



**FÁBRICA DE LICORES  
DEL TOLIMA**

NIT 890.704.763-2



## FÁBRICA DE LICORES DEL TOLIMA

La fábrica de licores del Tolima ha contribuido al reconocimiento del Departamento en el mundo, impulsando en el mercado el producto insignia como lo es el aguardiente tapa roja en sus distintas presentaciones, generando que exista recordación en varios escenarios con un producto tolimense.

La actual Gerencia de la Fábrica en el marco del direccionamiento estratégico y planeación, en ejecución de su objeto social, se ha trazado unas directrices y líneas de acción específicas; en lo que respecta al cuatrienio 2020-2023, bajo el direccionamiento del Plan de desarrollo “El Tolima nos une” de posicionar el aguardiente Tapa Roja a nivel local y en los mercados nacional e internacional, así como de innovar con nuevos productos.



Para la vigencia de 2022, La Fábrica de Licores del Tolima, según su Plan de Acción está soportado en recursos propios provenientes de las ventas de los productos marca Tapa Roja, alcohol extraneutro, la línea de alcohol antiséptico y glicerinado, otros ingresos no operacionales tales como rendimientos financieros, arrendamiento, entre otros, gestión financiera y comercial dentro y fuera del Departamento del Tolima y en los negocios internacionales, donde asignó unos recursos en el Presupuesto por valor de \$27. Millones 296 mil pesos, para los gastos de funcionamiento, de operación industrial, comercialización y la inversión





## FÁBRICA DE LICORES DEL TOLIMA

NIT 890.704.763-2



### PRINCIPALES LOGROS

#### CUMPLIMIENTO DE LA META EN EL MARCO DEL PLAN DE DESARROLLO “EL TOLIMA NOS UNE” POR CONCEPTO DE LA RENTA DEL IMPUESTO AL CONSUMO DE LICORES.

La fábrica de licores del Tolima ha aportado significativamente en el desarrollo de los programas de salud, deporte y educación que impactan en todo el territorio departamental, considerando las transferencias de recursos correspondientes al impuesto al consumo de licores por cada botella de aguardiente tapa roja vendida en el cuatrienio, generando transferencias efectivas con destinación social al gobierno departamental del Tolima por 40mil 326 millones de pesos desde el 1 de enero de 2020 al 31 de septiembre del 2022, ejecución porcentual del 82% de la meta para el cuatrienio de \$48 mil 970 millones; dentro de lo cual para el año 2022 desde el 1 de enero al 31 de septiembre se ha transferido \$14 mil 407 millones sobrepasando la meta en el 108% de \$13 mil 321 millones.



### POSICIONAMIENTO DE LA MARCA TAPA ROJA

Es de resaltar que actualmente la marca Tapa Roja es reconocida a nivel nacional, gracias a una particularidad, que es la preferencia comprobable por los consumidores de todas sus presentaciones respecto de otros licores y productos afines. Lo anterior, obedece a la respuesta del mercado a las características que individualizan al aguardiente Tapa Roja tradicional, al aguardiente Tapa Roja Special sin azúcar, al aguardiente Tapa Roja 24 sin azúcar, y a la línea premium aguardiente Tapa Roja oro sin azúcar.





## FÁBRICA DE LICORES DEL TOLIMA

NIT 890.704.763-2



Se puede evidenciar que con corte enero a septiembre de 2022 la fábrica ha logrado comercializar 1.063.033 Unidades de Aguardiente 750 ml, lo cual representa un 88% de la meta total de ventas de 1.211.429. Este logro se debe a raíz de excelentes resultados que permitieron superar las expectativas de ventas en los diferentes meses entre un 73% y 161% y a que el mercado va respondiendo a las diferentes estrategias del plan de acción comercial P.A.C.

