



**FÁBRICA DE LICORES
DEL TOLIMA**

NIT 890.704.763-2



Fábrica de Licores del Tolima Plan de Acción

FRANZ LEONARDO MARCELO BEDOYA RUBIO

Gerente





**FÁBRICA DE LICORES
DEL TOLIMA**

NIT 890.704.763-2



PLAN DE ACCIÓN 2021

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	3
CAPITULO I PARTE GENERAL	
1. Identificación Fábrica de Licores del Tolima	4
1.1. Organigrama	4
1.2. Presentación de la organización datos generales	5
1.3. Reseña histórica de la Fábrica de Licores	5,6, 7
1.4. Misión, Visión, Objetivos y Políticas de Calidad	7
1.5. Recursos Disponibles	8,9,10,11, 12
CAPITULO II	
2. PROYECTOS	13
2.1. Comercialización	13
2.2. Estrategias para la ejecución y operación del proyecto	16
2.3. Transferencias al Departamento del Tolima	17
2.4. Disminución de Costos Administrativos	17
CAPITULO III	
3.1 ESTRATEGIAS DE INVERSION	18



**FÁBRICA DE LICORES
DEL TOLIMA**

NIT 890.704.763-2



INTRODUCCIÓN

Con el fin de dar cumplimiento a lo establecido en el Capítulo 2 del Título XII de la Constitución Política de Colombia, de manera particular, en su artículo 339, en el cual se dispuso la existencia de un Plan Nacional de Desarrollo, conformado por una parte general y un plan de inversiones públicas; seguidamente, en el inciso segundo, previene sobre la existencia de planes de desarrollo de las entidades territoriales, con el objeto de asegurar el uso eficiente de sus recursos y el desempeño adecuado de sus funciones, la Fábrica de Licores del Tolima presenta el Plan de Acción elaborado para la presente vigencia.

El Plan de Acción es un instrumento de planificación con el cual cada dependencia de la administración territorial, con estrategias definidas, determina la programación de las actividades, proyectos y recursos anuales que permitirán alcanzar el logro de las metas previstas en el plan de desarrollo. De igual manera el Plan de Acción define indicadores que facilitan el seguimiento y evaluación de las acciones de Gobierno y sirven de guía para la toma de decisiones.

La Fábrica de Licores del Tolima para el 2021 continuara trabajando para seguir siendo una empresa líder en el sector de la producción y mercadeo de licores y en el marco de la pandemia se dio inicio el negocio de la línea de alcohol antiséptico y glicerinado, con criterios de calidad, competitividad, desarrollo sostenible y preservación del medio ambiente, siempre orientado a la satisfacción de clientes y consumidores.

En el marco del plan de desarrollo El Tolima Nos Une 2020-2023, la Gerencia de la Fábrica de Licores del Tolima se ha propuesto a contribuir con el desarrollo de los programas de salud, Deporte y Educación de los tolimeses con un plan de acción que contiene, entre otras actividades, la transferencia al Departamento del impuesto al consumo de licores por cada botella vendida en el cuatrienio.

Los objetivos propuestos desde el inicio de la actual gerencia han sido con visión de expansión, posicionamiento y consolidación de la marca Tolimense en el territorio local, regional, nacional e internacional. No únicamente con los productos tradicionales, sino con la ampliación y diversificación del portafolio de productos acorde con las necesidades de consumo cambiantes. Esto, en todo caso, con base en los lineamientos trazados por el señor Gobernador y presidente de la Junta Directiva, Dr. Ricardo Orozco Valero.



FÁBRICA DE LICORES DEL TOLIMA

NIT 890.704.763-2



El año 2020, y en particular a partir de la declaratoria de emergencia sanitaria del 15 de marzo, el escenario atípico mundial producto de la pandemia conllevó a una modificación sucesiva del panorama económico del país y para el negocio de los licores en la comercialización y venta del aguardiente Tapa Roja. Las medidas de defensa comercial, la ley seca, el cierre prolongado de bares, discotecas y sitios de recreación, las restricciones a la actividad de distribución y en general las medidas implementadas para hacer frente a la pandemia Covid-19 que incidieron en el panorama de comercialización, generaron que la factoría replanteara las acciones administrativas, jurídicas, técnicas, financieras y comerciales.

