



**MANUAL DE PROVEEDORES
ALMACENES ÉXITO S.A.**

Capítulo I. INFORMACIÓN GENERAL DE ALMACENES ÉXITO S.A

1. Introducción
2. Acuerdo unificado sobre buenas prácticas industriales, comerciales y defensa del consumidor
3. Presentación de la Compañía
4. Glosario
5. Código de ética y conducta
6. La sostenibilidad en la Compañía
7. Carta Ética

Capítulo II. LINEAMIENTOS GENERALES PARA PROVEEDORES COMERCIALES

1. Derechos y deberes de los Proveedores
 - a. Derechos del Proveedor
 - b. Deberes del Proveedor
2. Gestión de Proveedores y productos
 - a. Negociación
 - b. Codificación y contratación de Proveedores retail
 - c. Requisitos del producto
 - d. Procedimiento para la codificación de productos
 - e. Manejo de muestras
 - f. Terminación y descodificación
 - Parámetros de descodificación
 - Procedimiento de descodificación
3. Actividad comercial
 - a. Plan de acción comercial (PAC)
 - b. Promociones
 - c. Mecanismos para el manejo eficiente de inventarios
4. Modelo de reabastecimiento
 - a. Modelo de contratación del personal de abastecimiento y ventas
 - b. Modelo de atención a Proveedores en puntos de venta
 - Devoluciones de mercancía
 - Averías de mercancía
 - Almacenes nuevos
 - Recibo de mercancías y facturación
5. Política de pagos
6. Peticiones, Quejas y Reclamos (PQR)

- a. Generalidades
- b. Oportunidad para la formulación de PQR

7. Canales de comunicación

CAPÍTULO I. INFORMACIÓN GENERAL DE ALMACENES ÉXITO S.A

1. Introducción

El Manual de Proveedores de Almacenes Éxito S.A. (en adelante, Éxito o la Compañía) se inspira en la filosofía, principios y conductas generales consagrados en el Acuerdo ANDI – FENALCO – ACOPI suscrito en el año 2003, al igual que en la filosofía corporativa de la Compañía.

Este Manual permite que los Proveedores o potenciales Proveedores comerciales que concurren a ofrecer sus productos a la Compañía, es decir para ser revendidos en el negocio de retail, puedan ilustrarse con suficiente claridad sobre los parámetros objetivos diseñados por ésta, con el fin de establecer y desarrollar de manera fluida la relación comercial entre las partes, la cual abarca la totalidad del proceso, que va desde la codificación de los Proveedores y productos, hasta el pago de la mercancía.

Adicionalmente, todo lo contemplado en el presente Manual, se hace extensivo a las sociedades pertenecientes a la Compañía.

2. Acuerdo unificado sobre buenas prácticas industriales, comerciales y defensa del consumidor

El acuerdo unificado suscrito entre ANDI, ACOPI y FENALCO, constituye el marco auto regulatorio de todas las relaciones comerciales que se desarrollan entre los Proveedores y cadenas de comercio.

Este Acuerdo Unificado contiene unas reglas específicas de conducta de Proveedores y cadenas de almacenes en sus relaciones comerciales, las cuales incluyen temas relevantes tales como precios, cobros, campañas promocionales, devoluciones, procesos y reglas de codificación y descodificación, entre otros, así como un procedimiento y mecanismos de solución de conflictos entre Proveedores y cadenas, todo lo cual busca crear relaciones armónicas que propendan por la competitividad y leal competencia.

Este manual hace parte integral de las fichas de negociación o documento similar que regule la relación comercial entre Éxito y sus proveedores comerciales.

3. Presentación de la Compañía

Almacenes Éxito S.A es una compañía colombiana la cual desarrolla una estrategia omnicanal, en la cual el cliente está en el centro y decide: qué, cómo, cuándo y dónde comprar. Dicha estrategia es multimarca, multiformato, multiindustria y multinegocio y se desarrolla a través de las marcas Éxito, Carulla, Surtimax y Superinter, así como de los diferentes negocios e industrias que maneja.

La Compañía cuenta con unos servicios y líneas de negocios que complementan la oferta tales como crédito de consumo (tarjeta éxito), viajes éxito, seguros éxito, industria textil y de alimentos, e-commerce, distribución de combustibles (estaciones de servicio) y negocio inmobiliario a través del desarrollo de centros comerciales bajo la marca VIVA.

4. Glosario

Para los efectos de este Manual de Proveedores, los siguientes términos tendrán los significados que se señalan a continuación. Cada término definido comprenderá indistintamente el plural o el singular y los dos géneros. Estos términos aparecerán a lo largo del Manual, con sus respectivas letras iniciales en mayúscula:

CEDI: Centro de Distribución.

Comité de Codificación: Comité conformado por negociadores y administradores de cada uno de los negocios que evalúa la codificación de un proveedor y/o producto.

Crossdocking: entrega centralizada de productos por parte de los Proveedores para su redistribución, sin realizar almacenamiento de mercancía.

EAN (*European Article Number*): Es un código de barras estándar adoptado internacionalmente y utilizado para identificación de productos, servicios, ubicaciones, etc.

EDI (*Electronic Data Interchange*): Sistema electrónico para intercambiar datos comerciales y financieros con los Proveedores.

Ficha de negociación: Documento en el que se incorpora el Acuerdo Comercial.

Formato: Tipo de almacén en el mercado de Retail Moderno definido en función de su área, surtido y nivel de servicio. Son Formatos, por ejemplo, los Hipermercados, Supermercados y las Tienda de Conveniencia y Proximidad.

Flujo logístico: Modalidad de llegada de la mercancía a los almacenes. Puede referirse a entrega directa del Proveedor, crossdocking o almacenamiento en centro de distribución.

Inversión Proveedores: Corresponde a los cobros que se realizan a los Proveedores por las negociaciones realizadas de forma permanente o excepcional, previo acuerdo entre las partes.

Marcas: Signos utilizados para distinguir en el mercado, productos, servicios, establecimientos industriales y comerciales.

Merma: Diferencia entre el inventario teórico y el inventario físico de mercancía. Esta puede ser causada por averías, hurtos, entre otros.

Nivel de rentabilidad: Margen de contribución del producto y la participación en el mercado con respecto a su categoría.

Parking: Meta de referencias que debe tener el espacio asignado para la exhibición de una subcategoría, considerando la dimensión promedio de los productos y los metros lineales desarrollados de cada subcategoría.