### Conquistando nuevos territorios del País

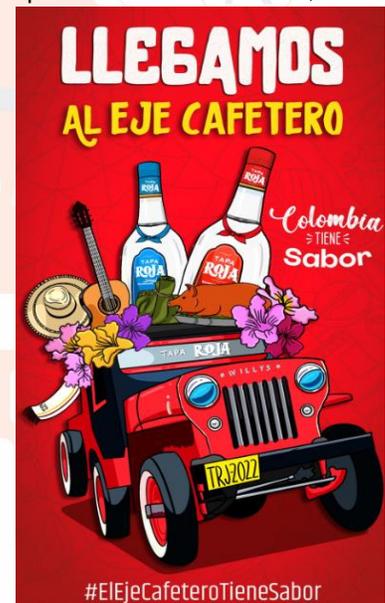
La reactivación económica del Tolima de la mano de la fábrica de licores del Tolima superó expectativas y traspasó fronteras. El reconocimiento de tapa roja en el país se debe, no solo a su historia de conquista de mercados por más de 43 años (una vez constituida como empresa Industrial y Comercial del estado), sino también por su presencia en más de 7 departamentos de Colombia al contar con permisos para la introducción del aguardiente Tapa Roja en el Departamento del Atlántico, Bolívar, Quindío, Risaralda, Putumayo, Casanare, Cundinamarca.

2022

- **MERCADO/** Se activa la fase de mercadeo, donde se realiza estudio de terreno para conocer el panorama para posicionar Tapa Roja en el territorio Quindiano y Risaraldense

2022

- **VENTA/DISTRIBUCIÓN AUTORIZADO RISARALDA Y QUINDIO.**
- Transferencia efectiva del impuesto al consumo de licores por cada botella de aguardiente vendida por valor de \$39.783.918.



Con todo, el reconocimiento nacional que se evidencia actualmente de la marca Tapa Roja es solo una de las aristas de la visión de posicionamiento de la Fábrica y del Departamento del Tolima en esta industria; pues, adicionalmente la actual administración reconoce la necesidad de incursionar a nivel internacional y, por ende, ha estructurado, además, un plan de negocios exportador.



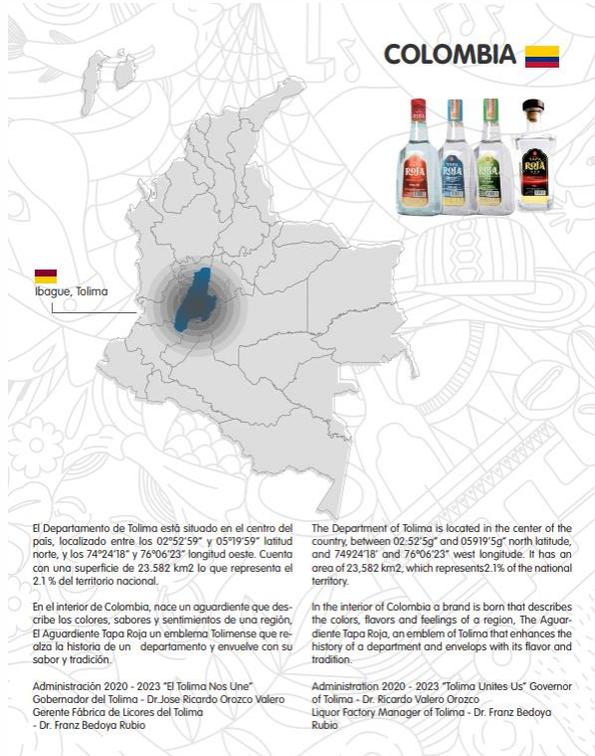
# FÁBRICA DE LICORES DEL TOLIMA

NIT 890.704.763-2



## Exportación Del Aguardiente Tapa Roja

En el posicionamiento de marca en el exterior se ha seguido la ruta de formalización de los trámites administrativos, aduaneros, contractuales, financieros, así como cualquier otro documento que tenga



como fin el desarrollo del proceso exportador y la comercialización siguiendo la política de negociación de la Fábrica de Licores del Tolima para expandir el mercado mediante el proceso de exportación por medio de la venta directa a distribuidores interesados en un producto exclusivo y diferenciador con alta calidad, en el marco de las buenas prácticas empresariales, estandarización del proceso exportador, garantizando seguridad, previsibilidad, efectividad, eficiencia en el desarrollo de la negociación.