Es así como, a través de sinergias entre las dependencias internas, se logró avanzar significativamente en los procesos a partir de la planeación y ejecución de diferentes actividades transversales relacionadas, en primer lugar, con marketing digital y actualización tecnológica del sitio web institucional con el propósito de dar apertura a nuevos espacios de comercialización no presenciales. En segundo lugar, se obtuvo el desarrollo de una unidad de negocio adicional con los mismos insumos habitualmente empleados, como lo es la línea de medicamentos mediante la producción y comercialización del alcohol antiséptico y glicerinado al 70%. En tercer lugar, en aras de diversificar la oferta del portafolio característico de la factoría, se obtuvo el Registro sanitario de la línea Premium de aguardiente. Como se observa, las líneas de acción con el nuevo escenario se enfocaron en la adaptación del mercado a la realidad contingente ocasionada por la pandemia, sin pasar desapercibida la necesidad de innovación del aguardiente.

A las acciones internas, se suman las actividades con otros actores de relevancia para el negocio de los licores. En particular, se generaron acciones mancomunadas con los diferentes gremios del sector para estabilizar el mercado de licores y activar los mecanismos para dinamizar nuevamente el mercado de cara a la protección de la renta que contribuye al mejoramiento de la infraestructura de salud, educación y el deporte de los tolimeses. Asimismo, se inició el procedimiento de autorización para la introducción y distribución del aguardiente Tapa Roja en otros Departamentos, en el marco de la ley 1816 de 2016.



**FÁBRICA DE LICORES
DEL TOLIMA**

NIT 890.704.763-2



CAPITULO I – PARTE GENERAL

1. IDENTIFICACION FÁBRICA DE LICORES DEL TOLIMA

1.1 ORGANIGRAMA





**FÁBRICA DE LICORES
DEL TOLIMA**

NIT 890.704.763-2



PRESENTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

1.2. DATOS GENERALES

Razón social: FÁBRICA DE LICORES DEL TOLIMA

Nit : 890704763-2

Localización: Carrera 2ª Sur Calle 24 Barrio El Arado

1.3. RESEÑA HISTÓRICA

La historia del aguardiente en el mundo es muy antigua. En el sentido estricto, el aguardiente es la primera etapa en la destilación de cualquier alcohol. Este proceso era ya conocido en Oriente hace muchos años. Del Árabe provienen palabras como alambique y alcohol, parte del lenguaje usado en la destilación del licor.

En el Tolima se continuaba con los “sacatines” o “alambiques”, estado que subsistió hasta 1928, en que el gobernador de entonces, doctor Félix María Reina Rengifo, con base en la Ley 8 de 1909 declaró terminados todos los contratos de concesión, asumiendo el departamento la fabricación y el expendio en forma directa. El señor Giovanni Italiano, en forma rudimentaria se encargó de la fabricación de licores y cumplió con la labor hasta finales de 1932.

En 1933 Heriberto Amador, gobernador del departamento del Tolima, organizó la renta de licores. Contactó a un hombre de origen cundinamarqués llamado Carlos E. Castro Acero, que poseía la mejor información en cuanto a la técnica en la fabricación de maquinaria para la destilería, a la vez de comprobada experiencia en la fabricación de aguardiente, quien inició la producción.

Hasta 1945, el tridestilado que era el nombre del aguardiente se hizo famoso así como el Anís Tolima, hasta el punto de ganar trofeos en exposiciones nacionales. También hubo producción de vinos como el Jerez, el Espumoso y la Champaña Rubial.

El 20 de agosto de 1948 fecha del incendio de la antigua y vieja fábrica, el señor Carlos E. Castro Acero fue llamado nuevamente a producir aguardiente, en general fue el encargado de la reconstrucción de la Fábrica, hasta 1963.



FÁBRICA DE LICORES DEL TOLIMA

NIT 890.704.763-2



A mediados de 1971, la producción del aguardiente ya con el nombre de Tapa Roja, estuvo a cargo del ingeniero Carlos E. Castro Escobar, ibaguereño graduado en Chile, hijo de Carlos E. Castro Acero.

En 1967 y 1970 se efectuó producción de mistelas y cremas en diferentes sabores.