PAC (Plan de Acción Comercial): Es la sumatoria de las actividades comerciales planeadas y realizadas en los almacenes, de acuerdo a las estrategias de las marcas, formatos y canales de venta.

PLU (Price Look Up Unit): Código numérico interno con el cual se identifica cada uno de los productos que se comercializan en Almacenes Éxito S.A.

POS (Point Of Sale): Terminales (cajas registradoras) en los puestos de pago de los almacenes, donde se realiza el registro y pago de los productos y/o servicios que el cliente adquiere en el punto de venta.

PQR: Petición, Queja o Reclamo.

Proveedor: Persona natural o persona jurídica, productora o distribuidora de productos, los cuales son exhibidos y comercializados en los diferentes Formatos.

Proveedor: Persona o empresa que abastece a otras personas con existencias (artículos), los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o aquellos que directamente se compran para su venta.

Red logística: Conjunto de centros de distribución, plataformas regionales y rutas de transporte que utiliza la compañía para lograr el abastecimiento de productos y/o servicios desde el punto de origen hasta los almacenes.

Rotación: Número de veces que se vende el producto en un período de tiempo determinado.

Sistema de cuentas por pagar: Registro automatizado de información contable en donde reposan datos tales como: fecha de la factura, número de factura, monto de la factura, plazos, fecha de pago, importe pagado, saldo (si corresponde), nombre y dirección del proveedor.

Unidad mínima de despacho: Unidad mínima en la que un CEDI o el Proveedor, le despachan a los puntos de venta, y puede ser: el sub-empaque, el empaque, o la unidad de venta.

5. Código de Ética y Conducta

El Código de Ética y Conducta busca definir un marco de actuación coherente con los valores y principios corporativos de Almacenes Éxito, el cual es aplicable para todos sus empleados, independientemente de su cargo o función, cumpliendo con la normatividad legal vigente y en concordancia con las políticas internas y procedimientos que ha establecido la Compañía.

Asimismo, en el Compendio de Gobierno Corporativo se encuentran las políticas de la compañía relativas a los deberes y derechos de sus empleados y administradores y las políticas relacionadas con la Ética y Transparencia por lo que los proveedores y la Compañía deberán observar las reglas allí contenidas.

Dichas políticas pueden ser consultadas en nuestra página web dentro de nuestro Compendio de Gobierno Corporativo; donde se encontrará además el contenido de los siguientes documentos:

- **Política de transparencia – canales de denuncia:** la Compañía promueve una cultura orientada hacia los valores y principios, en la cual las conductas de fraude no son toleradas. En este sentido, todos los Proveedores de la Compañía deben reportar las conductas que consideren atentan contra la transparencia, que involucren a Almacenes Éxito, sus filiales o a sus proveedores, a través de los canales de denuncia como: correo electrónico etica@grupo-exito.com, formulario ético en la página web o a través de la Línea de Transparencia 01 8000-52 25 26.
- **Lineamiento de recepción de regalos:** Los empleados no podrán aceptar regalos de proveedores por encima de los topes establecidos en la política de recepción de regalos divulgado en la página corporativa de la Compañía, aunque sean de naturaleza publicitaria. Los regalos recibidos que superen el tope establecido deberán devolverse al proveedor o remitirlos a la Fundación Éxito, para que sean donados a las entidades o programas sociales que ésta defina.
- **Manual de conflictos de Intereses y uso de información privilegiada:** Los proveedores deben velar porque sus empleados, representantes y/o contratistas no antepongan sus intereses personales en contraposición a los intereses de la Compañía o del mismo proveedor. Esto incluye, el deber de reportar a Almacenes Éxito S.A. al inicio y durante la ejecución del contrato, cualquier situación o condición que pueda generar o parecer que

genera un conflicto de interés, y que pueda comprometer la capacidad de actuar con independencia y objetividad, o afectar los principios de buena fe, lealtad y diligencia.

- **Prevención y control del lavado de activos:** La Compañía está comprometida con la prevención y control de los riesgos de lavado de activos, financiación del terrorismo y demás riesgos asociados, de conformidad con el marco legal aplicable y buenas prácticas en la materia.
- **Política de manejo de muestras:** Las muestras comerciales de los proveedores se deben administrar con seguridad y responsabilidad. Si el proveedor por alguna circunstancia manifiesta por escrito que se disponga de ellas, se procederá a enviarlas a la Fundación Éxito, quien hará la destinación de conformidad con sus políticas internas.

6. La sostenibilidad en Almacenes Éxito S.A

Almacenes Éxito S.A es una compañía comprometida con la sostenibilidad; en cada una de sus acciones busca generar valor para todos los actores, accionistas, trabajadores, clientes, Proveedores y la sociedad en general; la Compañía es consciente que la desigualdad en el mundo es el principal obstáculo para el desarrollo sostenible, por esta razón, teniendo en cuenta los principios del pacto global del cual hacemos parte y los estándares mundiales de la sostenibilidad; hemos direccionado nuestra política sostenible en tres (3) grandes enfoques: económico, socio-político y ambiental.

La Compañía adhirió en 2011 a la iniciativa del Pacto Global de Naciones Unidas adoptando los diez principios de conducta y acción promovidos por la institución. Adicionalmente, se compromete a promoverlos con sus públicos de interés, entre ellos los proveedores.

La Compañía solicita a todos sus proveedores el cumplimiento a la normatividad, el trato a sus empleados con dignidad, la generación de condiciones de trabajo seguras, y la aplicación de procesos de producción limpios y respetuosos con el medio ambiente. El Manual de Sostenibilidad por tanto, hace parte integral del presente documento y puede ser consultado por todos nuestros proveedores en nuestra página web.

7. Carta Ética

Todos los proveedores comerciales de la Compañía, acuerdan acatar y cumplir los lineamientos acordados en la Carta Ética del Proveedor; pacto al cual se adhieren desde el momento en el cual son codificados en la Compañía sin excepción alguna.

La Carta Ética constituye una declaración de los compromisos de la Compañía y cada uno de sus Proveedores de ser responsables a lo largo de toda la cadena de abastecimiento con el cumplimiento de los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas al cual se adhirió la

Compañía en 2011. Dicho documento puede ser consultado en el sitio web de la Compañía por todos sus Proveedores.