A partir de abril de 2021, la Fábrica cuenta con registro sanitario de tres (3) productos para elaborar y exportar aguardiente Tradicional, Special y oro sin azúcar, expedido por el Invima por medio de la Resolución No. 2021014499 del 26 de abril de 2021, la Resolución No. 2021016198 del 4 de mayo de 2021, y certificado

de venta libre No. 2022024699 del 05 de septiembre del año 2022, respectivamente, dirigida a autorizar la exportación de los productos a Estados Unidos de América, y Ecuador. Igualmente está en trámite para Chile, Francia, España, entre otros países.

Por primera vez la factoría inicia el modelo de negocio exportador en el año 2021 en el país Ecuador con la facturación de 13.400 unidades de la referencia Special sin azúcar de 750 c.c, desde allí nuestro cliente aliado cada vez va ganando terreno a la competencia de la línea de aguardientes y nos colocamos a la vanguardia con altos estándares de calidad.

A partir del mes de Mayo Aguardiente Tapa Roja se encuentra en la vitrina de las tiendas Duty Free Colombia ubicadas en el Aeropuerto Internacional el Dorado, donde los viajeros internacionales han preferido el producto Tolimense, facturando más de 7 mil cajas.



# FÁBRICA DE LICORES DEL TOLIMA

NIT 890.704.763-2



## Producto exclusivo para tiendas DUTY FREE



Igualmente, se sigue en la búsqueda de la conquista de nuevos territorios internacionales para ello la gerencia ha efectuado reconocimiento de los mercados de Panamá, Emiratos Árabes Unidos, Estados Unidos, y Ecuador; al igual que ha visibilizado el aguardiente Tapa Roja en ruedas de negocio internacionales tales como EXPOCOMER 2022 y Macro Rueda 90 llevada a cabo en Cali, organizada por Procolombia. Cabe resaltar que durante estos eventos se atendieron citas con empresas de Costa Rica, Chile, España, México, Perú, India, Aruba, Francia, El Salvador y Panamá. Se tienen negocios en tránsito con distribuidor para Francia y España



## Registros De Marca En El Exterior



Servicio Nacional de Derechos Intelectuales

Número de resolución: SENADI\_2022\_RS\_902

Trámite No. SENADI-2021-52204 de registro del signo: TAPA ROJA MÁS GRÁFICA

SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELECTUALES - SENADI-DIRECCIÓN NACIONAL DE PROPIEDAD INDUSTRIAL.- Guayaquil, a 17 de enero de 2022, 20h32. - Visto: La solicitud No. SENADI-2021-52204 presentada por FÁBRICA DE LICORES DEL TOLIMA, el 14 de julio de 2021, publicada en la Gaceta de la Propiedad Intelectual No. 696, para el registro del signo TAPA ROJA MÁS GRÁFICA, que protegerá los productos de la Clase Internacional No. 33, especificados en la solicitud.

Que el término para presentar oposiciones venció el 14 de septiembre de 2021, sin que ninguna persona haya ejercido este derecho hasta dicha fecha.

Que, de conformidad con el artículo 150 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina, en concordancia con el artículo 363 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, y de la Disposición Transitoria Tercera del mismo cuerpo legal; la Dirección Nacional de Propiedad Industrial debe realizar el examen de registrabilidad, para otorgar o denegar una solicitud de un signo.

Que, la Disposición Transitoria Cuarta del Decreto Ejecutivo No. 356 de 3 de abril del 2018, señala que la estructura orgánica del IEPI continuará funcionando hasta que se apruebe la estructura orgánica del SENADI, facultándose al Director General realizar las gestiones necesarias para garantizar la continuidad en la prestación del servicio.

Realizada la búsqueda de anterioridades en el archivo y base de datos de esta Dirección, no se desprende registro alguno sobre un signo semejante o igual al solicitado, de manera que no existe impedimento legal para conceder el signo TAPA ROJA MÁS GRÁFICA.

