

GUIA TALLER 4- IDENTIFICACIÓN Y EVALUACION DE CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.

OBJETIVOS:

- Conocer las condiciones, ventajas y desventajas de trabajar con cada canal de distribución
- Identificar los requisitos para ser parte del grupo de proveedores de las grandes superficies.

Fuente de verificación: Lista de asistencia, registro fotográfico, formatos de programación participativa, formatos de ejercicios individuales.

Tiempo: 5 Horas

Materiales: Tarjetas y hojas tamaño carta en colores, marcadores grandes y pequeños, cinta de enmascarar, fotocopias de la guía para cada participante y papel kraft. Equipo de computo y video beam

ORDEN DEL DIA

1. Saludo, presentación de los temas del taller
2. Conceptos contables básicos
3. Actividad de matriz comparativa de canales de comercialización
4. Actividad la lista de chequeo
5. Evaluación y Compromisos (30 minutos)

PROCEDIMIENTO PARA EL DESARROLLO DE LA SESIÓN

1. Saludo, presentación de los temas del taller (10 minutos)

Se saluda a los participantes, se les describe los motivos que convocan la reunión, y se plantean brevemente los temas de esta sesión.

2. Comparando los canales (40 minutos)

El facilitador explica que existen diferentes maneras de llegar al cliente final y que generalmente los productores creen conocerlas, pero que sus características particulares, ventajas y desventajas es común que no se conozcan realmente. Por eso es necesario hacer un ejercicio comparativo que permita visualizar de manera clara quienes son y cómo se trabaja con los diferentes canales de comercialización.

El facilitador solicita a los participantes a reunirse en grupos de máximo cuatro personas y partir de su experiencia como productores o como organización para completar la siguiente información. Es fundamental aclarar que en el caso de encontrar canales y/o clientes con los que no trabaje, se deja el espacio en blanco.

Concepto / Canal y/o cliente	Grandes Superficies		Intermediario común		Distribuidor mayorista		Industria		Detallista/tienda de barrio		Otro	
	a	b	a	b	a	b	a	b	a	b	a	b
Productos que compra	Productos que vende la organización a cada canal y/o cliente											
Requisitos documentales	Documentos y registros necesarios para ser proveedor ej. Cámara de comercio, nit, registro etc..											
Requerimientos de empaque y embalaje	Definición de características que se exigen del empaque, tipo de canastillas, manejo de materiales especiales, si son dados por el canal y/o cliente o no etc.											
Lugar y tiempo de entrega	Condiciones del lugar y las fechas, días, momentos de entrega particulares,											
Frecuencia de compra	Cada cuanto compra este cliente/ o cada cuanto es la recepción de mercancía que hace el canal											
Forma de pago	Como es el pago, en efectivo, cheque y cada cuando, contraentrega, 8 días , 30 días etc											
Formalización de la relación	Existen contratos, registro de proveedores, etc..											
Calidades requeridas	Manejan fichas de calidad, tienen condiciones de las devoluciones, características del producto que reciben											
Precios promedio	Precio que se maneja con frecuencia..											

Paso 4. Herramientas básicas de gestión financiera

Al finalizar la actividad grupal, se reúnen los participantes en plenaria y la discusión se generará alrededor de los siguientes interrogantes: ¿Qué condiciones consideramos favorables? ¿Son las relaciones con los canales y/o clientes permanentes, temporales, sostenibles en el tiempo? ¿se tienen las condiciones para responder correctamente a los canales y/o clientes? ¿Quiénes ofrecen los precios más favorables? Entre otras que surjan de la reunión.

3. Actividad. La lista de chequeo (4 horas)

Primera parte – La importancia de conocer cómo operan las grandes superficies

El facilitador explica a los participantes la importancia de conocer cómo operan y los niveles de formalidad, procesos y control que se manejan en las grandes superficies con sus proveedores.

Las grandes superficies son los supermercados de gran tamaño, también se les denomina hipermercados y para su funcionamiento son entidades que tienen muy bien definidas políticas y normas para los proveedores.

Conocer cómo opera este tipo de negocios no solo permite estar preparados para acceder a cualquier mercado sino que se convierte en una oportunidad de formalizar las relaciones internas en las organizaciones de productores, sostener volúmenes de ventas y crecer.

Segunda parte – Elaboración de la lista de chequeo

1. Mediante una actividad repartir el grupo aleatoriamente en tres subgrupos
2. A cada grupo se le entrega el Formato No 1. Correspondiente a un listado de normas y requisitos para proveedores de diferentes cadenas de supermercados.
3. Se da la instrucción de leer cada uno de las condiciones y requisitos entregados y se da las indicaciones para debe armar una lista de chequeo de acuerdo con la información suministrada por el formato, donde se debe contestar en grupo si la organización los cumple o no.
4. Posteriormente, el facilitador presenta a los participantes el formato de una lista de chequeo y entrega a cada grupo un pliego de papel, fichas y marcadores.

