



EVALUACION DE GESTION POR DEPENDENCIAS

1. FECHA: JULIO DE 2023

2. DEPENDENCIA A EVALUAR: Fábrica de Licores del Tolima/ Subgerencia Financiera / Gestion Estrategica

3. OBJETIVOS INSTITUCIONALES RELACIONADOS CON LA DEPENDENCIA: REALIZAR LAS TRANSFERENCIAS A LA GOBERNACION DEL TOLIMA VIGENCIA 2023

4. COMPROMISOS ASOCIADOS AL CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO INSTITUCIONAL

5. MEDICIÓN DE COMPROMISOS

5.1. Meta

5.2. Resultado (%)

5.3. Análisis de Resultados

Transferencias giradas al departamento.

100%

109%

A corte de julio de 2023, la entidad ha transferido 55,789,529,492 a la Gobernacion del Tolima en el cuatrienio 2020 - 2023

6. EVALUACIÓN DE LA OFICINA DE CONTROL INTERNO A LOS COMPROMISOS DE LA DEPENDENCIA:

De acuerdo a las metas establecidas en el cuatrienio de la administración la meta a corte de julio de la entidad se ha venido cumpliendo, la creación de ofertas mercantiles, desarrollo de campañas, alianzas estratégicas, participación de eventos donde se impulse la marca, realizar convenios con bares y discotecas, continuar con las relaciones comerciales con las grandes superficies, comunicación constantes con canales de distribución y distribuidores, patrocinio de eventos promocionando los productos de la marca. El estudio e inovación de nuevos productos en desarrollo y nuevas presentaciones tales como el Aguardiente Rosado, envase PET, cerveza entre otros. Ante la constante amenaza que constituye para la entidad la entrada de nuevos licores al Departamento hace que haga énfasis en la constante recordación de la marca. De acuerdo a lo dispuesto en el Plan de acción institucional, en el cual se plantea metodología de distribución (canal de distribución tradicional, canal retail, canal moderno digital y estrategia de marketing, canal de distribuidor directo asociado, canal de sectores de turismo), esto se evidencia en las diferentes actividades realizadas por la entidad publicada en sus redes sociales principalmente instegram, facebook. Por último, estrategia de marketing planteada en su plan de acción institucional se evidencia en las acciones ejecutadas a través de mensajes estratégicos, con la finalidad de llegar a los potenciales consumidores y la contratación de personal idóneo para su desarrollo. El Plan de acción de la Fábrica de Licores del Tolima plantea varias estrategias de marketing entre las cuales está la de potenciar la marca, competitividad e innovación, distribución y venta, que en ejecución para este periodo sirvieron de base para la penetración de mercados internacionales en Países como España, Estados Unidos, Francia, República Dominicana y mercados nacionales en Departamentos como Risaralda, Amazonas, Putumayo, Quindío en otros.

7. RECOMENDACIONES DE MEJORAMIENTO DE LA OFICINA DE CONTROL INTERNO:

Las metas planteadas deberán continuar fortaleciéndose para garantizar la competitividad ante otras marcas y recomienda actualizar el Plan de Medios de la entidad.

8. EQUIPO DE APOYO:

9. RESULTADO OBTENIDO DE LA CALIFICACION:

Las transferencias se han realizado a la Gobernacion del Tolima a corte de julio de 2023 en un 109%. Es importante anotar en esta evaluación que la meta inicialmente esperada para el cuatrienio 2020- 2023 es 51.085.280.064

10. FIRMA: DIRECTORA CONTROL INTERNO