Que, la solicitud no incurre en las prohibiciones contenidas en el artículo 135 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina, en concordancia con el artículo 360 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, ni las prohibiciones relativas establecidas en el artículo 136 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina, en concordancia con el artículo 361 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación; y,

Por estas consideraciones, en ejercicio de la facultad que le confiere el numeral 2 del artículo 11 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación a la Dirección Nacional de Propiedad Industrial.

SDA  
SENADI-2021-52204

## United States of America United States Patent and Trademark Office



Reg. No. 6,559,982  
Registered Nov. 16, 2021  
Int. Cl.: 33  
Trademark  
Principal Register

FÁBRICA DE LICORES DEL TOLIMA (COLOMBIA CORPORATION)  
CRA. 2 SUR CALLE 24  
BARRIO EL ARADO IBAGUÉ  
TOLIMA, COLOMBIA 09009

CLASS 33: Aguardiente, Alcoholic beverages, namely, aguardiente

The color(s) red, beige, black and white is/are claimed as a feature of the mark.

PRIORITY CLAIMED UNDER SEC. 441(d) ON COLOMBIA APPLICATION NO. SD2020/07996, FILED 12-23-2020, REG. NO. 685121, DATED 07-02-2021, EXPIRES 07-02-2031.

The mark consists of a horizontally positioned beige thread rolled up in three knots in the middle below of which appears the wording "TAPA ROJA" in stylized red letters with white and black outer borders in their bottom and left sides, below of which appears another beige thread rolled up in three knots in the middle.

The English translation of "TAPA ROJA" in the mark is "RED CAP".  
SER. NO. 90-437,914, FILED 12-31-2020



Deena H. Hill  
Professor of Practice and Director of the  
State Program of Extension in Intellectual Property and  
Director of the United States Patent and Trademark Office

第 60942777 号

核定使用商品/服务项目 (国际分类: 33)  
第 33 类: 酒精饮料 (啤酒除外) (截止)

注册人 托利马酒厂  
FÁBRICA DE LICORES DEL TOLIMA

注册人地址 哥伦比亚, 伊瓦格, 南24街卡雷拉2号  
Carrera 2 Sur Calle 24, Ibagué, Colombia

注册日期 2022年06月14日 有效期至 2032年06月13日

局长 申长雨

发证机关



## FÁBRICA DE LICORES DEL TOLIMA

NIT 890.704.763-2



Se cuenta con el registro de marca en Ecuador, Estados Unidos de América con vigencia hasta el año 2031 y en China con vigencia junio 13 del 2032

En el departamento del Tolima se han desarrollado estrategias específicas enfocadas a potenciar la marca Tapa Roja, con competitividad e innovación, con procesos más eficientes, comercializando los aguardientes, desarrollando un plan de acción comunicacional de activación de mercado con inversión cercana a los \$3.500 millones, apoyando más de 1000 eventos en los 47 municipios del Departamento del Tolima; desarrollando acciones en ferias y fiestas, conciertos, eventos equinos, promoción, degustación y activación de marca con grupos musicales, orquestas y artistas, souvenirs, material publicitario, tarimas, degustación del aguardiente Tapa Roja, entre otras





**FÁBRICA DE LICORES  
DEL TOLIMA**

NIT 890.704.763-2



## DISEÑO, INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE LA INDUSTRIA TOLIMENSE.

### Línea de Medicamentos: Alcohol antiséptico y Glicerinado en el marco de la Pandemia COVID-19

Las directrices y líneas de acción que orientan la planeación, formulación y ejecución del plan de acción de la Fábrica no se enfocan únicamente en el posicionamiento de la marca a nivel nacional e internacional con los productos que por varios años han hecho parte del portafolio comercial, sino que además, tiene como eje de acción la innovación en el mercado, a partir de la estructuración de nuevos productos.