CAPÍTULO II. LINEAMIENTOS GENERALES PARA PROVEEDORES COMERCIALES

1. Derechos y deberes de los Proveedores

a. Derechos del Proveedor

Los Proveedores que venden sus productos a la Compañía, tienen los siguientes derechos:

- Que se les apliquen los criterios y disposiciones contenidas en el presente Manual.
- Que les sean respetados los acuerdos que realicen con la Compañía, teniendo en cuenta el período de vigencia.
- Conocer las políticas vigentes de selección de Proveedores y productos que tiene la Compañía.
- Que en la negociación o en el Acuerdo Comercial entre las partes, se tengan en cuenta parámetros objetivos; tales como: la venta, la rentabilidad de mercancía, la rotación de inventarios, los volúmenes de compra, los puntos de venta, las condiciones comerciales y/o financieras.
- A presentar ofertas, de manera voluntaria, para participar en el PAC, y a que sus propuestas sean evaluadas, bajo unos parámetros objetivos por el Comité de Codificación, de acuerdo a la concordancia de su propuesta comercial con la estrategia definida para la categoría en la Cadena y la disponibilidad de espacios en el punto de venta.
- A comunicar sus inconformidades, peticiones, quejas y reclamos, y que estas sean atendidas siguiendo el procedimiento establecido en este manual.
- Que los productos codificados sean exhibidos en los puntos de venta acordados, en las épocas acordadas y, en general, según las condiciones pactadas en cada negociación.
- Conocer las razones de la descodificación del Proveedor, fundamentada en parámetros razonables y objetivos, que sustentan la decisión de la Compañía.
- Conocer el calendario de pagos establecido en la compañía y recibir los pagos en la instrucción bancaria informada por el Proveedor según procedimiento establecido en la Compañía.
- Rechazar cargos o cobros que no hayan aceptado. Cualquier error que se pueda generar a este respecto, se tramitará por el procedimiento de peticiones, quejas y reclamos establecido en este manual, con el fin de dar una solución oportuna.
- Que le sea garantizado el deber de custodia de la información que por su carácter sea considerada como confidencial a la que Éxito tenga acceso por causa o con ocasión de su relación comercial.

- A la información de tipo personal y comercial a la que tenga acceso Éxito a raíz de la relación con sus proveedores se le dará el tratamiento conforme a la regulación legal que protege el Derecho al Habeas Data.

b. Deberes del Proveedor

- Entregar oportunamente los productos codificados respetando las cantidades, precios, condiciones, tiempos y lugares de entrega definidos en el Acuerdo Comercial. Esta codificación, se encuentra explicada más adelante.
- Acreditar a Éxito la capacidad logística, financiera y comercial que le permita cumplir con los niveles mínimos de entrega del producto.
- Garantizar que los productos que sean entregados a Éxito cumplan con todos los requisitos legales que permitan su comercialización, por ejemplo, pero sin limitarse, normas sanitarias y concernientes a la libre y leal competencia, protección al consumidor, propiedad industrial, protección del medio ambiente y metrología, reglamentos técnicos entre otras.
- Preservar durante toda la vigencia de la relación comercial los estándares de calidad exigidos por la Compañía.
- Desarrollar conjuntamente con Éxito programas para el control de la Merma de mercancía.
- Mantener capacitados, preparados y facultados debidamente a los equipos comerciales, que manejan la relación con la Compañía, con el fin de facilitar y dinamizar las decisiones inherentes a la relación comercial.
- Cumplir los niveles de rentabilidad establecidos en los acuerdos comerciales.
- Garantizar la confidencialidad absoluta de toda la información a la que tenga acceso en virtud de su relación comercial con Éxito. Son considerados información confidencial los términos y condiciones de la negociación y el Acuerdo Comercial. Esta obligación se hace extensiva a las personas que intervengan directa e indirectamente por cuenta del Proveedor en la ejecución del Acuerdo Comercial.
- Entregar los pedidos a tiempo con el fin de no incrementar reprocesos operativos, además de evitar incrementar trámites de días administrativos para los pagos.

Con el fin de dar cumplimiento a los lineamientos de la ley anti-soborno y sus normas complementarias, los proveedores tienen el deber de:

- Abstenerse de realizar cualquier tipo de conducta fraudulenta en nombre de la Compañía, con el fin de obtener un beneficio propio o para ésta.
- Abstenerse de dar, ofrecer o prometer, en nombre y para beneficio propio o para la Compañía, dádivas, sumas de dinero, utilidad o cualquier otro objeto o beneficio de valor pecuniario, a servidores públicos nacionales o extranjeros, con el fin de que realicen, omitan o retarden cualquier acto relacionado con el ejercicio de sus funciones,

en relación a un negocio o transacción local o internacional, en la que pueda estar o efectivamente esté vinculada la compañía, o alguna de sus filiales o subsidiarias.

- Cuando el Proveedor participe en un negocio o transacción en la que esté involucrada una entidad pública, nacional o del extranjero, y en la cual la Compañía tenga vínculo o pueda llegar a obtener un beneficio, deberá tener disponibles todos los soportes de la negociación, de las transacciones y pagos, con el fin de que en cualquier momento puedan ser auditadas por la Compañía o por alguna de sus filiales o subsidiarias con la cual se tenga relación en el caso concreto.

La Compañía se reserva el derecho de solicitar al Proveedor en cualquier momento, información sobre sus filiales, subsidiarias, accionistas, vinculados, socios, controlantes, y demás asociados que tengan funciones de dirección y administración. La negativa de suministrar esta información por parte del Proveedor, será causal de terminación unilateral del vínculo existente por parte de la Compañía.

2. Gestión de Proveedores y productos

a. Negociación:

La Negociación es el proceso llevado a cabo entre el Éxito y el Proveedor, cuyos términos finales se plasman en un Acuerdo Comercial. En dicho proceso se busca alcanzar un resultado de beneficio mutuo para las partes.

Los términos de la negociación pactados serán consignados en una Ficha Técnica denominada “Ficha de Negociación” que debe ser suscrita por los representantes legales de ambas partes y renovarse cada año.

