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.:	**5**	**SUPERVISION**	**X**	**DE SEGUIMIENTO**	X	**FINAL**	☐
		INTERVENTORIA	☐	**PARA PAGO**	3		
PERIODO DE SEGUIMIENTO		Desde:	3 de Septiembre de 2019	Hasta:	11 de Octubre 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		RPC NUMERO:			

Radicado: I 2019020061958
Fecha: 2019/10/28 8:58 AM
Tpo: ACTA DE PAGO
JORGE IVAN CASTRILLON

AMARTINEZL

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

PRESUPUESTAL	FECHA DE LIBERACION (IMPRESIÓN):	17 / 05 / 2019
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	61 %
% 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.	61 % que corresponde al tiempo de ejecución del contrato.	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,

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.	61 % que corresponde al tiempo de ejecución del contrato.	buscando reforzar las 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 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 el Éxito San Antonio se cuenta con acompañamiento de 2 mercaimpulsadores, donde se le da un apoyo adicional a la mercaimpulsadora Alexandra Uribe, ya que tiene un embarazo de alto riesgo, y teniendo en cuenta que se cuenta con el personal para acompañar y reforzar la operación, en este caso puntual, se realiza de forma oportuna, se aprovecha el recurso disponible de forma óptima y se minimiza el impacto que genera en la operación En este primer Ítem se desarrolló al 100 % durante el primer mes.
	61 % que corresponde al tiempo de ejecución del contrato.	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
		61 % que corresponde al tiempo de ejecución del contrato.	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 o temporadas, para buscar vincularse y generar visibilidad de la marca en los mismos. **Propuesta 1:** Degustación crema de Ron Medellín **Fecha:** Del 19 al 22 de septiembre **Estrategia:** En el marco del "Día del Amor y la Amistad" y aprovechando el inventario disponible en los almacenes del grupo Éxito se propuso la degustación con el objetivo de generar visibilidad de la FLA, fortaleciendo y dando reconocimiento a la crema de Ron Medellín 8 años en el canal moderno, a través de la entrega de cristalería como obsequio por compras, adicional a eso, moños decorativos y tarjetas acorde con la celebración de Amor y Amistad. La degustación se realizó los días 19, 20,21 de septiembre de 3:00 a 7:00 p.m. Y el 22 de septiembre de 2:00 p.m. a 6:00 p.m. La actividad se desarrolló en los siguientes puntos de venta Éxito Poblado Wow, Éxito Envigado Wow, Éxito Bello (Niquia), Éxito Belén, Éxito Laureles, Éxito Unicentro, Éxito Aranjuez, Éxito San Antonio, Carulla Fresh Market Oviedo y Carulla Poblado. El registro fotográfico se encuentra en los anexos
		61 % que corresponde al tiempo de	

	ejecución del contrato.	Se cumple 100 % con el objetivo. . 1.3 El plan de mejoramiento para optimizar la atención de los puntos de venta se centra en disminuir el tiempo 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. Gracias al personal disponible con el que se cuenta, y la gestión de los coordinadores Jr, se logró crear rutas que permitieron además de apoyar y acompañar la actividad de amor y amistad, cubrir las visitas diarias en todos los puntos de venta del canal moderno. 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
	61 % que corresponde al tiempo de ejecución del contrato.	

	61 % que corresponde al tiempo de ejecución del contrato	almacenes 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, además de esta manera se recrea un panorama más preciso del status real de nuestra marca en los mismos. Con el objetivo de generar visibilidad de marca y aumentar la rotación de productos del portafolio FLA en los puntos de venta del canal moderno, la fábrica de licores de Antioquia ha adoptado como estrategia el impulso y gestión de espacios adicionales, además mantiene 25 exhibiciones negociadas vestidas con material POP, ubicadas estratégicamente en los PDV con mayor flujo de venta En el mes de septiembre la FLA tuvo una participación entre el 50% y 55% en los PDV, acciones como la degustación estacionaria generada para amor y amistad permitieron un rápido alcance de visibilidad y activación de producto. Es importante señalar que las marcas de la competencia cuentan con un factor que en oportunidades gana relevancia

	61 % que corresponde al tiempo de ejecución del contrato	al público como lo son las exhibiciones con producciones de mobiliario especial, estas exhibiciones en muchas oportunidades aumentan el WOM (Word of Mouth) y captan mayormente la atención de los clientes y compradores en los PDV gracias a detalles extras de visibilidad como lo son materiales novedosos, estructuras llamativas , detalles de iluminación extra que ambientan tanto la marca como el producto generado identidad de marca. El análisis de presencia de nuestros productos FLA vs la presencia de las marcas de los competidores se encuentra adjunto en los anexos, estos en un archivo de Excel que permite mostrar de manera más dinámica los diagramas y tabulados 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 monitoreables en todo el canal moderno y por ende garantizar un precio muy similar y no poner en riesgo ninguna venta por este motivo. En los anexos se encuentra