En efecto, con la expedición de la Resolución del Ministerio de Salud y Protección Social No. 520 de 2020, se establecieron los requisitos para la fabricación de antisépticos y desinfectantes de uso externo categorizados como medicamentos, para el uso en la emergencia sanitaria declarada por el Covid-19, por lo cual, en el marco de la mencionada coyuntura la Fábrica

amplió el portafolio de productos con el lanzamiento al mercado del alcohol antiséptico y glicerinado al 70%. Igualmente, se cumplieron los requisitos transitorios para la fabricación, comercialización, adecuación y ajuste de productos y servicios que permitieron prevenir, mitigar, controlar los efectos del COVID-19, medidas transitorias establecidas con vigencia a la emergencia sanitaria declarada por el Ministerio de Salud y Protección Social en relación con el Covid-19 (Resolución min salud 666/abril/2022 prorroga a junio la emergencia sanitaria) y por lo tanto estamos en la fase de venta hasta el agotamiento de existencia del producto.



### Aguardiente Oro sin azúcar de la Línea Premium

En aras de diversificar la oferta del portafolio característico de la Fábrica, en el primer semestre del año 2021 se obtuvo el Registro sanitario de la línea Premium de aguardiente ORO por 10 años con la Resolución expedida por el INVIMA No. 2020044646 18/12/2020, y se dio paso a su comercialización a partir del lanzamiento al mercado el 22 de Junio de 2021 en el marco del día institucional del aguardiente Tapa Roja en el Tolima ha sido un éxito.

la apuesta para el cierre de fin será el diseño de una campaña para el aguardiente oro que quiere fortalecer el sentido de pertenencia por la región apropiándonos del slogan con sangre Vinotinto y corazón de oro, que busca cumplir el objetivo de hacer sentir orgulloso a los Tolimenses de nuestra cultura y origen, evidenciándose en el consumo de un producto ícono del departamento como lo es el Aguardiente Tapa Roja.



## FÁBRICA DE LICORES DEL TOLIMA

NIT 890.704.763-2



### Aguardiente Tapa Roja envase en PET

Para cumplir con la demanda de consumo del Aguardiente Tapa Roja en grandes eventos la oficina de innovación y desarrollo de la Fábrica de Licores del Tolima trae una presentación ligera que busca abastecer las necesidades de los clientes y llevar el sabor de Tapa Roja a cualquier escenario.

El Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA) aprobó la implementación de un nuevo material (PET) que ha sido debidamente evaluado y autorizado para entrar en contacto con alimentos, de acuerdo con la resolución 4143 de 2012, sobre materiales, objetos, envases y equipamientos plásticos destinados a estar en contacto con alimentos y bebidas de consumo humano.



### Cerveza Artesanal

Se está estructurando la primera fase de planeación y desarrollo para la producción de cerveza artesanal, así:

1. Estudio de mercado con encuestas, análisis y conclusiones se encuentra en el 95% de ejecución.
2. Presupuesto de Ingeniería, localización, obra y adecuaciones en un 80%
3. Estudio Técnico del procesos y requerimientos de maquinaria y equipos 70%
4. Diseño de recetas 90%
5. Documentación registro INVIMA 30%
6. Planta piloto (compra de equipos en contratación)
7. Plan de manejo ambiental 40%
8. Selección y registro de marca de los productos 75%
9. Aspectos legales (ampliación del objeto social FLT).



## FÁBRICA DE LICORES DEL TOLIMA

NIT 890.704.763-2



Se han desarrollado cuatro (4) estilos de cerveza artesanal:

- **Tipo Pilsen:** es de Color dorado brillante, cuerpo ligero, aroma frutal producto del exclusivo lúpulo Saaz usado en su elaboración que combinado con maltas especiales le confieren un sabor balanceado; complementado con una mediana gasificación, ideal para el clima de nuestra región.
- **Cerveza roja tipo Boston Lager:** de cuerpo medio, color ámbar pronunciado, Sabor floral amargo producto de los lúpulos ingleses utilizados en su elaboración que se complementa con una astringencia media y con aromas florales; la hacen perfecta para maridar carnes y comida de mar.
- Cerveza ligera, tipo Light American Lager: color dorado tenue, Cuerpo ligero, alta gasificación, sabor y aroma a malta con toques de maíz tostado y un leve regusto amargo, resultado de la combinación de malta con adjuntos como arroz y maíz, la hacen perfecta para acompañar cualquier momento.
- **Tipo Stout:** Cerveza negra brillante de bajo amargor, con un toque cremoso y dulce que se balancea con el amargo de la cebada tostada, otorgando un suave regusto a Café, ideal para maridar con carnes a la parrilla.