En 1971, el gobernador abrió licitación para la producción del aguardiente Tapa Roja, este contrato fue adjudicado al ingeniero químico, Jorge Mejía Isaza quien tenía experiencia en licores en el Huila y Caldas.

Mediante la Ordenanza No. 08 de 1979 creó el ente jurídico “Fábrica de Licores del Tolima”, como entidad descentralizada. Se dispuso, además, la supresión de los antiguos estancos o expendios oficiales en cada uno de los municipios.

El 09 de junio de 1984 siendo gobernador Armando Devia Moncaleano, se inauguró una moderna Planta de Envasadora Automática, con una capacidad de producción de 120 botellas por minuto. Durante la administración de Eduardo Alzate García y la Gerencia de Orlando Infante Martínez se inauguró en marzo 15 de 1985 la Planta de Destilería y Fermentación de alcohol etílico extrafino, la más moderna de Colombia. Esta planta tuvo un valor de \$400.000.000, con una capacidad de 20.000 litros diarios de alcohol y de aproximadamente 28.000.000 millones de botellas al año, diseñada y construida por la firma italiana Tipiel S.A.

La Fábrica de Licores del Tolima extiende fronteras de la compañía y a inicios del año 1994 llega a los departamentos de Nariño, el Eje Cafetero, parte de Caldas y el Huila.

Para el 6 de septiembre del año 2001, dada la situación litigiosa de la Marca “Tapa Roja”, y de mercadeo del producto y la pérdida de los laudos arbitrales con la firma Escobar y Arias S.A., la empresa se vio abocada a solicitar una reestructuración de los pasivos a futuro dentro de los parámetros de la ley 550 de 1999.

En el mes de diciembre de 2004, con el propósito de consolidar financieramente la entidad, se lanzaron al mercado los nuevos productos de aguardiente ICE, y el Aguardiente Special – Sin Azúcar.

En el año 2006 la Fábrica se realizó adecuación general de las instalaciones y la renovación tecnológica de los equipos de envasado, adquiriendo una línea de producción Italiana de la más alta tecnología, con capacidad de hasta 5.000 botellas hora. En este mismo año se adquirieron los equipos



FÁBRICA DE LICORES DEL TOLIMA

NIT 890.704.763-2



para el envasado de “Agua Humanitaria” en Convenio con la Cruz Roja del Tolima.

En el año 2013 al 2016, se contaba con la figura comercial y contractual de tres (3) distribuidores exclusivos para el Departamento del Tolima, con los que se pactaban cuotas mensuales de compra. Esto generó fallas en las estrategias comerciales, al perder una gran participación en el mercado; no se creó una tendencia de consumo entre los clientes finales y el producto terminó almacenado en las bodegas de los distribuidores.

En la administración 2016 – 2019 el objetivo fue posicionar y potencializar el aguardiente Tapa Roja y por ende rescatar financieramente a la empresa, donde se desarrolló un plan de mercadeo y a la par un plan de desarrollo comunicacional para dar a conocer los productos que produce la Fábrica de Licores del Tolima.

A partir del año 2017 el Gobernador del Tolima Dr. Oscar Barreto Quiroga, presidente de la Junta Directiva de la Fábrica de Licores del Tolima autorizó a la Gerencia efectuar la venta del aguardiente directamente y de allí se desarrolla la gestión comercial de las ventas por cuanto se dinamizó el mercado y la participación en el mercado al cierre de la vigencia 2019 las ventas de Tapa Roja son mayores que las de la competencia en el 60% frente al 40% de acuerdo a las cifras que consolida la Dirección de Rentas del Tolima. En el año 2018, se toma la decisión de realizar el cambio de la presentación de los productos Tapa Roja, realizando un rediseño en el envase, etiqueta del producto y empaque.

La Fábrica de Licores del Tolima, realizó ventas para el año 2018, de 1.005.209, unidades convertidas a 750 c.c, superando lo presupuestado en 91.455 unidades y a su principal competencia, la Fábrica de Licores de Cundinamarca. En el año 2019 las ventas presupuestadas fueron de 1.015.000 en unidades de 750 c.c y las vendidas fueron de 1.092.249 unidades superando la meta en 77.249 por lo tanto, el modelo comercial y las estrategias de crecimiento del mercado se enfocaron con visión de expandir el aguardiente Tapa Roja en el territorio tolimense y de Cundinamarca.

