

DEPARTAMENTO DE CALDAS
INDUSTRIA LICORERA DE CALDAS

JUNTA DIRECTIVA
ACUERDO 052 DEL 28 SEPTIEMBRE DE 2018

POR EL CUAL SE MODIFICAN LOS ACUERDOS Nos. 071 DEL 15 DE DICIEMBRE DE 2017, "POR MEDIO DEL CUAL SE FIJA LA POLÍTICA DE NOTAS CRÉDITO PARA EL RECONOCIMIENTO DE FUENTE A CARGO DE LA ILC EN LOS PLANES ANUALES DE MERCADEO DE LOS COMERCIALIZADORES" Y 072 DEL 15 DE DICIEMBRE DE 2017, "POR MEDIO DEL CUAL SE ESTABLECEN LAS POLÍTICAS DE MERCADEO DE LA INDUSTRIA LICORERA DE CALDAS PARA PROMOCIÓN, PUBLICIDAD Y MERCADEO DEL PORTAFOLIO DE LOS PRODUCTOS DE LA ILC"

La Junta Directiva de la Industria Licorera de Caldas, en ejercicio de las facultades conferidas por la ley, especialmente por los artículos 276 y 282, del Decreto 1222 de 1986 y por el numeral 2 del artículo 21 de la Ordenanza 742 de 2014, expedida por la Asamblea Departamental, y,

CONSIDERANDO

Que Mediante el Acuerdo No. 071 del 15 de diciembre de 2017 la Junta Directiva de la Industria Licorera de Caldas, fijó Política de notas crédito para el reconocimiento de fuente a cargo de la Industria Licorera de Caldas, en los Planes anuales de Mercadeo de los comercializadores, determinando en su artículo segundo: "El procedimiento para la ejecución de la política de NOTAS CRÉDITOS aplicables a la fuente a cargo de la ILC en los Planes Anuales de Mercadeo de los comercializadores es el siguiente:

...

2. Proyecto de Plan de Mercadeo por Departamento o Zona: La Gerencia de Mercadeo y Ventas proyecta los Planes de Mercadeo según las necesidades de cada región del país en coordinación con el comercializador.

Se fijará un objetivo de compras periódicas teniendo como base la cuota contractual determinada para el respectivo período anual o fracción de año, y de ejecución del plan de mercadeo, que según su cumplimiento dará lugar al reconocimiento de la inversión en descuentos vía nota crédito en forma periódica.

Para este presupuesto se tendrá una política de inversión global, **donde en licor promocional es máximo el 7%; para la inversión del comercializador es como mínimo lo que estipula el contrato;** y para el recurso de la Licorera este debe tener un mínimo del 6% y un máximo del 12%, con excepción de aquellos mercados donde sea necesario aperturar, reconquistar o que tengan una situación particular. Para la aplicación de la excepción planteada se requiere el análisis y recomendación de la Gerencia Financiera y Administrativa y de la Gerencia de Mercadeo y Ventas." (resaltado extra texto).

Que el Acuerdo No. 072 del 15 de diciembre de 2017, "por medio del cual se establecen las políticas de mercadeo de la Industria Licorera de Caldas para promoción, publicidad y mercadeo del portafolio de los productos de la ILC." En su ARTÍCULO TERCERO: El Plan Anual de Mercadeo de la Industria Licorera de Caldas integrará las diferentes fuentes de inversión, que serán acordes a las necesidades de cada mercado. Determinó: "Son fuentes de inversión las siguientes:

1. RECURSOS LICORERA: Los generados en la venta de producto de la ILC, de acuerdo a los recursos que se autoricen por parte de la Industria Licorera de Caldas al Distribuidor de cada región.

30

DEPARTAMENTO DE CALDAS
INDUSTRIA LICORERA DE CALDAS

JUNTA DIRECTIVA
ACUERDO 052 DEL 28 SEPTIEMBRE DE 2018

POR EL CUAL SE MODIFICAN LOS ACUERDOS Nos. 071 DEL 15 DE DICIEMBRE DE 2017, "POR MEDIO DEL CUAL SE FIJA LA POLÍTICA DE NOTAS CRÉDITO PARA EL RECONOCIMIENTO DE FUENTE A CARGO DE LA ILC EN LOS PLANES ANUALES DE MERCADEO DE LOS COMERCIALIZADORES" Y 072 DEL 15 DE DICIEMBRE DE 2017, "POR MEDIO DEL CUAL SE ESTABLECEN LAS POLÍTICAS DE MERCADEO DE LA INDUSTRIA LICORERA DE CALDAS PARA PROMOCIÓN, PUBLICIDAD Y MERCADEO DEL PORTAFOLIO DE LOS PRODUCTOS DE LA ILC"