El formato es el siguiente:

Condición Requisito	o	Si Cumple	No Cumple

5. En cada grupo discuten y diligencian las tarjetas escribiendo la condición o requisito que plantea la lectura y si la organización o los productores cumplen con ellos. Se deben tener en cuenta las recomendaciones de escritura en tarjetas.
6. En plenaria se socializan las listas de chequeo y entre todo el grupo se arma una general.
7. Se genera alrededor de la lista definitiva la discusión relacionada con que tienen actualmente los productores para poder trabajar con estos clientes y que hace falta. Que cosas de las que se plantean están adelantadas o que ni siquiera se ha empezado a trabajar
8. Se vuelven a reunir los subgrupos iniciales y se plantea un plan de trabajo en el que se indique que se debería hacer para cumplir con todas las condiciones y requerimientos que piden este tipo de entidades.
9. Finalmente en plenaria se socializan las actividades y se definen una serie de acciones necesarias para cumplir las condiciones y/o requisitos exigidos.

Paso 4. Herramientas básicas de gestión financiera

4. Evaluación y Compromisos (30 minutos)

Se evalúa en términos generales los componentes del taller, sus actividades y se recogerán recomendaciones u observaciones de los participantes, acerca de la metodología implementada.

Compromiso:

Compartir la información con los demás miembros de sus asociaciones

FORMATO No 1

ALMACENES EXITO

REQUISITOS DEL PROVEEDOR

Generales

- Ser persona natural o jurídica que tenga la condición de comerciante, de conformidad con la legislación vigente.
- Carta de presentación con los respectivos datos generales del proveedor, entre los cuales se encuentran el Nit, la Razón Social, el tipo de proveedor, la cobertura, dirección, ciudad, teléfono, fax, Apartado Aéreo, E-Mail, representante legal, representante de ventas así como todos los datos financieros, datos logísticos, de mercadeo y condiciones comerciales propuestas para el negocio, así como presupuesto de ventas para los respectivos productos para seis (6) meses.
- Matrícula y/o registro mercantil y certificado de existencia y representación legal expedido por la Cámara de Comercio respectiva, con no más de tres meses de antigüedad.
- Registro Único Tributario – RUT o documento que haga sus veces
- Acreditar el régimen de IVA al cual pertenece de conformidad con las normas tributarias vigentes (Común o simplificada)
- Información razonable que le permita a la cadena de almacenes verificar la moralidad comercial y la capacidad e idoneidad financiera, comercial, operativa, de producción y suministro.

Requisitos Del Producto

Para la codificación de productos se verificará el cumplimiento de los siguientes requisitos, los cuales deben observarse estrictamente por parte del proveedor durante toda la vigencia del Acuerdo Comercial en caso de que haya lugar a su celebración:

1. En relación con su comercialización.

Que su comercialización ofrezca el nivel mínimo de rentabilidad determinado por la cadena para la respectiva categoría.

Que pertenezca al portafolio de productos que la compañía tiene definido dentro de su surtido. O en su defecto, que la compañía este buscando ampliar su portafolio de categorías y el producto ofrecido se enmarque dentro de tales expectativas.

Que exista disponibilidad de espacio en las góndolas y/o demás modalidades de exhibición de los almacenes. En caso de no existir espacio disponible, se evaluará en su conjunto la propuesta del proveedor, y si se considera que le da valor agregado al surtido, presenta buen nivel de rentabilidad y responde a las necesidades de los consumidores, el producto se codificará.

Para efectos de la selección del producto a retirar, la cadena empleará fundamentalmente los siguientes parámetros: rotación, rentabilidad, participación de mercado, oferta completa, plazo de pago, estacionalidad e innovación.

El peso relativo de cada uno de esos parámetros será informado al proveedor cuyo producto será retirado.

Paso 4. Herramientas básicas de gestión financiera

Que sus condiciones de comercialización sean competitivas en el mercado, con respecto a productos de su misma categoría que posean similares características de calidad.

Que cumpla con los estándares de calidad para el tipo de producto, ofreciendo al cliente como mínimo las garantías establecidas por la ley.

Que se acredite una estructura de producción sólida y/o importación que le permita cumplir con los niveles mínimos de entrega del producto.

En los casos en que el producto lo requiera, se deberá anexar un análisis microbiológico y físico químico del producto que se pretende codificar.

2. En relación con exigencias legales

El producto debe cumplir la totalidad de obligaciones legales vigentes que sean exigibles para la producción y comercialización del mismo, y en especial se verificarán las siguientes:

Cumplir con las condiciones higiénico-sanitarias establecidas en la legislación vigente, incluyendo Registro Sanitario (cuando la mercancía lo amerite) por cada producto, caso en el cual deberá encontrarse vigente durante toda la relación de suministro.