Dando cumplimiento a lo establecido en la Propuesta Concertada FENALCO – ANDI – ACOPI sobre el Tratamiento Contable y Fiscal de las Negociaciones entre Proveedores y Cadenas, suscrita en el mes de diciembre de 2011 y radicada ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, nos permitimos comunicar a todos nuestros proveedores lo siguiente:

- El modelo de negocio de la Compañía consiste en la compra de los bienes de sus Proveedores para su posterior reventa, obteniendo un margen en la comercialización. Esto implica que la Compañía gestiona negocios por cuenta propia, no se gestionan negocios por cuenta ajena (Agencia, Mandato, etc.).
- Mediante la reventa de los productos, se genera un beneficio económico tanto para la Compañía como para sus Proveedores, a quienes le interesa que tales productos lleguen al consumidor final. La obtención de estos beneficios por parte de los Proveedores no constituye un Servicio prestado por parte de la Compañía sino la consecuencia natural de la intermediación comercial.

- La Compañía negocia con sus Proveedores lo siguiente:
 - i) De manera general, unos descuentos, los cuales nos permiten trasladar beneficios a nuestros consumidores, ser más competitivos y lograr los resultados económicos esperados.
 - ii) Eventualmente, la prestación de unos servicios particulares y concretos. Tales conceptos son:

1. Descuentos: Los descuentos se dividen en 2 categorías bien sean, **descuentos Comerciales, y/o descuentos Financieros.**

1.1. Descuentos comerciales: la Compañía 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 el valor neto facturado por el proveedor (que se obtiene de lista de precios menos los descuentos generales otorgados directamente por el proveedor), menos los descuentos financieros negociados entre las partes.

1.2. Descuentos Financieros: Son aquellos que el proveedor confiere a cambio de una disminución en los plazos de pago establecidos en la Política de Pagos de la Compañía.

2. 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:

2.1. 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 de la Compañía o de terceros.

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

2.3. 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. Los eventos pueden ser a nivel nacional o regional.

2.4. Servicios por Operación Impulso Punto de Venta (OIPV): que consiste en las actividades realizadas por personal asignado por parte de la Compañía para gestionar la exhibición de las marcas del proveedor en el punto de venta. Se divide en: (i) OIPV Porcentual, que 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 y (ii) OIPV Horas, 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.

2.5. 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.

b. Contratación y codificación de Proveedores:

En el presente literal se establecen los requisitos exigidos por la Compañía para la codificación de Proveedores y productos. De acuerdo con lo anterior, no se podrán exigir requisitos diferentes a los establecidos en el presente Manual, salvo aquellos que sea necesario implementar como consecuencia de la dinámica comercial o disposiciones legales y administrativas de cualquier autoridad competente, los cuales serán informados por escrito antes de su aplicación.

Previo a la codificación como Proveedor de Éxito, este deberá cumplir con los siguientes requisitos y estar vinculado a los sistemas tecnológicos de información requeridos por la Compañía.

A continuación, se enuncian los requisitos generales:

REQUISITOS	Persona Jurídica	Persona Natural
1. Certificado de existencia y representación legal con máximo 30 días de expedido.	X	
2. Matrícula y/o Registro Mercantil.		X
3. Registro Único Tributario (RUT).	X	X
4. Vinculación al sistema EDI.	X	X
5. Resolución de Agente Auto retenedor.	X	
6. Documento en donde certifique si es o no declarante de impuesto de industria y comercio. De serlo indicar las ciudades donde declara y la tarifa.	X	X

7. Si es Gran Contribuyente o agente retenedor de IVA anexar copia de la resolución.	X	X
8. Código EAN.	X	X
9. Resolución de la DIAN autorizando facturación.	X	X
10. Resolución del INVIMA que concede registro sanitario.	X	X
11. Circular proveedores Resolución 34904 SIC firmada.	X	X
12. Concepto sanitario de la planta favorable o favorable condicionado. Vigencia mínimo de un (1) año.	X	X
13. Ficha técnica del o los productos.	X	X
14. Carta de Revisor Fiscal o Contador que certifique si la empresa es o no PYME.	X	X
15. Carta de presentación que contenga: datos de contacto, representante legal, representante de ventas, 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.	X	X
17. Requisito para pago con Transferencia Electrónica de Fondos - TEF: Carta del proveedor autorizando a Almacenes Éxito su pago en TEF y anexar el certificado del Banco donde posee la Cuenta. Cualquier modificación a esa instrucción debe reportarla con los mismos documentos ocho días hábiles antes del siguiente pago.		
18. Para proveedores con sede en el exterior del país, los documentos anteriores son reemplazados por el documento denominado "Certificado de Incorporación" o el que haga sus veces, en el cual consta la legalidad de las actividades económicas desarrolladas por él en su país de origen, además de su idoneidad. Adicionalmente se les debe solicitar el documento con el Código Fiscal. También se requiere diligenciar el Formato de Instrucciones de Giro.		

c. Requisitos del producto:

Los productos deberán cumplir con los siguientes requisitos, los cuales serán exigidos de manera general a todos los proveedores y productos:

Requisitos legales y de calidad: Los productos deben cumplir con las obligaciones legales vigentes para su comercialización en el territorio colombiano, la Compañía verificará como mínimo lo siguiente:

- Que cumpla con los estándares de calidad para el tipo de producto, ofreciendo al cliente como mínimo las garantías establecidas por la ley.
- Condiciones higiénico – sanitarias, incluyendo Registro Sanitario (cuando la mercancía lo amerite) por cada producto, caso en el cual deberá encontrarse vigente durante toda la relación de suministro.

- Acatar normas y medidas del Sistema Internacional de Unidades y establecer dentro de las negociaciones las acciones que sean necesarias para el cumplimiento de las obligaciones sobre Precio por Unidad de Medida (en adelante, PUM), perfil logístico de los productos (ancho, alto y largo) y su respectiva foto, 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 los requisitos sobre la calidad e idoneidad de los productos, la garantía en los términos del Estatuto del Consumidor y las normas que lo modifiquen, adicionen o sustituyan.
 - Cumplir con los requisitos legales sobre embalaje y empaque de los productos. A los requisitos legales, se les debe adicionar los requisitos que hayan sido planteados por la Compañía como directrices del empaque.
 - 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.
 - Cumplir con normas especiales sobre leyendas e información al consumidor como en el caso de tabaco, licores, juguetes, lacto – sueros y cualquier otro producto respecto del cual se establezca alguna disposición especial.
 - Contar con todas las estampillas y sellos necesarios para su comercialización, como en el caso de productos sometidos a impuesto de rentas departamentales.
- **En relación con su comercialización:**
 - Que ofrezca el nivel mínimo de rentabilidad determinado para la respectiva categoría y que sus condiciones de comercialización sean competitivas en el mercado, con respecto a productos de su misma categoría con similares características de calidad.
 - Que pertenezca al portafolio de productos que la Compañía tiene definido dentro de su surtido. O en su defecto, que la Compañía esté buscando ampliar su portafolio de categorías y el producto ofrecido por el Proveedor se enmarque dentro de tales expectativas.