2. Las generadas con los recursos del licor de promoción.

3. RECURSOS COMERCIALIZADOR: Los que se obliga a ejecutar al distribuidor, de acuerdo con lo pactado en el contrato de compraventa." (Resaltado fuera del texto)
Que para responder de manera efectiva al nuevo entorno competitivo que enfrenta el mercado de licores en el país, en el cual cada vez se requieren mayores y ágiles recursos para invertir en acciones promocionales y publicitarias para lograr la preferencia por parte de los consumidores, quienes día a día tienen más opciones de licores para elegir.

Que después de la entrada en vigencia de la Ley de Licores 1816 de 2016, el mercado se tornó mucho más competitivo, especialmente por las grandes inversiones en mercadeo realizadas por multinacionales para incrementar sus ventas de Whiskys de bajo precio, que ya compiten directamente con los rones nacionales.

Que es necesario considerar la situación específica de cada mercado en cuanto a las acciones de la competencia, la participación en los diferentes canales de comercialización, la fase en la que se encuentra el mercado (introducción o madurez), niveles de inventario, situación socioeconómica y otras variables que afectan directa o indirectamente el proceso de comercialización de los licores de la ILC.

Que los licores pertenecen a una categoría en la cual se requiere grandes inversiones en las labores de promoción e impulso, por lo cual la ILC y sus aliados estratégicos los comercializadores, deben estar alineados para responder de manera ágil, oportuna y significativa a los retos que implica ganar la preferencia de los consumidores que cada vez tienen mayores posibilidades de elegir entre los diversos portafolios nacionales e importados.

Que con base en los puntos anteriores se solicita a los señores miembros de la Junta Directiva, autorización al Gerente General, al Gerente de Mercadeo y Ventas y la Gerente Financiera y Administrativa, para que de acuerdo con el análisis de las condiciones particulares de cada mercado nacional se pueda sustituir total o parcialmente la fuente de inversión derivada del porcentaje de licor promocional, cambiándola por su equivalente en recursos provenientes de la ILC y/o recursos del comercializador, en coordinación con éste, para el logro de los objetivos de ventas y participación de mercado con rentabilidad para las partes., para lo cual se plantea la inclusión de un párrafo en el numeral 2 del artículo segundo del Acuerdo 071 del 15 de diciembre de 2017 y en el artículo tercero del Acuerdo 072 de 2017

Que la autorización otorgada mediante el presente Acuerdo, queda condicionada al incremento en el valor total del plan de mercadeo de cada zona región o departamento, caso en el cual se deberá presentar previamente para aprobación de la Junta Directiva,

Por lo expuesto,

**DEPARTAMENTO DE CALDAS
INDUSTRIA LICORERA DE CALDAS**

**JUNTA DIRECTIVA
ACUERDO 052 DEL 28 SEPTIEMBRE DE 2018**

POR EL CUAL SE MODIFICAN LOS ACUERDOS Nos. 071 DEL 15 DE DICIEMBRE DE 2017, "POR MEDIO DEL CUAL SE FIJA LA POLÍTICA DE NOTAS CRÉDITO PARA EL RECONOCIMIENTO DE FUENTE A CARGO DE LA ILC EN LOS PLANES ANUALES DE MERCADEO DE LOS COMERCIALIZADORES" Y 072 DEL 15 DE DICIEMBRE DE 2017, "POR MEDIO DEL CUAL SE ESTABLECEN LAS POLÍTICAS DE MERCADEO DE LA INDUSTRIA LICORERA DE CALDAS PARA PROMOCIÓN, PUBLICIDAD Y MERCADEO DEL PORTAFOLIO DE LOS PRODUCTOS DE LA ILC"

ACUERDA

ARTÍCULO PRIMERO: Adicionar en el Acuerdo No. 71 del 15 de diciembre de 2017, "POR MEDIO DEL CUAL SE FIJA LA POLÍTICA DE NOTAS CRÉDITO PARA EL RECONOCIMIENTO DE FUENTE A CARGO DE LA ILC EN LOS PLANES ANUALES DE MERCADEO DE LOS COMERCIALIZADORES", el siguiente párrafo en el artículo segundo en los siguientes términos: "El procedimiento para la ejecución de la política de NOTAS CRÉDITOS aplicables a la fuente a cargo de la ILC en los Planes Anuales de Mercadeo de los comercializadores es el siguiente:

...