Cumplir con las normas y medidas del Sistema Internacional de Unidades (cuando corresponda), y establecer dentro de las negociaciones las acciones que sean necesarias para el cumplimiento de las obligaciones sobre Precio por Unidad de Medida- PUM- que sean exigibles en la comercialización del producto.

Cumplir con las exigencias legales sobre contenido neto y rotulado; debiendo indicarse en éste cuando menos la siguiente información: nombre del producto, ingredientes, contenido neto y masa escurrida conforme al sistema internacional de unidades, nombre del fabricante y dirección, país de origen, identificación del lote, marcado de fecha e instrucciones para conservación, instrucciones para uso, número registro sanitario, menciones obligatorias para productos nocivos para la salud y fecha de vencimiento si hubiere lugar a ello. En todo caso, deberá observarse estrictamente lo establecido en materia de información en rotulado en las normas o reglamentos obligatorios vigentes.

Cumplir con las condiciones legales relativas a seguridad de la vida e integridad personal, calidad e idoneidad de los productos, incluyendo las disposiciones concretas establecidas en estas materias por las autoridades competentes. En todo caso, los proveedores deberán responder por la garantía mínima presunta establecida en la ley, así como con la garantía de repuestos y servicio postventa para los productos que dispongan las normas legales. En caso de que el proveedor ofrezca garantías adicionales a la mínima legal, deberá cumplir estrictamente con lo anunciado.

- Cumplir con los requisitos legales sobre embalaje y empaque de los productos.
- Contar con Certificado de conformidad con reglamento técnico y/o norma técnica oficial obligatoria (Si hubiere lugar).
- Aportar copia de la Declaración de Importación para mercancías importadas. Adicionalmente, aportar la relación de seriales y demás requisitos exigidos por las autoridades (particularmente, Superintendencia de Industria y Comercio y DIAN)
- Cumplir con normas especiales sobre leyendas e información al consumidor como en el caso de tabaco y licores.
- Contar con todas las estampillas y sellos necesarios para su comercialización como en el caso de productos sometidos a impuesto de rentas departamentales.

Paso 4. Herramientas básicas de gestión financiera

3. En relación con exigencias internas

Identificación de la mercancía con un solo código de barras por EAN o su equivalente, tanto en la unidad de venta o consumo, como en la de empaque.

- Propender por la elaboración de un plan que contenga la estrategia para el lanzamiento del producto y su posicionamiento en la correspondiente cadena.
- Contar con una adecuada presentación para ser exhibido en la góndola.
- Contar con TAG de seguridad si es requerido por la cadena.
- Cumplir con las condiciones de empaque y subempaque acordadas con la cadena.
- Que cumpla con las condiciones necesarias para que su manipulación pueda realizarse según los parámetros de manejo logístico definidos por la cadena.

La red logística de distribución de Almacenes ÉXITO, es un esquema creado por la compañía con el fin de incrementar la eficiencia en el manejo de mercancía y optimizar los costos a lo largo de la cadena de abastecimiento. En efecto, Almacenes Éxito en beneficio de la compañía, sus proveedores y el consumidor final, ha realizado múltiples y cuantiosas inversiones para poner en marcha dicho esquema y lograr resultados como la eficiencia y agilidad del proceso.

En atención a los beneficios que la implementación de la operación logística de distribución genera para las partes, los costos que dicha operación implica deben ser asumidos tanto por la cadena como por sus proveedores, de conformidad con lo que se pacte en cada negociación comercial.

El costo de la operación logística que la cadena negociará con cada proveedor se calculará con base en los siguientes aspectos:

1. El valor a negociar dependerá de si el producto que se va a transportar y/o manipular y/o almacenar requiere refrigeración o temperatura controlada.
2. El valor a negociar dependerá de si la entrega del producto es acordada con el proveedor bajo el modelo Crossdocking o bajo el modelo de almacenamiento, ya que el primero de ellos no conlleva costos de bodegaje y/o almacenamiento.
3. El valor a negociar dependerá de la distancia entre los CEDIS y/o plataformas de recibo y el destino final del producto.
4. El valor a negociar dependerá de otras condiciones inherentes a cada tipo de producto y lo que se pacte con los distintos proveedores en las negociaciones comerciales.

PROMOCIONES

La participación de los proveedores en las campañas promocionales realizadas por Almacenes ÉXITO serán acordadas con los proveedores.

Sin embargo, en los eventos en que Almacenes ÉXITO tomo en forma autónoma la decisión de realizar una promoción, podrá invitar a los proveedores a colaborarle en los costos en que hayan incurrido.

La participación de los proveedores en campañas promocionales es voluntaria, de tal forma que la negativa a participar en las mismas no podrá dar lugar a ningún tipo de retaliación.