- En los casos en que lo requiera, se deberá anexar un análisis microbiológico y físico - químico del producto que se pretende codificar.
- Identificación de la mercancía con código de barras, tanto en la unidad de venta o consumo, como en la de empaque.

• **En relación con exigencias internas:**

- Identificación de la mercancía con un solo código de barras por EAN tanto en la unidad de venta o consumo, como en la de empaque.
- Contar con TAG de seguridad si es requerido según el tipo de producto.
- Cumplir con las condiciones de empaque y sub-empaque acordadas con la Cadena, para que su manipulación pueda realizarse según los parámetros de manejo logístico definidos.

Entregar la información del perfil logístico del producto (ancho, alto, largo) y las fotos de acuerdo a las especificaciones requeridas del mismo.

d. Procedimiento para la codificación de productos:

- La persona natural o jurídica que desee comercializar sus productos a través de la Compañía, deberá dirigirse al Administrador de Negocio y/o Negociador respectivo y solicitarle una cita con el fin de presentar su propuesta comercial.
- Cada mes se reúne el Comité de Incorporación de cada negocio, integrado por el Director, Administrador de Negocio y/o Negociador respectivo, con el fin de evaluar las propuestas presentadas. Es este comité quien aprueba la codificación de productos.
- Es responsabilidad del Administrador de Negocio respectivo y/o Negociador, comunicarse con el Proveedor proponente para informarle por escrito la decisión del Comité de Incorporación, y las razones que fundamentaron dicha decisión.
- En caso de que el producto no fuera aceptado y el proponente no quede satisfecho con las razones de esta decisión, podrá dirigirse al Director de Negocio respectivo y plantear nuevas alternativas por medio escrito, cuya decisión igualmente estará sujeta a la aprobación del Comité de Incorporación.
- El Administrador de Negocio y/o Negociador, de acuerdo con las definiciones dadas por la Gerencia Logística de Almacenes Éxito, definirá con el Proveedor los empaques, sub-empaques, frecuencias, métodos de compra, tiempos y sitios de entrega para los productos y productos nuevos, de manera que faciliten el manejo del inventario, las actividades de resurtido y favorezcan la rotación de la mercancía en el punto de venta. Se debe anotar, que al momento en que el proveedor oferte su producto con su respectivo empaque a la Compañía, debe respetar estas definiciones presentadas por la Gerencia Logística.

e. Terminación y descodificación:

Éxito se compromete a determinar los parámetros objetivos para la descodificación o discontinuación de Proveedores, marcas o líneas de productos, los cuales serán informados a los Proveedores, sin perjuicio de aquellos previstos en el presente Manual.

Toda decisión de descodificar o discontinuar Proveedores, marcas o líneas de productos se basará en análisis previos y deberá ser motivada por parte de la Compañía, con base en parámetros objetivos consagrados para el efecto tanto en el presente manual como en el Acuerdo Unificado de Buenas Prácticas Comerciales y Defensa del Consumidor.

f. Parámetros de descodificación:

Los parámetros de descodificación son parámetros objetivos implementados por la compañía, ellos son:

- (i) No lograr un acuerdo entre las partes sobre el nivel de rentabilidad que genera el producto. Para este efecto se tendrán en cuenta fundamentalmente, el margen de contribución del producto y la participación en el mercado con respecto a esa categoría.
- (ii) Cuando el plazo de pago sea inferior al plazo promedio de la respectiva categoría y al inicio del período de vigencia de la siguiente ronda anual de negociación, en donde las partes no se puedan poner de acuerdo.
- (iii) Nivel de rotación del producto, analizado en el contexto propio de la categoría a la cual pertenece y evaluado dentro del trimestre anterior.
- (iv) Nivel de calidad del producto establecido para la codificación.
- (v) Cantidad y/o gravedad de reclamaciones de los clientes de la Compañía, de conformidad con los parámetros de medición de insatisfacción establecidos por cada Cadena e informados previamente al Proveedor. Tales parámetros deberán quedar reflejados en el Acuerdo Comercial y cualquier modificación deberá informarse al Proveedor anticipadamente a su aplicación. Lo anterior sin perjuicio de los eventos de gravedad manifiesta, incumplimiento de normas legales u orden de autoridad competente, en los cuales podrá proceder el retiro inmediato del producto y la descodificación si es del caso.
- (vi) Decisión individual del Proveedor de retirar el producto y/o productos del mercado.
- (vii) Incumplimiento reiterado imputable al Proveedor en las entregas pactadas del producto, salvo fuerza mayor y/o culpa imputable a la Cadena o en situaciones de mora en el pago de las facturas por parte de la Cadena.
- (viii) Incumplimiento de las condiciones comerciales pactadas, y en general, inobservancia de cualquiera de los requisitos que fueron exigidos para la respectiva codificación.

- (ix) Suministro de información errónea que sea tomada como base para la elaboración de publicidad por parte de la Cadena, la cual por tal razón tenga la condición de publicidad engañosa.
- (x) Alzas de precios unilaterales que sean constantes o desproporcionadas y que no encuentren justificación en relación con las condiciones del mercado.

g. Procedimiento para descodificación:

Cuando la Compañía encuentre una razón para descodificar a un Proveedor, deberá comunicarse con él por medio escrito, con el fin de exponer dichas razones y llegar a conclusiones que propendan por proseguir la relación comercial. En todo caso, se permitirá al Proveedor plantear sus argumentos por medio escrito, los cuales deberán ser considerados por la Compañía antes de tomar su decisión de realizar la descodificación sobre un proveedor.

De dicha deliberación se dejará constancia escrita en los términos que determinen las partes. En los eventos en que la Compañía decida llevar a efecto la descodificación, deberá comunicarlo por escrito al Proveedor, indicando las causas que dieron origen a la misma. Una vez descodificado, el Proveedor podrá pedir la reconsideración de la descodificación presentando los argumentos que le den sustento a dicha petición, a fin de que la Compañía resuelva en otro nivel diferente de la misma organización, para lo cual se utilizará el mecanismo institucional de PQR previsto en la primera fase del procedimiento de resolución de conflictos.

