaleciendo y dando reconocimiento al Ron Medellín Dorado en el Canal Moderno.
- Generar experiencia e interactuar con los consumidores finales en el Canal Moderno.

La fecha y el horario propuesto fueron:

Agosto 1 de 2019 – de 6:00 pm a 10:00 pm, se inició la actividad inmediatamente se abrieron las puertas al público, a las 6:00pm hasta las 12:00am, aprovechando que el punto de venta está abierto al público las 76 horas y que hubo alto tráfico de personas en el almacén.

A continuación se muestra el registro fotográfico del evento:











Propuesta N° 2

Actividad: Papayera – Degustación

Fecha: Agosto 2, 3, 4, 6, 7, 10 y 11 de 2019

Puntos de Venta: Éxito Junín, Éxito Aventura, Éxito Colombia, Éxito Bello (Niquía), Éxito La Central, Éxito Unicentro, Éxito de la 70, Éxito San Antonio, Merkepaisa Sabaneta y Supermercados La 80.

Estrategia

- Generar visibilidad de la Fábrica de Licores de Antioquia y la marca Aguardiente Antioqueño "el anfitrión de la Feria".
- Generar experiencia e interactuar con los consumidores finales en el Canal Moderno.
- La FLA, como anfitrión de la feria, a través de Aguardiente Antioqueño, busca recibir a quien visite la ciudad y contagiarlos de alegría e invitarlos a asistir y participar de las festividades y actividades programadas.

Se ejecutó en los siguientes horarios y fechas:

PDV	FECHA	HORARIO
ÉXITO JUNÍN	2 DE AGOSTO	3:00PM-7:00PM
ÉXITO AVENTURA	2 DE AGOSTO	4:00PM-8:00PM
ÉXITO COLOMBIA	3 DE AGOSTO	3:00PM-7:00PM
ÉXITO BELLO (NIQUÍA)	3 DE AGOSTO	4:00PM-8:00PM
ÉXITO LA CENTRAL	4 DE AGOSTO	4:00PM-8:00PM
ÉXITO UNICENTRO	6 DE AGOSTO	2:00PM-6:00PM
ÉXITO DE LA 70	6 DE AGOSTO	2:00PM-6:00PM
MERKEPAISA SABANETA	7 DE AGOSTO	3:00PM-7:00PM
SUPERMERCADOS LA 80	10 DE AGOSTO	3:00PM-7:00PM
ÉXITO SAN ANTONIO	11 DE AGOSTO	10:00AM-2:00PM

Las fechas y horarios, se propusieron de acuerdo a las actividades y eventos que hubiesen cerca de los puntos de venta y almacenes del Grupo Éxito e Independientes.

A continuación se muestra el registro fotográfico del evento:


04/08/2019 4:22:03 p.m.


EL
ANFITRIÓN
DE LA FERIA


EL
ANFITRIÓN
DE LA FERIA


EL
ANFITRIÓN
DE LA FERIA

AMARTINEZL

- Generar visibilidad de la Fábrica de Licores de Antioquia y la marca Aguardiente Antioqueño "el anfitrión de la Feria".
- Generar experiencia e interactuar con los consumidores finales en el Canal Moderno.
- Emtregar material POP y merchandising por compras a los clientes, por compras iguales o superiores a $25.000 en productos del portafolio FLA, además de degustación y ambiente musical, en la semana de la Feria de las Flores.

Se ejecutó en los siguientes horarios y fechas:

PDV	FECHA	HORARIO
CARULLA LAURELES	2 DE AGOSTO	10:00 AM-2:00PM
ÉXITO COLOMBIA	2 DE AGOSTO	3:00PM – 7:00PM
PROVEEDURIA EPM	3 DE AGOSTO	9:00AM – 1:00PM
ÉXITO ARANJUEZ	3 DE AGOSTO	3:00PM - 7:00PM
ÉXITO GRAN VÍA	6 DE AGOSTO	10:00AM – 2:00PM
ÉXITO DE LA 70	6 DE AGOSTO	3:00PM – 7:00PM
ÉXITO BELÉN	7 DE AGOSTO	10:00AM – 2:00PM
ÉXITO POBLADO	7 DE AGOSTO	3:00PM – 7:00PM
MERKEPAISA BELÉN LA PALMA	8 DE AGOSTO	10:00AM-2:00PM
ÉXITO ROBLEDO	8 DE AGOSTO	3:00PM-7:00PM
JUMBO/CENCOSUD 65	9 DE AGOSTO	10:00AM-2:00PM
MERCADOS MADRID LA 80	9 DE AGOSTO	3:00PM- 7:00PM
ÉXITO DE LA 33	10 DE AGOSTO	10:00AM-2:00PM
ÉXITO BELÉN	10 DE AGOSTO	3:00PM- 7:00PM
ÉXITO COLOMBIA	11 DE AGOSTO	10:00AM- 2:00PM
ÉXITO ROBLEDO	11 DE AGOSTO	3:00PM- 7:00PM