Cuando se presente excesos de inventarios las partes podrán acordar las estrategias comerciales para solucionar tal situación.

En los eventos en que una actividad promocional, espacios en estantería o exhibición adicional haya sido pactado y no sea cumplida en los términos convenidos, el proveedor deberá comunicar tal situación a la cadena la cual deberá ofrecer una contrapartida acordada entre las partes.

Paso 4. Herramientas básicas de gestión financiera

Cadenas y Proveedores consideran ilegítima la práctica restrictiva de precios predatorios. Por regla general deberán vender por encima del precio de su respectivo costo, salvo en casos puntuales y temporales, tales como discontinuidad, fin de temporada, caducidad inminente, productos averiados.

Para estos casos, se procederá en los plazos más cortos posibles.

Descuentos.

Los descuentos se dividen en 2 categorías a saber: (i) Descuentos Comerciales, y (ii) Descuentos Financieros:

Descuentos comerciales.

Grupo Éxito negocia con sus Proveedores 2 tipos de descuentos comerciales: (a) Permanentes, que son aquellos que se aplican durante toda la vigencia de la relación comercial, independientemente de que por acuerdo entre las partes se modifiquen en cualquier momento, y (b) Eventuales, que son aquellos que se determinan para una actividad específica o durante un tiempo limitado.

De manera general, salvo algunas excepciones, la base para la liquidación de estos descuentos (en adelante "La Base") es igual a:

- (i) el valor neto facturado por el proveedor (lista de precios menos los descuentos generales otorgados directamente por el proveedor), menos
- (ii) los descuentos financieros negociados entre las partes. Tales descuentos son:

a. Descuentos Permanentes:

Dentro de esta categoría, encontramos los siguientes conceptos:

(i) Descuento Permanente por Compra (Concepto #4): Es la suma fija o valor porcentual que otorga el proveedor como descuento sobre la Base, en virtud de la capacidad de compra de Grupo Éxito, el cual es aplicado a todas las compras durante la vigencia de la relación comercial.

(ii) Descuento por Averías (Concepto #5): Es la suma fija o valor porcentual que otorga el proveedor como descuento sobre la Base, a cambio de la no devolución por parte del Grupo Éxito de los productos que presentan averías, las cuales asume el Grupo Éxito.

(iii) Descuento por Cumplimiento de Objetivos (Concepto #12): Es la suma fija o valor porcentual que otorga el proveedor como descuento sobre la Base, sujeto a la condición que Grupo Éxito cumpla las metas de ventas establecidas de común acuerdo. También podría ser un Descuento Eventual si es que se pacta para un evento o periodo específico.

(iv) Descuento Nivel de Entrega (Concepto #32): Es la suma fija o valor porcentual que otorga el proveedor como descuento sobre las cantidades incluidas en la Base pero que no fueron despachadas.

Este descuento aplica cuando sus entregas no cumplen los niveles mínimos acordados previamente con el Grupo Éxito.

b. Descuentos Eventuales:

(v) Descuento por Apertura o Remodelación (Concepto #13): Es el monto que el proveedor otorga como descuento, cuyo propósito es incentivar la venta del producto en almacenes nuevos o remodelados. Las partes pueden pactarlo anticipadamente de acuerdo con el plan de expansión proyectado por el Grupo Éxito, o también pueden pactarlo de manera individual para cada uno de los eventos de apertura o remodelación.

Paso 4. Herramientas básicas de gestión financiera

(vi) Descuento por Existencias (Concepto #8): Es la suma fija o valor porcentual que otorga el proveedor como descuento, el cual se confiere sobre las existencias de inventarios que Grupo Éxito conserva de alguno de los productos adquiridos a aquel, con el fin de incentivar la rotación de dichos inventarios.

(vii) Descuento Plan Fidelización (Concepto #43): Es la suma fija que otorga el proveedor como descuento para apoyar el programa de fidelización del Grupo Éxito, que permite al cliente: (i) el pago de productos con Puntos, (ii) el pago con Plata y Puntos, o (iii) la obtención de Puntos Extras por sus compras.

(viii) Descuentos por Actividad Promocional: Son las sumas fijas o valores porcentuales que otorga el proveedor como descuento, con el fin de transferir ahorros al consumidor sobre el precio de los productos, en virtud de una actividad promocional del proveedor o del Grupo Éxito. Dichos descuentos se clasifican de la siguiente forma:

a. Descuento en Fleje (Concepto #9): Es aquel descuento que se refleja en la marcación del precio en la góndola del Grupo Éxito.

b. Descuento POS (Concepto #45): Es aquel descuento que no se refleja en la marcación del precio en la góndola sino que es otorgado al momento del pago en la caja registradora.

NOTA: Las Actividades Promocionales se pueden acompañar de la prestación de servicios por parte del Grupo Éxito, tales como Publicaciones, Exhibiciones u otros, en cuyo caso dichos servicios serán facturados al Proveedor.