Se exceptuarán de este procedimiento, los casos en los que se comprometa de manera inminente la salud pública, exista gravedad manifiesta, incumplimiento de normas legales u orden de autoridad competente.

Por regla general, si un Proveedor es descodificado, la Compañía terminará de comercializar el inventario existente del producto. No obstante, si hay pactadas devoluciones, según el tipo de negociación o acuerdo comercial, se podrá proceder a retornar la mercancía.

3. Actividad comercial

a. Plan de Acción Comercial – PAC

El PAC de la Compañía se da a conocer a comienzos de cada año con nuestros proveedores y tiene como objetivo principal definir los eventos promocionales que se llevarán a cabo para las diferentes Marcas. No obstante la existencia de este PAC comercial, la Compañía podrá realizar eventos promocionales no contemplados en el mismo.

b. Promociones

La participación de los Proveedores en las campañas promocionales realizadas por la Compañía será acordada con los mismos de manera voluntaria, de tal forma que la negativa a participar en las mismas, no podrá dar lugar a ningún tipo de retaliación o sanción.

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

Se considera ilegítima la práctica restrictiva de precios predatorios. Por regla general, el precio de venta deberá estar por encima del precio de su respectivo costo, salvo en casos puntuales y temporales, tales como discontinuidad, fin de temporada, caducidad inminente, productos averiados. En estos casos se procederá con la mayor diligencia.

c. Mecanismos para el manejo eficiente de los inventarios

El modelo que actualmente tiene la compañía para realizar la reposición de productos, está basado en la clasificación ABCD de los mismos y en un método de punto de re-orden (punto óptimo de pedido), cuyo objetivo fundamental es generar un pedido óptimo que asegure la venta, minimizando los agotados y los excesos y atendiendo a las diferentes negociaciones comerciales y estrategias temporales o permanentes de los diferentes almacenes. Este modelo de reabastecimiento permanente, opera para los PLU's que dentro de la base de datos de la Compañía se consideren como productos de línea u oferta, así como los productos básicos e imprescindibles (aplica en Textiles).

La clasificación ABCD se fundamenta en el ordenamiento de los productos según las ventas de la compañía, así: los PLU A, son los que participan con el 40% de las ventas de la sublínea a la que pertenecen, los B con el 30%, los PLU C son los que participan con el 20% de las ventas y allí van incluidos los PLU Nuevos (los que tienen menos de tres (3) meses de venta) y los PLU D son aquellos que solo participan con el 10% de las ventas.

4. Modelo de reabastecimiento

El modelo opera de acuerdo con las variables de inventario que permiten reponer el inventario o hacer un nuevo pedido, cuando las existencias del producto en la Compañía o en el Cedi llegan a un punto de "re-orden" o punto óptimo de pedido. Este modelo opera con un software que nos permite hacer actualizaciones permanentes, facilita la disponibilidad de inventario para apertura de almacenes en forma simultánea, optimizando los niveles de inventario y la aplicación de las estrategias comerciales definidas.

- **Modelo de contratación del personal de abastecimiento y ventas:**

El personal de abastecimiento y ventas de los almacenes, que se dedica a las actividades de surtido, operativas y de ventas, es contratado directamente por la Compañía, bajo la legislación legal colombiana y los beneficios extralegales que ofrece la Compañía. Su dinámica de contratación se ajusta al ritmo y actividades del negocio.

Personal externo de Proveedores:

El personal externo de promotoras y mercaderistas es contratado directamente por los Proveedores y enviados a nuestros almacenes con el fin de brindar un apoyo a las actividades comerciales, durante un tiempo determinado. En este punto se deben considerar los siguientes aspectos:

- La responsabilidad contractual es directamente entre el Proveedor y el empleado (promotor – mercaderista).
- El objetivo y el tiempo de apoyo es negociado directamente entre el Proveedor y la Vicepresidencia Comercial.
- El ingreso a los almacenes, horarios y documentación está regido por las políticas de la Compañía.
- Salvo negociaciones comerciales está prohibido el ingreso a las bodegas de los almacenes, ya que la función de estas personas es la promoción y asesoría al cliente.

- **Modelo de atención a Proveedores en puntos de venta:**

Tipo de consulta	Inquietud del Proveedor	Área responsable	¿Quién?
Agotados en punto de venta	El producto está agotado en el almacén	Almacén	Equipo de Gestión abastecimiento
Aplicación de planogramas	El planograma no está aplicado correctamente o la etiqueta no tiene el CN (número de caras y niveles)	Almacén	Equipo de Gestión ventas: líder/coordinador de ventas almacén
Marcación	Faltan precios o está incorrecto	Almacén	Equipo de Gestión abastecimiento
Rotación en punto de venta	Rotación inadecuada del surtido	Almacén	Equipo de Gestión abastecimiento
Fechas de vencimiento	Productos vencidos o próximos a vencer	Almacén	Equipo de Gestión abastecimiento
Aseo	Entrepaños, etiquetas o productos sucios	Almacén	Equipo de Gestión abastecimiento
Exhibición en góndola de productos nuevos	Producto nuevo sin surtir	Almacén	Equipo de Gestión abastecimiento

Último despacho del centro de distribución		Almacén	Equipo de Gestión abastecimiento
Implementación de listas complementarias y eventos PAC	Aplicación de eventos negociados	Almacén	Equipo de Gestión ventas
Stock de presentación	Conocer el stock de presentación	Corporativo (base de datos)	Equipo de Gestión de inventarios (Rotar)
Consulta de ventas	Comportamiento de ventas de un PLU o del portafolio	Corporativo	Vicepresidencia Comercial
Estado de PLU en el sistema SINCO	Estado de los plus en dependencias (Activo, discontinuado, borrado o suspendido)	Corporativo	Vicepresidencia Comercial
Existencias en almacenes o CEDIS del portafolio completo	Existencias de cada PLU del portafolio	Corporativo	Equipo de Gestión de inventarios (Rotar)
Coordinar transferencias hacia otras dependencias de excesos y/o faltantes de mercancía	Solicitud de transferencia para otra dependencia por criterio del Proveedor	Corporativo	Equipo de Gestión de inventarios (Rotar)
Estado de los pedidos en el sistema SINCO	Validar si se montó pedido	Corporativo	Equipo de Gestión de inventarios (Rotar)
Activación comercial	Exhibiciones adicionales por fuera de la negociación de listas complementarias	Corporativo	Todo tema relacionado con exhibiciones adicionales debe ser coordinador desde el corporativo, según las negociaciones con la Vicepresidencia Comercial y la herramienta "Acerquémonos".

a. Devolución de mercancía

La Compañía genera al Proveedor un aviso de devolución vía EDI. La información detallada sobre el envío electrónico de devoluciones, se puede consultar en el sitio web www.cen.biz.