2. Proyecto de Plan de Mercadeo por Departamento o Zona: La Gerencia de Mercadeo y Ventas proyecta los Planes de Mercadeo según las necesidades de cada región del país en coordinación con el comercializador.

Se fijará un objetivo de compras periódicas teniendo como base la cuota contractual determinada para el respectivo período anual o fracción de año, y de ejecución del plan de mercadeo, que según su cumplimiento dará lugar al reconocimiento de la inversión en descuentos vía nota crédito en forma periódica.

Para este presupuesto se tendrá una política de inversión global, donde en licor promocional es máximo el 7%; para la inversión del comercializador es como mínimo lo que estipula el contrato; y para el recurso de la Licorera este debe tener un mínimo del 6% y un máximo del 12%, con excepción de aquellos mercados donde sea necesario aperturar, reconquistar o que tengan una situación particular. Para la aplicación de la excepción planteada se requiere el análisis y recomendación de la Gerencia Financiera y Administrativa y de la Gerencia de Mercadeo y Ventas. "

- **PARÁGRAFO:** La Gerencia de Mercadeo y Ventas, con la debida viabilidad por parte de la Gerencia Financiera y Administrativa, efectuará un análisis de la situación particular de cada mercado, el cual será presentado a la Gerencia General, quien podrá autorizar modificar parcial o totalmente la fuente de inversión correspondiente al porcentaje de licor promocional, cambiándola por su equivalente en recursos propios de la ILC y/o recursos del comercializador, siempre y cuando la modificación del valor de las tres (3) fuentes de inversión con las cuales se financia el Plan de Mercadeo de cada zona, región o departamento, no incremente el monto total del respectivo plan. Lo anterior teniendo en cuenta que el porcentaje del licor promocional es máximo del 7%, y que en caso de que se disminuya o se modifique total o parcialmente este concepto, se deberán compensar las demás fuentes (recursos de la Licorera y/o recursos del comercializador) proporcionalmente, en lo que cada una de dichas partes, aporta para la fuente licor

**DEPARTAMENTO DE CALDAS
INDUSTRIA LICORERA DE CALDAS**

**JUNTA DIRECTIVA
ACUERDO 052 DEL 28 SEPTIEMBRE DE 2018**

POR EL CUAL SE MODIFICAN LOS ACUERDOS Nos. 071 DEL 15 DE DICIEMBRE DE 2017, “POR MEDIO DEL CUAL SE FIJA LA POLÍTICA DE NOTAS CRÉDITO PARA EL RECONOCIMIENTO DE FUENTE A CARGO DE LA ILC EN LOS PLANES ANUALES DE MERCADEO DE LOS COMERCIALIZADORES” Y 072 DEL 15 DE DICIEMBRE DE 2017, “POR MEDIO DEL CUAL SE ESTABLECEN LAS POLÍTICAS DE MERCADEO DE LA INDUSTRIA LICORERA DE CALDAS PARA PROMOCIÓN, PUBLICIDAD Y MERCADEO DEL PORTAFOLIO DE LOS PRODUCTOS DE LA ILC”

promocional, la cual se disminuye o desaparece sin incrementarr el valor total del respectivo Plan de Mercadeo.

En caso que con la modificación del valor de las tres (3) fuentes de inversión, con las cuales se financia el Plan de Mercadeo de cada zona, región o departamento, se incremente el monto total del respectivo plan de mercadeo, superando el 12% de inversión a cargo de la ILC, deberá ser presentado para análisis y aprobación de la Junta Directiva, con el correspondiente soporte de la situación particular de cada mercado por parte de la Gerencia de Mercadeo y Ventas y con la debida viabilidad por parte de la Gerencia Financiera y Administrativa.

ARTÍCULO SEGUNDO: Adicionar el Acuerdo No. 072 DEL 15 DE DICIEMBRE DE 2017, “POR MEDIO DEL CUAL SE ESTABLECEN LAS POLÍTICAS DE MERCADEO DE LA INDUSTRIA LICORERA DE CALDAS PARA PROMOCIÓN, PUBLICIDAD Y MERCADEO DEL PORTAFOLIO DE LOS PRODUCTOS DE LA ILC” en un párrafo del Artículo Tercero, el cual quedará así:

ARTÍCULO TERCERO: El Plan Anual de Mercadeo de la Industria Licorera de Caldas integrará las diferentes fuentes de inversión, que serán acordes a las necesidades de cada mercado.