Propuesta previa del diseño de la cerveza (En construcción)

el reto es seguir diversificando el portafolio de productos con otro aguardiente de la línea premium, ice gulupa, envasado en sachet y Tetrapak, relanzamiento del ron, así:





## FÁBRICA DE LICORES DEL TOLIMA

NIT 890.704.763-2



### DISTRIBUCION, VENTA Y MARKETING

Se han desarrollado estrategias de precio y canales de comercialización tienda a tienda, campañas publicitarias de identidad regional con posicionamiento de los aguardientes TAPA ROJA, con un robusto plan de medios que han permitido el aumento porcentual con un comportamiento durante los primeros cinco (5) mes en ventas del 132%, 145%, 231% comparado con el año 2019

El plan de comunicación de FALITOL se basa en el eje de promoción del plan de acción de mercadeo y busca posicionar la marca a través de la visibilización de cada táctica que desarrolla la organización y que incluye todos sus componentes y ejes, por esa razón la oficina de marketing y comunicaciones se alinea a cada uno de los ejes contemplados dentro de la visión, misión y objetivos que hacen dinamizar el modelo de negocio de la Fábrica de Licores del Tolima.

La estructura de este modelo de comunicación estratégica que se basa en el inbound marketing y en estrategias de contenidos creativos ha logrado un incremento desde el año 2019 con 10.000 seguidores en Instagram y hasta la fecha logra 13.500, además de una interacción promedio en los canales digitales de 158.586 audiencias alcanzadas

### Modelo de Trabajo y construcción de estrategias de Comunicación

SUBGERENCIA FINANCIERA Y MERCADEO	
Da línea al plan de mercadeo y financiero, articulando los procesos y supervisando los resultados	
MERCADEO	COMUNICACIONES Y MARKETING
Seguimiento al plan de mercadeo y activaciones físicas, alineando procesos para que sean visibilizados por comunicaciones	Crea estrategia de comunicación con las respectivas tácticas para que la información se comunique de manera asertiva, asesorías de comunicación y alineación de estrategias con otras regiones



## FÁBRICA DE LICORES DEL TOLIMA

NIT 890.704.763-2



PRENSA Y MEDIOS

DIGITAL

Campañas y  
estrategias para  
canales digitales

### Campañas de activación

Con campañas de activación de mercado, para la adquisición del producto se diseñaron piezas comunicacionales donde se logró despertar el consumo de preferencia por lo nuestro, además de vincular la estrategia de comunicación para informar mensajes clave de la Fábrica de Licores del Tolima, con lo siguiente:

- Campañas de lanzamiento del producto en Duty free / Estructura internacional con rueda de prensa y contenidos digitales
- Campaña mes de las madres / En mayo activar el consumo del aguardiente a través de los tipos de amigos
- Concurso de la cerveza, convocatoria abierta para vincular al departamento en la construcción de la nueva línea de cerveza de FALITOL
- Campaña de envase PET , creación de un personaje a través de una estrategia de comunicación dulcificada
- Campaña Sabor de Colombia / Representar los colores y sabores del Aguardiente Tapa Roja a través de las regiones y los elementos identitarios de Colombia
- Alianzas Deportivas / Apoyo de la marca a equipos de futbol con la visibilización en las prendas deportivas y la presencia de marca física en los partidos.





# FÁBRICA DE LICORES DEL TOLIMA

NIT 890.704.763-2





**FÁBRICA DE LICORES  
DEL TOLIMA**

NIT 890.704.763-2



  
**FRANZ LEONARDO MARCELO BEDOYA RUBIO**  
Gerente General

Elaboró: Emilse Marroquín Salas/Subgerente Financiera

Carrera 2 Sur Calle 24 Barrio El Arado Ibagué, Tolima.  
E-mail: [gerencia@fabricadelicoresdeltolima.com](mailto:gerencia@fabricadelicoresdeltolima.com)  
Conmutador : (8)263 4033 [www.fabricadelicoresdeltolima.com](http://www.fabricadelicoresdeltolima.com)