Condiciones generales para devoluciones:

- En el momento de su matrícula o en los procesos de negociación, el Proveedor conjuntamente con la Compañía, define su posición con respecto a las devoluciones.
- Toda devolución realizada por la Compañía se ampara con una orden de devolución que será entregada al Proveedor por medio escrito/magnético como constancia de la transacción.
- Cada devolución le será anunciada al Proveedor mediante correo electrónico a través de EDI, indicando el motivo y la cantidad a devolver, y se entregará en el mismo sitio donde se recibió la mercancía, independiente del tipo de pedido y de las características físicas de la mercancía (seca o perecedera).
- El almacén que realice la devolución al proveedor dejará constancia por escrito de esta notificación en la orden de devolución, registrando el nombre de la persona notificada con la fecha y hora de cada contacto.
- La mercancía se retornará en empaques originales completos, excepto cuando se trate de averías o de sobrantes al terminar una temporada, previo acuerdo entre el equipo comercial de la Compañía y el Proveedor.
- La mercancía de peso variable se devolverá por la cantidad registrada en la etiqueta y no por el peso del producto en el momento de su retorno.
- Si el Proveedor no recoge la mercancía en las dos (2) entregas siguientes a la fecha del anuncio, la devolución se enviará a través de la transportadora y éste proveedor deberá asumir totalmente el costo de los fletes. Lo anterior no aplica en el caso de perecederos, refrigerados y congelados, pues en tales casos el Proveedor debe recoger inmediatamente o autorizar su destrucción o donación dado que la Compañía no cuenta con las facilidades para su preservación y por tanto, no puede responder por el estado de la mercancía.
- Al elaborar el documento de devolución al Proveedor se afectan automáticamente, tanto el inventario para activar los programas de reabastecimiento, como la cuenta por pagar al Proveedor.
- Al momento de recibir la devolución de la mercancía, el representante del Proveedor o el transportador, debe avalar con su nombre, firma y cédula la entrega de la devolución y exigir que el documento soporte tenga el sello de la dependencia, nombre, firma y cédula del funcionario que hace la entrega por parte de Éxito. Por ello, es importante que los Proveedores mantengan actualizada la información de las personas o empresas que recogen la mercancía, en caso de novedades en las devoluciones.
- Cuando el Proveedor detecta que no ha recibido físicamente las devoluciones descontadas o la copia del documento “orden de devolución”, reporta valores diferentes a los pactados o presenta diferencia en cantidades, puede iniciar el proceso de reclamación a través del “PQR” en el sitio web corporativo de Almacenes Éxito www.grupoexito.com.co.
- La devolución de muebles y mercancía de eventos especiales como degustación, demostración, obsequios, premios, etc., se realizará de acuerdo con la información registrada en la remisión entregada por el Proveedor y quedará soportada en un acta de entrega.

- Si el Proveedor no ha recogido sus implementos cinco (5) días después de la terminación del evento, el gerente del almacén le informará por escrito la destinación de dichos implementos.
- En el caso de mercancía que se encuentra bajo la negociación VMI, siempre serán realizadas al NIT del Proveedor, con el fin de actualizar el inventario, pero no son liquidadas para ser cobradas.

b. Averías de mercancía

Para minimizar el manejo de averías, impulsamos su negociación como un porcentaje del valor facturado y simplificamos el trámite para la devolución de las no negociadas así:

- En los puntos de venta, los empleados relacionarán las mercancías averiadas y las separarán por sublínea y Proveedor en empaques sellados, certificando el contenido y marcando con nombre, cédula y firma los documentos que amparan la devolución.
- Cuando los centros de distribución o plataformas reciben mercancía en averías para devolverlas al Proveedor sirven únicamente como “puente” para consolidar la entrega física.
- Los almacenes ubicados en ciudades o área metropolitana diferente a la que recibió la mercancía, entregarán directamente las averías al representante del Proveedor en el almacén; si estas no son recogidas, se enviarán con fletes contra entrega a cargo del Proveedor.
- Si el Proveedor no recoge la mercancía en las dos (2) entregas siguientes a la fecha del anuncio, la devolución se enviará a través de la transportadora y éste proveedor deberá asumir totalmente el costo de los fletes. Lo anterior no aplica en el caso de perecederos, refrigerados y congelados, pues en tales casos el Proveedor debe recoger inmediatamente o autorizar su destrucción o donación dado que la Compañía no cuenta con las facilidades para su preservación y por tanto, no puede responder por el estado de la mercancía.

c. Almacenes nuevos

Cuando la Compañía abra nuevos almacenes o remodele los existentes, definirá los mecanismos y la difusión de los mismos de acuerdo con el formato al cual corresponden. Con base en las difusiones aplicadas, se determinan los productos y/o Proveedores a los cuales se invita a comercializar sus productos en dicho almacén.

Los parámetros objetivos para que un producto pueda formar parte del surtido de un nuevo almacén son:

- El monto de las ventas.
- Las unidades vendidas en un periodo de tiempo determinado y su rotación.
- La contribución que genera el producto específico.