Descuentos Financieros.

Son aquellos que el proveedor confiere a cambio de una disminución en los plazos de pago establecidos en la Política de Pagos del Grupo Éxito.

Servicios.

Los servicios que históricamente hemos acordado con nuestros proveedores, los cuales han sido todos informados a la DIAN durante su investigación, son los siguientes:

Servicios por Publicidad.

Consiste en las actividades pactadas entre las partes para hacer promoción a los productos o servicios del proveedor por cualquier medio de comunicación (impreso, radial, digital, etc.) de propiedad del Grupo Éxito o de terceros. Se dividen en los siguientes conceptos:

(i) Publicaciones del PAC (Concepto #6): Son aquellas que se definen desde la negociación general que hacen el proveedor y el Grupo Éxito, normalmente al principio de cada año calendario.

(ii) Publicaciones Adicionales (Concepto #1): Son aquellas que si bien hacen parte del Plan de Acción Comercial establecido por el Grupo Éxito, no fueron convenidas en la negociación general entre las partes sino que son incluidas en un momento posterior.

Servicios por Exhibición Especial.

Consiste en las actividades pactadas entre las partes para el otorgamiento de espacios especiales en los puntos de venta, diferente a la exhibición normal en la góndola, con el propósito de diferenciar las

Paso 4. Herramientas básicas de gestión financiera

marcas del proveedor frente a las de sus competidores (topes de góndola, mamut, cajas registradoras, etc.). Son:

(i) Exhibiciones del PAC (Concepto #7): Son aquellas previstas en el Plan de Acción Comercial del grupo Éxito, y que se definen en la negociación general entre las partes, normalmente al inicio de cada año calendario.

(ii) Exhibiciones Adicionales (Concepto #2): Son aquellas que resultan adicionales a las convenidas en la negociación general entre el proveedor y el Grupo Éxito.

Eventos Especiales.

Consiste en los servicios por "Publicidad" y "Exhibiciones" que se producen conjuntamente como consecuencia de la realización de un evento especial, tal como ocurre con el patrocinio de un concierto, la realización de un Bingo o el lanzamiento de un disco o una película.

(i) Eventos Nacionales (Concepto #15): Es el servicio consistente en la promoción de la marca del proveedor a través de publicaciones y exhibiciones especiales, como consecuencia de un evento de alcance nacional, tal como ocurre con la vinculación al lanzamiento de una película o de un disco.

(ii) Eventos Regionales (Concepto #16): Es el servicio consistente en la promoción de la marca del proveedor a través de publicaciones y exhibiciones especiales, como consecuencia de un evento de alcance regional, tal como ocurre con la realización de un Bingo o la celebración de un evento local (carnaval de Barranquilla, etc.)

Servicios por Operación Impulso Punto de Venta (OIPV)

Consiste en las actividades realizadas por personal asignado por parte del Grupo Éxito para gestionar la exhibición de las marcas del proveedor en el punto de venta. Se divide en:

(i) OIPV Porcentual (Concepto #40): Es aquel en el cual la remuneración que le corresponde pagar al proveedor es negociada por las partes como un porcentaje atado a alguno de los indicadores que a ellas les interesa.

(ii) OIPV Horas (Concepto #11): en el cual la remuneración que le corresponde pagar al proveedor es negociada por las partes como un valor fijo por hora de prestación del servicio.

Servicio de Suministro de Información.

Consiste en las actividades pactadas entre las partes para el suministro de información calificada al proveedor sobre temas específicos tales como las tendencias de compra de los clientes en relación con los productos adquiridos a éste.

FORMATO No 1

OLÍMPICA

OLÍMPICA se compromete a poner disposición de los proveedores, la totalidad de la información relevante respecto de sus políticas de selección de proveedores y productos, y a no adoptar medidas o decisiones que no correspondan a las políticas previamente informadas.

Para el registro interno de proveedores es indispensable que se proporcione por escrito la siguiente información, ésta deberá presentarse ante el área comercial en cualquiera de las ciudades en donde existan puntos de venta de OLÍMPICA:

Condiciones comerciales ofrecidas, la cual debe incluir: Describe los artículos, precios, tipo de descuento que se otorgará (comerciales o financieros), condiciones de pago y sistema de devoluciones.

Licencias y registros de los productos (Licencia de importación, registro sanitario, etc.) según las normas aplicables y exigidas por las autoridades competentes.

Adicionalmente, los proveedores entregarán una muestra del producto para efectos de que el Comité Comercial realice los estudios sobre la aceptación.

Si el Comité Comercial resuelve vincular un nuevo proveedor, se le informará por escrito y éste deberá diligenciar el formato de Información Proveedores, anexando los siguientes documentos:

Certificado de existencia y representación legal de la Cámara de Comercio, si se trata de personas jurídicas y Certificado de matrícula si se trata de persona natural.