Las fechas y horarios, se propusieron de acuerdo a las actividades y eventos que hubiesen cerca de los puntos de venta y almacenes del Grupo Éxito e Independientes, además de la disponibilidad de espacios aptos para el móvil (parqueaderos o espacios estratégicos del punto de venta).

Se contó con la presencia de tres mercaimpulsadoras y un coordinador junior.

A continuación se muestra el registro fotográfico del evento:









Propuesta N° 3

Actividad: Carro Bar

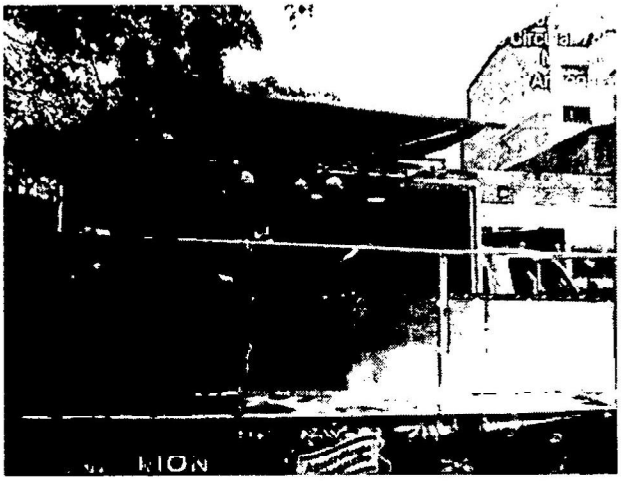
Fecha: Agosto 2 al 11 de 2019

Puntos de Venta: Carulla Laureles, Éxito Colombia, Proveeduría EPM, Éxito Aranjuez, Éxito Gran Vía, Éxito de La 70, Jumbo 65, Mercados Madrid La 80, Éxito de La 33, Éxito Belén, Éxito Robledo, Éxito Poblado, Merkepaisa Belén La Palma.