Los parámetros objetivos para definir cuál difusión se le aplica a un almacén son:

- El tipo de formato.
- El espacio disponible y/o asignado a cada sub categoría.
- El clima de la ciudad.
- El cliente objetivo.
- Cubrimiento: productos nacionales o regionales.

d. Recibo de mercancía y facturación

- La mercancía se recibe con los precios y demás condiciones acordadas con el Administrador de Negocio o Negociador y registradas en el sistema de Éxito.
- Las facturas del Proveedor se ingresan al sistema por su valor original, mientras que para las diferencias se emiten notas débito o crédito, codificadas según la causa de las mismas.
- Para evitar inconsistencias, recomendamos revisar las condiciones del pedido (cantidad, costo y porcentaje de IVA).
- Cuando hay diferencia entre las unidades facturadas y las recibidas, siempre se genera un informe de diferencias en el momento del recibo, cuyo resultado será una nota débito o una nota crédito.
- Los documentos de transporte deben incluir los números de todos los pedidos que ampara la mercancía que se va a entregar, así mismo, las correspondientes facturas deben llegar en forma visible para poder devolverle al Proveedor, de manera inmediata las copias de las mismas selladas. En la guía y en la copia de la factura se indica que ésta y el pago de la misma están sujetos a verificación, según las cantidades recibidas y/o las novedades que se presenten. Nunca se hace una integración de facturas, cada una de ellas tienen corte.

e. Liquidación de plazos

La fecha de vencimiento de la factura es calculada de acuerdo con los días de plazo negociados anticipadamente con el Administrador de Negocio y/o Negociador. El número de días estará indicado en el pedido, y se comenzarán a contar a partir del día de recibo de la mercancía en el almacén, plataforma o centro de distribución. De lo anterior se deduce que no se contarán los días a partir de la fecha de factura. En caso de detectarse problemas imputables al Proveedor, tales como precios erróneos, impuestos mal liquidados, falta de requisitos legales de las facturas, la factura no será pagada hasta que la inconsistencia sea corregida.

5. Política de pagos

a. Política de compensación facturas

La Compañía se encuentra facultada para realizar la compensación de cuentas en los pagos a sus Proveedores, de conformidad con lo previsto por el artículo 1715 del Código Civil Colombiano. Por lo tanto, todas las sumas pendientes que deba el Proveedor por concepto de negociaciones y descuentos comerciales, o cualquiera otra circunstancia, se descontarán de las sumas que tenga a su favor o a favor de aquellos terceros a quienes le haya cedido sus facturas.

Los cobros que tenga que hacer la Compañía a los Proveedores por concepto de negociaciones o acuerdos comerciales con los mismos, se formalizan en facturas o en notas débito expedidas por la Compañía, en concordancia con las disposiciones en materia legal y específicamente en materia tributaria según su concepto.

b. Pagos

El vencimiento de las facturas se calcula desde la fecha de recibo de la mercancía, teniendo en cuenta el plazo negociado, más los días de trámite administrativo (11 días en promedio) establecidos en la política de programación de pagos, así: Los pagos se efectúan de acuerdo a calendario de pago de la compañía el cual se publica trimestralmente, logrando que cada proceso de pago este enmarcado en las condiciones descritas en este párrafo.

c. Notas débito por negociaciones

Por política de la Compañía no se emiten facturas cuando las negociaciones con el Proveedor no constituyen ingresos por venta de bienes ni por prestación de servicios, y no causan IVA como en el caso de los descuentos condicionados. En general, para estos casos se emite una nota débito en un formato especial, con la información detallada, la cual constituye el soporte físico.

d. Contactos en caso de inquietudes financieras

Si se tiene alguna inquietud financiera, se debe poner un PQR en el Portal Pro disponible en el sitio web de la Compañía, en donde se realizara una conciliación sobre las diferencias que se tengan o el motivo que haya llevado a la solicitud del PQR, en el cual canalizarán las inquietudes de acuerdo a los siguientes temas:

- Estados de cuenta
- Movimientos
- Documentos compensados
- Consulta de documentos facturados
- Órdenes de Compra (Centro de compras integradas)

- Comprobantes de pago
- Descargas de certificados

e. Atención en el Departamento de Análisis y Registro de Cuentas por Pagar

Los proveedores y acreedores deben canalizar las inquietudes a través del canal único de atención en el Portal Pro. Los conceptos atendidos por el Departamento de contabilidad son los siguientes:

- Diferencia en precios y/o condiciones.
- Diferencia en costos y condiciones para mercancías bajo modalidad VM
- Diferencia en cantidad entregada vs. Cantidad recibida
- Diferencia de cantidad entregada vs. Cantidad liquidación para mercancía bajo modalidad VMI
- Diferencia en devolución de mercancía
- Facturas no pagadas proveedores de mercancía
- Facturas no pagadas acreedores
- Diferencia en descuentos financieros
- Temas impositivos
- Diferencia en cobros por negociaciones pactadas con la Compañía
- Nivel de entrega
- Reclamaciones por merma de mercancía VMI
- Copia documentos soportes de transacciones con la Compañía
- Otros motivos

Las consultas y generación de certificados se deben hacer a través del Portal Pro excepto para los Proveedores y/o acreedores que se encuentren bajo la Ley 550 que requieren firma autógrafa, deben canalizar sus solicitudes con el Departamento de Impuestos.

6. Peticiones, Quejas y Reclamos (en adelante, PQR)

La Compañía pone a disposición de sus Proveedores un mecanismo que les permite canalizar sus inquietudes, sugerencias, dudas, requerimientos y quejas. La utilización del sistema mencionado en ningún caso dará lugar a la aplicación por parte de la Compañía de retaliaciones, discriminaciones o presiones indebidas en contra del Proveedor.

a) Generalidades

La Compañía cuenta con el procedimiento PQR, el cual establece el mecanismo de atención para todas las reclamaciones por temas derivados de la relación entre la Compañía y los Proveedores.

Las quejas derivadas de problemas de atención y servicio se atienden a través del sitio web de la Compañía visitando en la sección Proveedores el link Portal Pro al cual podrá acceder ingresando su información de usuario y contraseña.

La información consignada en la reclamación es vinculante y se envía bajo la absoluta responsabilidad del Proveedor.

b) Oportunidad para la formulación de PQR

Toda la información acerca de las generalidades y/o oportunidades de formulación de PQR se encuentran de forma explicativa en nuestra página web en la sección de Proveedores. Allí encontrarán videos sobre las generalidades, la forma de inscripción, la forma de solicitud de PQR y la realización de factoring.

7. Canales de Comunicación

Las comunicaciones entre Proveedores y la Compañía se realizan a través de la página web. En esta página, el Proveedor encontrará publicaciones, circulares y noticias de su interés.

Para poder obtener información específica de cada uno de los Proveedores así como las solicitudes que requiera por parte de la Compañía se hacen a través del Portal Pro, que se encuentra en la página web de la Compañía.