	61 % que corresponde al tiempo de ejecución del contrato	adjunto el chequeo de precios de la semana del 17 al 22 de septiembre. 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 #¡D/V/0!: Sin resultado por falta de datos (inventario) perid 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.	61 % que corresponde al tiempo de ejecución del contrato.	El proceso de selección consta de 3 criterios de evaluación. 1. **El cumplimiento de los requisitos oficiales al cargo según pliegos de la licitación:** 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. **Entrevista personal con representantes de la gerencia de proyectos y RRHH:** aquí se evalúa temas como la puntualidad, la actitud, la expresión, el nivel de estabilidad, potencial identificado y el interés por desempeñarse en el cargo. 3. **El resultado de los exámenes médicos:** Se realiza exámenes médicos que aseguraran la capacidad física para llevar a cabo las labores del cargo. El 25 de septiembre entró una nueva mercaimpulsadora: Karen Martínez López, quien realizó todo el proceso anteriormente descrito El día 03 de octubre la mercaimpulsadora Laura Montoya presento la renuncia El día 08 de octubre inician contrato María Isabel Zapata Y Jeison Enrique Oquendo.

		Luego de estos cambios se tienen un total de 31 mercaderistas Por lo que se abrió nuevamente la convocatoria para ocupar la vacante disponible 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.	61 % que corresponde al tiempo de ejecución del contrato	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 de merchandising, manejo de exhibición de los productos, servicio al cliente, manejo de objeciones y demás temas inherentes al cargo.	61 % que corresponde al tiempo de ejecución del contrato	El 09 de septiembre se realizó en la sede de propuesta de marca la capacitación: Las características, beneficios y ventajas, donde participó todo el grupo de mercaimpulsadores y coordinadores, Entre los temas abordados en la charla se encuentran: técnicas de venta La capacitación tuvo una duración de 2 horas, de 8:00 a.m. a 10:00 a.m. 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. Es una capacitación mensual, aquí se cumple la del mes de septiembre.

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.	100 %	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 contamos con el apoyo de la practicante de Canal Moderno de la Fábrica de Licores de Antioquia , la señora Daniela Pérez 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 Antioquia.	100%	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 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	100 %	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

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.		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.	50 % porque son dos entregas, falta la segunda entrega.	Se entregaron todos los uniformes a los 32 mercaderistas, de los cuales nosotros como Fábrica de Licores asumimos 30 de estos uniformes 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 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.	61 % que corresponde al tiempo de ejecución del contrato	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. 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.	61 % que corresponde al tiempo de ejecución del contrato	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.	61 % que corresponde al tiempo de ejecución del contrato	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 el mes de septiembre se repuso material POP (cabezotes) que se encontraban en mal estado y se mandaron a hacer cenefas Adjunto se encuentra la factura 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.	61 % que corresponde al tiempo de ejecución del contrato	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.	100 %	El día 11 de octubre de 2019 con radicado 2019010397258 nos entregan la factura 3140 por un valor de $ 114.552.751 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.	100 %	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**
26 de septiembre de 2019.	**OBJETIVO:** Definir material P.O.P **CONCLUSIONES:** Con el objetivo de reforzar nuestra presencia de marca en los diferentes puntos del canal moderno, se propone dar degustación durante 3 semanas: El fin de semana del 18 de octubre, del 25 de octubre y del 31 de octubre. Adicional a la degustación se hace entrega de material P.O.P alusivo a Halloween. Nos reunimos en el objetivo de planear la estrategia y ver los diseños del material que se entregara. Por compras de aguardiente, se lleva las copas de Guaroween y por compras de Ron se estarían llevando los vasos de Ron Medellín. A continuación, se presentan los artes que fueron aprobadas por el área de mercadeo para esta temporada. .



Medidas: Ancho 2.2 cm x Alto 2 cm

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 ENTREGADOS	$ 334.294.647 IVA INCLUIDO			$ 334.294.647 IVA INCLUIDO
7. Recursos ejecutados (incluidos los pendientes por facturar)	$130.260.643			$130.260.643
8. Recursos no ejecutados	$ 637.001.296 IVA INCLUIDO			$637.001.296 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 material P.O.P es de 57´500.000 pesos, al día de hoy tenemos por ejecutar 55´649.155
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	$0	$ 182.217.478	$ 767.261.939
Tercer Pago	11/10/ 2019	$ 1.101.556.586	$130.260.643	$0	130.260.643	$637.001.296
Adiciones	N/A	N/A	0	$0	0	0
TOTALES		$ 1.101.556.586	$ 464.555.290	$0	$ 464.555.290	$637.001.296

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 # 4 de ejecución de Propuesta de Marca
2. Se anexa la factura número 3140 con radicado R 2019010397258 por valor de $ 130.260.643
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 resumen de la factura donde se incluye el material P.O.P
8. Se anexa recibo a satisfacción
9. Se anexa listado de asistencia de las capacitaciones, el registro
10. Se anexa CD con chequeo de precio, informe de inventarios, agotados y descodificados.

Para constancia, se firma la presente acta el 24 de octubre de 2019

Nombre: ANA MARIA MARTINEZ LOPEZ
SUPERVISORA