En el año 2016 se expidió la Ley 1816 de Licores, lo que generó efectuar un plan de acción para cinco años en el marco del artículo 28 de -PROTECCIÓN ESPECIAL AL AGUARDIENTE COLOMBIANO donde se suspende la introducción de aguardiente por seis (6) años en cada región; y



FÁBRICA DE LICORES DEL TOLIMA

NIT 890.704.763-2



a partir del año siete (7) se apertura la introducción de licor en cualquier territorio del país.

En el 2020, Tapa Roja aumentó el posicionamiento en el Tolima frente a la competencia (Fábrica de Licores de Cundinamarca), con una participación en preferencia de licores del 74%, en un año 2020 donde los espacios de comercialización estaban supeditadas a la reglamentación necesaria de confinamiento por la pandemia, se logró vender 875.832 unidades de aguardiente TAPA ROJA.

A partir de marzo de 2020, cuando el mundo se paralizó por el COVID 19, la Fábrica de Licores del Tolima, incursionó en el modelo de negocios de marketing digital, diseñó dos nuevos productos: alcohol glicerinado al 70% y alcohol antiséptico al 70% y a partir de la Resolución de aprobación del INVIMA 2020015732 Y 2020015731 del 19 de Mayo de 2020, incursionó en una nueva unidad de negocio con la comercialización y venta de la línea de medicamento, con ventas de Junio a 31 de Diciembre de 2020 de 194.860 litros por un valor de \$991 millones; con presencia nacional como, Bogotá D.C, Cali, Medellín, Barranquilla, Pereira, Chía, Ibagué, municipios del Tolima, entre otros

En los escenarios de apertura de mercado en otras regiones en el marco de la Ley de licores (1816 de 2016) Tapa Roja cuenta con permisos para la introducción y distribución del aguardiente TAPA ROJA, por lo que, ya es territorio Tapa Roja el Departamento del Atlántico (Resolución No. 000138 de 2020, expedida por la Gobernación del Atlántico), Bolívar (Resolución 000046 de 2020 Expedida por la Gobernación de Bolívar) Risaralda (Resolución No. 0157 de 2020 expedida por el Departamento de Risaralda), Putumayo (Resolución No. 00611 de 2020). Igualmente, está en curso el trámite en otros departamentos.

De acuerdo al escenario atípico mundial la Fábrica de Licores del Tolima se reinventó, desarrollando un plan de acción específicamente del periodo marzo a diciembre de 2020, con el apoyo del equipo humano de las diferentes áreas, optimizando todas las acciones, lo que permitió a la factoría generar sostenibilidad financiera, cerrando el periodo del 1 de Enero al 31 de Diciembre de 2020 con utilidad de 601 millones.



FÁBRICA DE LICORES DEL TOLIMA

NIT 890.704.763-2



En la actualidad, los productos insignias de la MARCA TAPA ROJA son el AGUARDIENTE TRADICIONAL (ROJO), AGUARDIENTE SPECIAL (AZUL), AGUARDIENTE 24° (VERDE), próximamente, estaremos lanzando al mercado nuevos productos en la línea premium de aguardiente y con un sachet de las tres presentaciones como estrategias de gancho promocional.

Para el aguardiente TAPA ROJA ORO se obtuvo el registro sanitario por 10 años con la Resolución expedida por el INVIMA No. 2020044646 18/12/2020

A través de la historia, la Fábrica de Licores del Tolima se ha reafirmado como patrimonio de los tolimenses, con grandes contribuciones para la salud y educación, y significativos aportes al progreso del departamento del Tolima para orgullo de todos sus habitantes.

1.4 MISIÓN Y VISIÓN DE LA FÁBRICA DE LICORES DEL TOLIMA

MISION:

Como empresa industrial y comercial del estado, fortalecer las rentas de nuestro departamento para garantizar a los tolimenses su salud, educación, y apoyo al deporte.

VISION:

La Fábrica de Licores del Tolima para el año 2021, será la empresa comercializadora de aguardiente, líder del departamento, con proyección nacional e internacional, con altos estándares de calidad, sostenibilidad y preservación del medio ambiente.