Copia del Registro Único Tributario (RUT).

Una copia anulada de una factura del proveedor y la ciudad donde desee que le sean pagadas sus facturas.

Del suministro de la anterior documentación depende la asignación del código o identificación interna del nuevo proveedor.

En caso de ser rechazada la solicitud del proveedor, esta situación le será comunicada por escrito

Causales de descodificación

OLÍMPICA se compromete a determinar los parámetros objetivos para descodificar referencias, marcas o líneas de productos, los cuales estarán contenidos en los acuerdos celebrados entre OLÍMPICA y sus proveedores, sin perjuicio de aquellos previstos en el presente Manual. Toda decisión tendiente a descodificar referencias, marcas o líneas de productos se basará en análisis previos de mercados y se encontrará motivada por parte de OLÍMPICA, con base en los parámetros objetivos establecidos.

El Comité Comercial decidirá sobre la descodificación de un proveedor, en caso de presentarse cualquiera de las siguientes situaciones:

Incumplimiento de normas legales por parte del proveedor

Orden de autoridad competente

Deterioro de la calidad del producto imputable al proveedor

Paso 4. Herramientas básicas de gestión financiera

Baja rotación, la cual se establecerá teniendo en cuenta la rotación promedio de los productos de la categoría correspondiente en un período de seis (6) meses. Para medir la rotación de un producto en un determinado período de tiempo el sistema comercial de OLÍMPICA cuenta con una estadística del sistema comercial, denominada Días de Inventario

Bajo nivel de servicio o incumplimiento reiterado en las entregas acordadas del producto. El nivel de servicio de un proveedor se puede apreciar tomando en consideración de las condiciones establecidas en la Nota de Pedido (tales como cantidad, referencias, valores, fechas) las entregas en el lugar y en las horas establecidas. El sistema comercial de OLÍMPICA permite medir el nivel del servicio con unos indicadores de gestión, que maneja el punto de venta de acuerdo con las categorías de los diferentes productos y las necesidades del punto de venta. El indicador se denomina "Cumplimiento del proveedor", éste permite comparar el número de referencias pedidas con el total de mercancía entregada. Dicha comparación puede realizarse básicamente por referencias, valores o unidades.

Igualmente es posible determinar el tiempo de las entregas y el número de veces en que el proveedor atiende un punto de venta. En el primer caso, se mide el tiempo transcurrido entre la fecha de entrega de la Orden de Compra al proveedor y la fecha de reopción de la mercancía por parte de OLÍMPICA. En el segundo caso, se ha establecido, de manera general, que un buen nivel de servicio le permite al proveedor atender mínimo cuatro (4) pedidos al mes.

Condiciones de compra desfavorables comparadas con el resto del mercado. Para determinar estas condiciones se tendrá en cuenta fundamentalmente, el margen de contribución del producto y la participación en el mercado según la categoría.

Adicionalmente OLÍMPICA realizará sondeos o chequeos de precio con los competidores, teniendo en cuenta que en el mercado las categorías se manejan con unos márgenes conocidos por todos los participantes. De tal forma que, con fundamento en los chequeos de precio, OLÍMPICA podrá determinar si las condiciones de precio del proveedor se ajustan a las del mercado. En caso contrario OLÍMPICA realizará su mejor esfuerzo a fin de renegociar las condiciones con el proveedor. De no llegar a un acuerdo, OLÍMPICA podrá optar por descodificar al proveedor.

La decisión de descodificar a un proveedor que se encuentre bajo cualquiera de las condiciones establecidas en los numerales anteriores será autónoma de OLÍMPICA, pero deberá informarse al proveedor por escrito, con una antelación de diez (10) días calendario y contar con la aprobación escrita del Director Nacional de OLÍMPICA, dependiendo de la categoría a la cual pertenece el producto.

Notificada al proveedor la decisión de descodificación, éste contará con un plazo de diez (10) días calendarios para tramitar la devolución de los productos descodificados. Independientemente de esto, el proveedor podrá presentar mediante el procedimiento descrito en el punto nueve (9) del presente manual las observaciones que se considere necesarias a su proceso particular de descodificación, las cuales serán revisadas por OLÍMPICA.

Recepción de Mercancía

La recepción de la mercancía se realiza en los Centros de Distribución o en los Puntos de Venta según se haya convenido en la Orden de Compra o Nota de Pedido.

Durante la entrega de mercancía el proveedor deberá tener en cuenta lo siguiente:

3.1. Cumplir con la entrega de mercancía en la fecha indicada de acuerdo con las cantidades y las referencias solicitadas en la Orden de Compra.

