

CIRCULAR N° 1.7

PARA: TODOS LOS PROVEEDORES
DE: GERENCIA COMERCIAL
ASUNTO: AMARRES VIRTUALES (OBSEQUIOS DE MERCANCIA)

Dentro de las diferentes opciones comerciales que se encuentran disponibles en la Cooperativa, se contempla el manejo de obsequios de mercancía, práctica que se ha venido desarrollando bajo unas condiciones particulares en cantidad de facturación y número de unidades obsequiadas en las droguerías.

Debido a que esta actividad implica elevados costos de sostenimiento de inventario en los puntos de venta (al que no están obligados las cadenas de droguerías), y la eventual diferencia de condiciones que obtienen unos asociados que no están en capacidad de alcanzar las escalas de compra con respecto a otros (que favorece las prácticas de sub-distribución y fraccionamiento de ofertas entre ellos), lleva a establecer unos parámetros de participación con los proveedores, que permitan un mejor acceso a los ofrecimientos.

De esta manera los obsequios de mercancía estarán sujetos al cumplimiento de las siguientes condiciones:

El paquete de oferta debe ajustarse a las siguientes escalas en términos de unidades de facturación.

Cantidad comprada de producto regular	Cantidad obsequiada	Total, recibido	Descuento equivalente
1	1	2	50%
1	2	3	67%
1	3	4	75%
1	4	5	80%
2	1	3	33%
2	3	5	60%
3	1	4	25%
3	2	5	40%

- Cuando se disponga de un paquete (producto regular más obsequio), el total de producto regular a facturar no debe ser superior a \$80.000.
- Si el total del producto regular a facturar supera el valor de \$80.000, se le aplicará al producto regular el equivalente en descuento del valor del obsequio, y se pondrá en venta este, disminuyéndose el precio de facturación para los asociados, conservando el beneficio en descuento a la droguería y manteniendo la competitividad en el mercado.
- El valor del obsequio a utilizar en los diferentes Amarres Virtuales debe tener un costo mínimo del 10% de la mercancía regular que se está facturando en el mismo.
- La Cooperativa mantendrá un permanente monitoreo en las cadenas de distribuidores para ajustar los precios de acuerdo con el mercado, de manera que las droguerías asociadas mantengan el nivel de competitividad.
- El proveedor deberá comunicar al departamento de ventas en el momento de realizar una orden compra "O.C" que contenga obsequios, informando el propósito de esta mercancía. (Amarre Virtual o Plan comercial).
- El proveedor debe informar oportunamente la finalidad de los obsequios que ingresan a la Cooperativa, de lo contrario se activarán con la última oferta que estuvo vigente.
- Para realizar cambios en los Amarres Virtuales el proveedor deberá solicitarlo por escrito con mínimo 24 horas de anticipación.
- Se realizará un monitoreo constante a los inventarios de obsequios y amarres virtuales para así informar al proveedor.
- La mercancía (obsequios) que se tienen sin ningún tipo de amarre y acumula más de 2 semanas sin rotación, la Cooperativa dispondrá de ellos como aprovechamiento interno.
- Los obsequios que tengan un inventario inferior a 10 unidades no se visualizan en SIP, para evitar facturación superior a dicho inventario, desde el departamento de ventas se estará informado a los proveedores el inventario existente menor a 10 unidades.

- Si un kit virtual no tiene una rotación adecuada, se informará al proveedor para que su contenido sea modificado, de no recibir respuesta la Cooperativa realizará los cambios apropiados para aumentar su rotación.
- Los amarres virtuales constituyen una forma de motivar la compra de mayores cantidades en los puntos, en caso de encontrarse que en otras fuentes de suministro no se exigen las mismas condiciones para obtener los beneficios, el equivalente a los amarres será trasladado a los precios unitarios.

Para desarrollar acciones puntuales en precio que impliquen descuentos equivalentes diferentes, están disponibles otras opciones que, utilizadas individualmente o de manera combinada, generaran equivalencia con los precios de mercado, entre ellas se tiene participación en teleferias que pueden ser nacionales, regionales y plan fronteras.

Adicionalmente se cuenta con un amplio número de planes comerciales cuya vinculación permite transmitir amplios descuentos bajo abono de notas a las droguerías, lo que permite mantener precios competitivos en el mercado.

Cordialmente,

MAURICIO QUINTERO GUARIN
Gerente Comercial

Producto	Cantidad	Valor	Valor Unitario
1	1	1	1
2	2	2	1
3	3	3	1
4	4	4	1
5	5	5	1
6	6	6	1
7	7	7	1
8	8	8	1
9	9	9	1
10	10	10	1