Estrategia

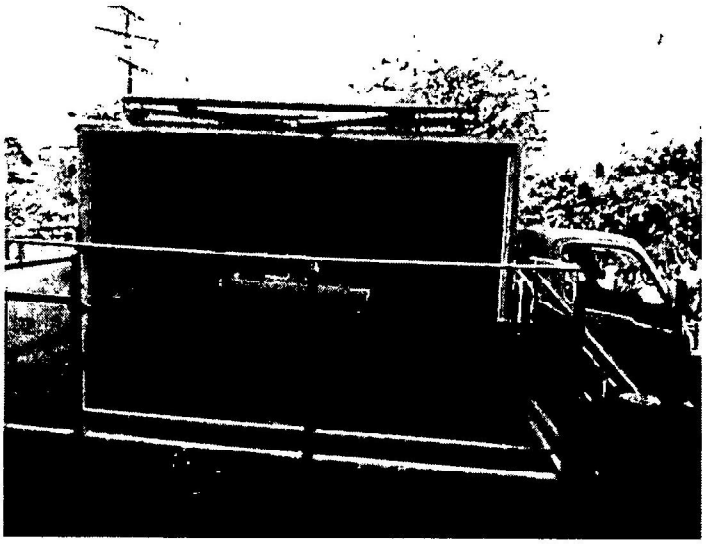
AMARTINEZL






02/08/2019 4:02:31 p.m.
49-1 Carrera 66
Medellín
Antioquia







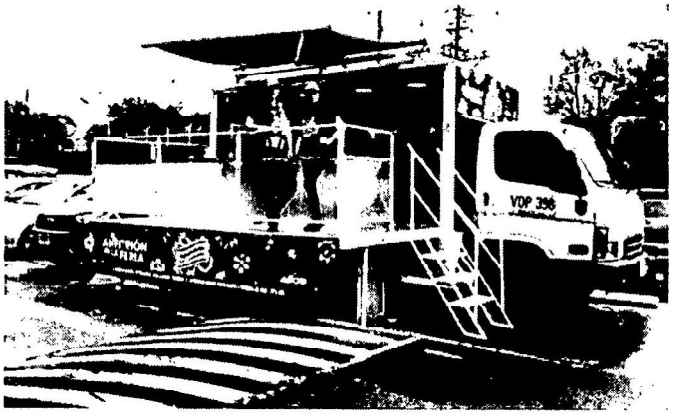


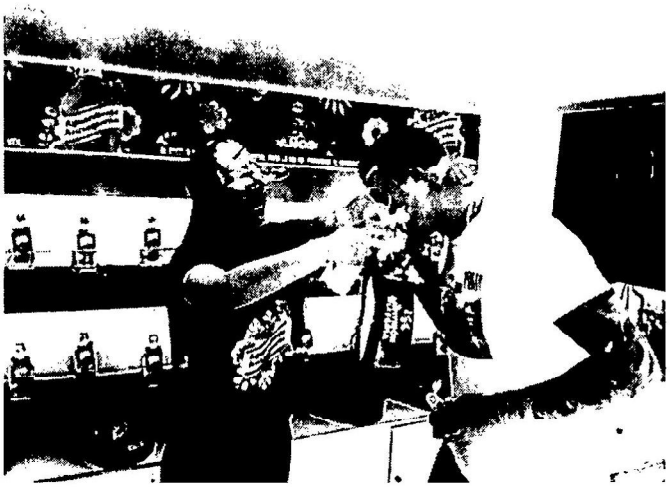

02/08/2019 5:40:12
¡FERIA











www.propuestademarca.com



El merchandising entregado en la actividad, proporcionado por trademarketing FLA fueron: audífonos, ventiladores, copa collar, copa cordón, cuadernos 100 años FLA, lapiceros, libretas 100 años FLA, lapiceros 100 años FLA, abanicos y sombreros Aguardiente Antioqueño"el anfitrión de la Feria"

AMARTINEZL

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.

De acuerdo a la temporada de Feria de Flores, se propuso e implemento una ruta rotativa, es decir, de acuerdo a las actividades planeadas, el personal iba a rotar de almacén, esto con el fin de seguir dando cobertura total a los puntos de venta, y acompañar en cada evento propuesto por Propuesta de Marca SAS y la FLA en los almacenes o en sus alrededores, con motivo de la Feria.

A continuación se relacionan los eventos, los horarios y el personal disponible para cada punto de venta, en el marco y el desarrollo de cada actividad.

FERIA DE LAS FLORES 2019 - CANAL MODERNO FLA					
PAPAYERA - DEGUSTACIÓN					
PDV	**FECHA**	**HORARIO**	**MERCAIMPULSADOR**	**HORARIO**	**EVENTO**
ÉXITO JUNÍN	2 DE AGOSTO	3:00PM-7:00PM	CAMILA SUAREZ	11:00AM-7:00PM	CALLE DE LOS ARTISTAS - CALLE JUNÍN/PARQUE BOLIVAR
ÉXITO AVENTURA	2 DE AGOSTO	4:00 PM - 8:00PM	SAMIR ALMARIO	12:00M - 8:00PM	15° FESTIVAL DE LA TROVA - PARQUE DE LOS DESEOS
ÉXITO COLOMBIA	3 DE AGOSTO	3:00PM-7:00PM	YEILY CRUZ	11:00AM-7:00PM	SUPER CONCIERTO FERIA DE LAS FLORES
ÉXITO BELLO (NIQUÍA)	3 DE AGOSTO	4:00PM - 8:00PM	JUDY SUAZA	12:00M - 8:00PM	SUPER CONCIERTO FERIA DE LAS FLORES
ÉXITO LA CENTRAL	4 DE AGOSTO	4:00PM - 8:00PM	SARA RUIZ	12:00M - 8:00PM	ESCENARIO ARTISTICO Y CULTURAL - SANTA ELENA
ÉXITO UNICENTRO	6 DE AGOSTO	3:00PM-7:00PM	LUISA RAMIREZ	11:00AM-7:00PM	TABLADO UPB
ÉXITO DE LA 70	6 DE AGOSTO	2:00PM-6:00PM	MANUELA RUIZ	11:00AM-7:00PM	TABLADO UPB/REMOTO OLIMPICA ESTEREO
ÉXITO SAN ANTONIO	11 DE AGOSTO	10:00AM - 1:00PM	ALEJANDRA LOPEZ	9:00AM - 5:00 PM	DESFILE DE SILLETEROS

Mientras estas personas atienden dicho evento, los demás cubren los almacenes correspondientes a las visitas, todo con el fin de no alterar la operación y de que se siga siendo eficiente en la prestación de la misma.