POLITICA DE CALIDAD

Es política de la Fábrica de licores del Tolima producir y comercializar productos que satisfagan las necesidades y expectativas de nuestros clientes y consumidores, desarrollando su gestión institucional con apego a la Ley, ética, planes, programas y reglamentos aplicables; garantizando el mejoramiento continuo, el control en la gestión y la sostenibilidad de la entidad.



OBJETIVOS DE CALIDAD

1. Mantener la calidad de los productos de la FLT
2. Incrementar el grado de satisfacción de los clientes y consumidores de la FLT
3. Diseñar estrategias para incrementar la venta de los productos de la FLT.
4. Mejorar el nivel de competencia del personal de la FLT
5. Cumplir con las metas de producción de acuerdo con las solicitudes de compra.
6. Asegurar el mantenimiento y mejoramiento continuo del SIG.

1.5 RECURSOS DISPONIBLES

1.4.1 FINANCIEROS:

La Fábrica de Licores del Tolima tiene un presupuesto aprobado por la Honorable Junta Directiva con el Acuerdo No. 001 del 18 de Diciembre de 2020 para la vigencia de 2021 de 22.803 millones, para ejecutar los proyectos de la vigencia, distribuidos así:

INGRESOS OPERACIONALES POR VENTAS DE LOS PRODUCTOS MARCA TAPA ROJA Y LÍNEA DE MEDICAMENTO CIFRAS EN MILLONES	ARRENDAMIENTOS, Y OTROS INGRESOS	RECURSOS DE CAPITAL
\$15.541	\$981	\$6.281

1.4.2 HUMANOS:

En la actualidad la Fábrica de Licores del Tolima cuenta con un total de (39) personas para desarrollar los proyectos consignados en el plan de acción; así:

TIPO DE VINCULACIÓN	FUNCIONARIOS Y/O CONTRATISTA
Empleado público	11
Trabajadores oficiales	9
Contratistas	19



FÁBRICA DE LICORES DEL TOLIMA

NIT 890.704.763-2

1.4.3 TECNOLÓGICO:

La Fábrica cuenta actualmente con:



EQUIPOS	CANTIDAD
Computadores (17 de escritorio y 1 portátil)	18
Impresoras	9
Línea de envasado Italiana TRIBLOQUE, marca FTM adquirida en el año 2007, con capacidad instalada para envasar, tapar y etiquetar hasta 6.000 botellas por hora.	1
Despolarizadora marca APE, adquirida en el año 2015, capacidad nominal: 10000 botellas/hora, guía de transporte para 2 pallets de envase, mesa con capacidad para surtir dos tendidos de envase.	1
Estampilladora marca OMB, adquirida en el 2015 con capacidad nominal de colocación de 6.000 estampillas / hora, electrónica, sin consumo de aire, para colocación de estampilla de impuesto al consumo en forma de "L", con medidas de estampilla de 80 * 20 mm.	1
Divider y Encartonadora marca Prasmatic, adquirida en el año 2015 para el empacado de producto en cartonería tipo Wrap Around, capacidad nominal de hasta 360 cajas por hora.	1
Robot paletizador marca ROBOTEC, adquirido en el año 2015 para el estibado de producto, de actuación mecánica y rotativa, para capacidad de 360 cajas por hora.	1
Enfardador Marca Atlanta: adquirido en el año 2015, Es un Robot referencia Sfera Easy, que puede enfardar un pallet con plástico tipo vinipel, velocidad variable y de conformidad a programación.	1
Túnel Horno para termoencogidos de cuerpo, se utiliza para colocar termoencogibles para promociones específicas.	1
Camioneta Chevrolet Dimax – Placa OTD-926	1
Camión furgón – Chevrolet – Placa OGL 072	1
Montacargas marcas Nissan – Toyota	2



CAPITULO II

2. PROYECTOS

2.1 COMERCIALIZACIÓN, VENTA DE PRODUCTOS MARCA TAPA ROJA

2.1.1 OBJETIVO DEL PROYECTO

Incrementar el consumo de la línea de Aguardiente Tapa Roja en el Tolima, Cundinamarca, desarrollo de la distribución en Risaralda, Atlántico, Bolívar, Putumayo y en los departamentos donde autoricen la introducción de licor; cobertura nacional de la línea del alcohol antiséptico y glicerinado al 70%, garantizando su sostenibilidad, crecimiento, desarrollo y fidelización; a través de las siguientes estrategias específicas:

Objetivo 1. Potenciar Marca

- Realizar activaciones de marca en cada región de interés determinando previamente el arraigo cultural.
- Promoción en punto de venta.
- Merchandising en punto de venta.
- Degustaciones en sitios de consumo.
- Incentivos promocionales para TAT, Bares y Estancos.
- Tener en cada zona un cliente aliado con fuerza de ventas capacitada y en permanente enlace con mercadeo de la FLT.