Paso 4. Herramientas básicas de gestión financiera

- 3.2. La frecuencia de entregas mínima será de dos (2) veces por semana en la totalidad de los puntos de venta de OLÍMPICA.
- 3.3. Se exigirá un porcentaje de cumplimiento mínimo equivalente al 97% en el 100% de las entregas en la totalidad de los puntos de venta, tanto en referencias como en unidades.
- 3.4. Enviar con anticipación el aviso de despacho.
- 3.5. Tratándose de proveedores sujetos al Régimen Común, deberá entregar el original de la factura de venta y una (1) copia. La factura deberá cumplir con los requisitos establecidos en el artículo 617 del Estado Tributario.
- 3.6. Si se trata de proveedores sometidos al Régimen Simplificado y éste no expide la factura con los requisitos establecidos en el artículo 617 del Estado Tributario, deberá firmar el documento equivalente a factura que se entregará al proveedor en el lugar de entrega de la mercancía.
- 3.7. Facturar a nombre de OLÍMPICA S.A. e identificar el código del punto de venta o centro de distribución.
- 3.8. Entregar copia de la Orden de Compra.
- 3.9. Verificar que el código de barras correspondiente a los productos que se entregan coincidan con los códigos de barra de la Orden de Compra emitida por OLÍMPICA.
- 3.10. Organización y clasificación de la mercancía de forma tal que agilice la identificación de las referencias y la entrega en el punto de venta. En especial se exige la clasificación de mercancías por referencias.
- 3.11. Organización, clasificación y embalaje de las mercancías que impida los deterioros causados por razón del transporte.
- 3.12. La mercancía se recibe por bulto, caja o empaque, el cual deberá indicar en su exterior lo siguiente:
- Destino y código del punto de venta
 - Descripción de la mercancía
 - Indicación del manejo de la mercancía
- 3.13. Sellar correctamente las cajas, evitando violación de las mismas
- 3.14. Asegurarse de que el empaque resista el peso de la mercancía que contiene
- 3.15. El recibo de las mercancías se hará a través de un calendario convenido con el proveedor.
- 3.16. Entregar el total de la mercancía pedida
- 3.17. Cuando la entrega es centralizada (directamente en el punto de venta) el cobro del flete lo determinará el área de Logística
- 3.18. Los gastos de transporte de la mercancía corren por cuenta del proveedor
- 3.19. No se recibirá mercancía cuando se encuentre en mal estado o se exceda la cantidad pedida
- 3.20. El plazo para el pago se contará a partir del recibo a satisfacción de la mercancía.

Paso 4. Herramientas básicas de gestión financiera

3.21. Comunicar por vía electrónica y con la debida antelación las razones de un no despacho. Nuestro sistema tomará como base para el pago de facturas, los precios y condiciones vigentes en la Orden de Compra.

Devolución de mercancía

OLÍMPICA se compromete a aplicar a todos los proveedores, los criterios objetivos para la devolución de mercancías contenidos en el presente Manual, sin perjuicio de que se pacten con algunos Proveedores condiciones especiales en atención a sus circunstancias particulares. Los motivos de la devolución serán informados a los proveedores en cada oportunidad.

Con el fin de optimizar los controles del proceso de devolución de mercancía, se ha establecido la siguiente clasificación de devoluciones:

- Devolución de mercancía al momento del recibo de un pedido
- Devolución de mercancía ingresada al Sistema

Devolución de mercancía al momento del recibo de un pedido

OLÍMPICA no recibirá mercancía al proveedor cuando se presente una o más de las siguientes circunstancias:

- Mercancía facturada pero no pedida.
- Mercancía en mal estado, con defectos en su presentación, vencida o próxima a vencerse.
- Artículos sin código de barras o con códigos de barras equivocados.
- Artículos sin etiquetaje de origen y en cuya nota de pedido se especifica que deban tenerlo.
- Mercancía entregada con faltante, es decir, cuando la cantidad facturada es mayor a la recibida físicamente.

En caso de que se deban hacer devoluciones por cualquiera de las causas anteriores, el transportador o encargado de entregar pedidos de mercancía en nuestros puntos de venta o centrales de distribución, deberá retirarlas.

La entrega de la devoluciones será soportada mediante un documento denominado "Novedades en el recibo", en el cual se registrarán los artículos no recibidos, documento que se debe contener el nombre y firma del receptor del punto de venta o central de distribución, nombre e identificación del transportador y placas del vehículo.

Devolución de mercancía ingresada al Sistema

Salvo por motivos ajenos al proveedor y cuando sea este quien asume los riesgos de conformidad con lo establecido en el acuerdo comercial o en la ley, habrá devolución de productos después de haber sido ingresados al sistema por una o más de las siguientes causas:

- Mercancía que no rota o cuya rotación es muy baja.
- Mercancía en mal estado, con mala presentación, vencida o próxima a vencerse.
- Mercancía en consignación no vendida.
- Mercancía de temporada no vendida.