Son fuentes de inversión las siguientes:

1. **RECURSOS LICORERA:** Las generadas en la venta de producto de la ILC, de acuerdo a los recursos que se autoricen por parte de la Industria Licorera de Caldas al Distribuidor de cada región.
2. Las generadas con los recursos del licor de promoción.
3. **RECURSOS COMERCIALIZADOR:** Los que se obliga a ejecutar al distribuidor, de acuerdo con lo pactado en el contrato de compraventa.

PARAGRAFO PRIMERO: El origen y los montos de las fuentes de inversión estarán acordes a las condiciones plasmadas en los respectivos contratos de compra-venta con entregas periódicas, ventas directas y/o a las políticas fijadas por la Junta Directiva de la ILC.

PARAGRAFO SEGUNDO: La Gerencia de Mercadeo y Ventas, con la debida viabilidad por parte de la Gerencia Financiera y Administrativa, efectuará un análisis de la situación particular de cada mercado, el cual será presentado a la Gerencia General, quien podrá autorizar modificar parcial o totalmente la fuente de inversión correspondiente al porcentaje de licor promocional, cambiándola por su equivalente en recursos propios de la ILC y/o recursos del comercializador, siempre y cuando la modificación del valor de las tres (3) fuentes de inversión con las cuales se financia el Plan de Mercadeo de cada zona, región o departamento, no incremente el monto total del respectivo plan. Lo anterior teniendo en cuenta que el porcentaje del licor promocional es máximo del 7%, y

DEPARTAMENTO DE CALDAS
INDUSTRIA LICORERA DE CALDAS

JUNTA DIRECTIVA
ACUERDO 052 DEL 28 SEPTIEMBRE DE 2018

POR EL CUAL SE MODIFICAN LOS ACUERDOS Nos. 071 DEL 15 DE DICIEMBRE DE 2017, "POR MEDIO DEL CUAL SE FIJA LA POLÍTICA DE NOTAS CRÉDITO PARA EL RECONOCIMIENTO DE FUENTE A CARGO DE LA ILC EN LOS PLANES ANUALES DE MERCADEO DE LOS COMERCIALIZADORES" Y 072 DEL 15 DE DICIEMBRE DE 2017, "POR MEDIO DEL CUAL SE ESTABLECEN LAS POLÍTICAS DE MERCADEO DE LA INDUSTRIA LICORERA DE CALDAS PARA PROMOCIÓN, PUBLICIDAD Y MERCADEO DEL PORTAFOLIO DE LOS PRODUCTOS DE LA ILC"

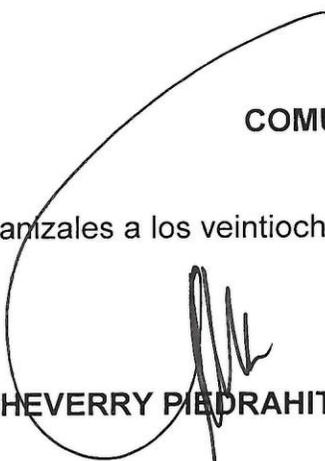
que en caso de que se disminuya o se modifique total o parcialmente este concepto, se deberán compensar las demás fuentes (recursos de la Licorera y/o recursos del comercializador) proporcionalmente, en lo que cada una de dichas partes aporta para la fuente licor promocional, la cual se disminuye o desaparece sin incrementar el valor total del respectivo Plan de Mercadeo.

En caso que con la modificación del valor de las tres (3) fuentes de inversión, con las cuales se financia el Plan de Mercadeo de cada zona, región o departamento, se incremente el monto total del respectivo plan de mercadeo, superando el 12% de inversión a cargo de la ILC, deberá ser presentado para análisis y aprobación de la Junta Directiva, con el correspondiente soporte de la situación particular de cada mercado por parte de la Gerencia de Mercadeo y Ventas y con la debida viabilidad por parte de la Gerencia Financiera y Administrativa.

ARTÍCULO TERCERO: El presente acuerdo rige a partir de su expedición.

COMUNÍQUESE Y CUMPLASE.

Dado en Manizales a los veintiocho (28) días del mes de septiembre de 2018.


GUIDO ECHEVERRY PIEDRAHITA
Presidente


SILVIA MARCELA VASQUEZ SEPÚLVEDA
Secretaria

Revisó: Mauricio Vélez Maldonado
Gerente de Mercadeo y Ventas
Martha Liliana Torres Martínez
Gerente de Mercadeo y Ventas

Aprobó: Luis Roberto Rivas Montoya
Gerente General