Objetivo 2. Competitividad e Innovación

- Promociones para clientes con paquetes de descuentos por volumen de compra.
- Activación constante en bares, universidades, discotecas, y en eventos de participación de jóvenes que permitan mayor apropiación marcaria por parte de esta comunidad.
- Distribución y comercialización por venta directa y en el Departamento de Cundinamarca con clientes aliados o estratégicos.

Objetivo 3. Procesos más eficientes

- Mantener el certificado de Buenas Prácticas de Manufactura
- Fortalecer los procesos de mercadeo y comercialización a través de diversas herramientas ligadas al sistema de calidad.



**FÁBRICA DE LICORES
DEL TOLIMA**

NIT 890.704.763-2



Objetivo 4. Distribución y venta.

- Clientes aliados.
- Búsqueda de aliados estratégicos especializados en Cundinamarca, Risaralda, Putumayo, Atlántico, Bolívar para el manejo del despacho y venta de licores.

2.1.2 COMPONENTES Y ACTIVIDADES

2.1.2.1. Pautas publicitarias en radio, prensa, televisión local y nacional

Para el año 2021 se ha proyectado participar activamente con nuestra marca Tapa Roja, en el mercado de licores a nivel Local, Departamental, Nacional e internacional a través del plan de medios institucional, que incluye pautas en radio, prensa y televisión local y nacional.

2.1.2.2. Elaboración material publicitario con la marca Tapa Roja, logística, promoción e impulso para apoyar los eventos y canales de distribución

La Fábrica de Licores del Tolima apoya a los diferentes canales de distribución, con publicidad BTL y ATL con material publicitario - POP (Afiches, flayers, pasacalles, pendones, gorras, camisetas, camibuses, ponchos, rabo e gallos, almanaques, habladores, mezcladores, porta vasos, abanicos, lapiceros, golpeadores, copas, termo sellados, cenefa, Bolsas publicitarias, cajas para productos individuales y duopack, avisos luminosos), personal de impulso y mercadeo, participación en ferias y fiestas regionales, municipales, de temporada de Junio y Diciembre, lo mismo que el día del Tapa Roja y otros eventos a través del marketing digital, estrategias con clientes aliados y presencial cuando está reglamentado los espacios de comercialización, para fortalecer la recordación, posicionamiento y ventas de la marca.

2.1.2.3. Alquiler o adquisición de carro valla y vallas publicitarias

Dentro del Presupuesto para el año 2021 se cuenta con la disponibilidad para fortalecer las estrategias de mercadeo diseñadas por la entidad; como el alquiler de carros vallas para actividades puntuales de mercadeo e impulso de las marcas Tapa Roja dentro de los Departamentos de Tolima y demás departamentos donde esté autorizada la distribución.



**FÁBRICA DE LICORES
DEL TOLIMA**

NIT 890.704.763-2



Como estrategias se tiene, ubicar vallas publicitarias alusivas a nuestra marca Tapa Roja, fortaleciendo el regionalismo.

2.1.2.4 Participación de la marca Tapa Roja en ferias y fiestas, conciertos presenciales y/o virtuales en el marco de la reglamentación por efectos de la pandemia en el Departamento del Tolima, Risaralda, Atlántico, Bolívar, Putumayo y donde se tenga resolución de introducción.

La Fábrica de Licores del Tolima ha incluido dentro del cronograma de actividades para el año 2021, participar en los eventos que se organicen virtuales, y/o presencial en ferias y fiestas, conciertos, de manera que se fortalezca el posicionamiento y las ventas de la marca Tapa Roja, Ron Viejo San Juan y la línea de alcoholes antiséptico y glicerinado en sus diferentes presentaciones y /o volúmenes.

2.1.2. Apoyo al deporte

Con el fin de continuar con el apoyo al deporte en nuestro Departamento, a través de la marca Tapa Roja, patrocinaremos al deportes Tolima y al deporte regional.