Paso 4. Herramientas básicas de gestión financiera

Retiro de mercancía devuelta al proveedor

Cada vez que un proveedor entregue pedidos de mercancía en un punto de venta o central de distribución a las bodegas del proveedor, serán a cargo del mismo proveedor.

Los representantes de los proveedores anotarán su nombre y firma en el documento de devolución, como constancia de haberse informado sobre esta devolución.

Una vez firmado el documento de devolución y si dentro de los treinta (30) días calendario siguientes el proveedor no retira la mercancía, empezará a cobrar bodegaje a partir de la fecha en la cual fue firmado el documento de devolución. Si en los siguientes treinta (30) días calendarios la devolución no es retirada OLÍMPICA dará de baja esta mercancía, y si esta se encuentra en buen estado, será entregada a nombre del proveedor a una entidad de beneficencia.

De igual manera, si un proveedor ha sido notificado de una devolución y si su representante no se hace presente dentro de los treinta (30) días calendario siguientes a la notificación en el punto de venta o central de distribución para firmar el documento de devolución, se procederá a hacerse efectiva la devolución, afectando automáticamente su pasivo y cargándosele los gastos de bodegaje. Si en los siguientes treinta (30) días calendario la devolución no es retirada, OLÍMPICA no será responsable de su custodia y si ésta se encuentra en buen estado, será entregada a nombre del proveedor a una entidad de beneficencia.

Las novedades de devoluciones les serán notificadas a los proveedores, mediante una nota que aparecerá en el siguiente pedido de mercancía que se le sea solicitado.

El valor a cobrar a un proveedor por concepto de bodegaje, corresponderá a un porcentaje mensual equivalente a la tasa vigente del mercado financiero al momento de hacer el cobro.

Los gastos de bodegaje cargados a un proveedor, le serán descontados de su pasivo.

Al igual que en las devoluciones efectuadas al momento del recibo de un pedido, y para garantizar que la mercancía fue efectivamente enviada al proveedor, en el documento de devolución se registrará el nombre y firma del transportador, la identificación del vehículo, así como el nombre, firma y sello del receptor del punto de venta o del funcionario de la central de distribución que despacha la mercancía en calidad de devolución.

Requisitos de facturación

La factura deberá contener la siguiente información:

- Razón social
- Domicilio
- Número
- Número de identificación tributaria
- Cantidad y descripción de la mercancía
- Tipo de actividad del comerciante
- Precio unitario de cada artículo
- Precio total
- Indicar el importe de la factura en números y letras
- Código de Barra de los artículos

Condiciones para el pago de las facturas

Para el pago de las facturas se aplicarán las siguientes condiciones:

OLÍMPICA solamente reconoce como válidas las condiciones de compra pactadas con el proveedor, las cuales constan en la respectiva Orden de Compra.

Paso 4. Herramientas básicas de gestión financiera

Las condiciones de compra que OLÍMPICA aplica, tales como precios, descuentos y plazos, se encuentran determinadas en la respectiva Orden de Compra. Es con base en esas condiciones que se expiden las facturas.

El pago se realiza de acuerdo con los precios y con las condiciones vigentes en la fecha de la Orden de Compra, independientemente de la fecha de entrega de las mercancías.

OLÍMPICA acuerda con los proveedores diferentes periodos para el pago de las facturas según el tipo de producto. El plazo mínimo de pago es de quince (15) días hábiles para algunos productos perecederos. En general los plazos de pago responden entre otros a los descuentos financieros previamente pactados con los proveedores.

El plazo para el pago se cuenta a partir del recibo a satisfacción de la mercancía.

OLÍMPICA se compromete a respetar las condiciones de pago acordadas o las que se pacten con algunos proveedores en atención a sus circunstancias particulares.

Contenido de la Orden de Compra:

La orden de compra se deberá contener únicamente la siguiente información:

- Identificación y domicilio del proveedor
- Descripción de la mercancía
- Número de referencia de fábrica
- Código de barras
- Número de la factura
- Fecha de pedido
- Precio unitario
- Precio total
- Descuentos**
- Condiciones de pago
- Lugar para la entrega
- Fecha de entrega
- Firma de quien recibe la mercancía

8. Pago de facturas

Para proceder al pago de sus facturas el proveedor deberá presentarse en el Departamento de Tesorería de la ciudad establecida para el pago. El proveedor podrá escoger solamente una de las ciudades en donde existan establecimientos de OLÍMPICA abiertos al público.

El proveedor deberá presentar la Orden de Compra, la cédula de ciudadanía y la carta de autorización para el retiro de cheques, si es el caso.

Los pagos se realizan mediante cheque, en las oficinas de OLÍMPICA los días viernes de cada semana. OLÍMPICA conservará como soporte de pago, comprobante de egreso debidamente firmado por el proveedor o la persona autorizada por éste.