2.1.2.9 Marcas y Patentes

La Fábrica de Licores del Tolima protege sus marcas registradas, a través de la renovación ante la Superintendencia de Industria y Comercio e Invima en sus registros sanitarios a nivel nacional e internacional.

2.2. ESTRATEGIAS PARA LA EJECUCIÓN Y OPERACIÓN DEL PROYECTO

Publicidad, promoción, degustación, organización de eventos y tomas en diferentes establecimientos, participación en ferias fiestas, conciertos, festivales, eventos empresariales, actividades virtuales de marketing digital, influenciadores digitales, concursos virtuales con el fin de incentivar el consumo y afianzar el posicionamiento de nuestras marcas Aguardiente Tapa Roja, Ron Viejo San Juan y la línea de alcoholes antiséptico y glicerinado en sus diferentes presentaciones y /o volúmenes.

2.2.1. Ventas de aguardiente Tapa Roja

15



**FÁBRICA DE LICORES
DEL TOLIMA**

NIT 890.704.763-2



Para el presente año la venta en el Departamento del Tolima, Risaralda, Cundinamarca, Atlántico, Bolívar, son de 1.027.250 unidades convertidas a 750 c.c y para la línea de alcohol 350.000 litros

2.2.2 Ejecución

La ejecución del presente plan de acción, esta direccionada a los cuarenta y siete (47) Municipios del Departamento del Tolima, a través de la publicidad y promoción; y para otros Departamentos a nivel Nacional, y en el exterior mediante pauta publicitaria, actividades programadas con el fin de incentivar el consumo y reforzar el posicionamiento de la marca Tapa Roja.

2.2.3 Localización

La comercialización de los productos Tapa Roja y Ron Viejo San Juan, se realizará en los Departamento del Tolima, Risaralda, Cundinamarca, Atlántico, Bolívar, Putumayo y la línea de alcohol a nivel nacional.

2.2.4 Entidades y fuentes de financiación

El presupuesto de la Fábrica está soportado en recursos propios provenientes de la operación comercial de los productos marca Tapa Roja ron, línea de alcoholes antiséptico y glicerinado al 70%, rendimientos financieros y otros ingresos, dentro y fuera del Departamento del Tolima.

2.2.5 Equipo responsable de la gestión y ejecución del proyecto

Funcionarios de la Fábrica de Licores del Tolima, Alcaldes del Departamento, el Gobierno Departamental, los clientes aliados, los Tolimenses con su sentido de pertenencia y los demás clientes y consumidores en las regiones donde se comercialice.

2.3 TRANSFERENCIAS AL DEPARTAMENTO DEL TOLIMA Y OTROS DEPARTAMENTOS

2.3.1. OBJETIVO DEL PROYECTO



FÁBRICA DE LICORES DEL TOLIMA

NIT 890.704.763-2



Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los Tolimenses y demás departamentos donde esté autorizado la introducción del aguardiente, en el marco de la Ley 1816 de 2016, en la salud, educación y apoyo al deporte, por concepto de recaudo en el año 2021 del impuesto al consumo por valor de \$12.041 millones

2.3.2. Estrategia para la ejecución y operación del proyecto

Estrategias de precio y canales de distribución por venta directa con aliados estratégicos en cada región donde se distribuyan los productos marca Tapa Roja y Ron Viejo San Juan.

2.4. DISMINUCION DE COSTOS ADMINISTRATIVOS

Únicamente se contratará con el personal estrictamente necesario que permita cumplir con el objeto social de la factoría.

CAPITULO III

3. ESTRATEGIAS DE INVERSION

Para la presente vigencia se realizarán las siguientes estrategias:

- Compra maquinaria y equipos
- Reposición de cubiertas, mejoramientos en adecuaciones locativas
- Renovación y adquisición de elementos y material publicitario
- Creación de nuevos productos y su lanzamiento con estrategias de mercadeo.
- Solicitudes de introducción de aguardiente Tapa Roja en el Departamento del Quindío, entre otros
- Plan de negocio inicial exportador

Cordialmente,

(firmado original)

FRANZ LEONARDO MARCELO BEDOYA RUBIO

Gerente General

Elaboró: Emilse Marroquín Salas