



INFORME DE GESTIÓN
Consolidado a Diciembre 31 de 2014

JORGE IVÁN OROZCO HOYOS
Gerente General
Industria Licorera de Caldas

Manizales, Enero 31 de 2015

Junta Directiva

Julián Gutiérrez Botero
Presidente

Sohe Muñoz Orozco
Secretaria de Hacienda

Guillermo Arango Gutiérrez
Consejero Principal

Néstor Buitrago Trujillo
Consejero Principal

Gabriel Hernán Ocampo Mejía
Consejero Principal

José Fernando Salazar Echeverri
Consejero Principal

Gerentes

Jorge Iván Orozco Hoyos
Gerente General

Ángela María Ríos Quintero
Gerente Administrativa

Jhon Mario Escobar Cardona
Gerente Financiero

Andrés Elías Borrero Manrique
Gerente de Mercadeo

Juan Carlos Arias Escobar
Gerente Comercial (E)

Ramiro González Restrepo
Gerente Técnico

INFORME DE GESTIÓN

Consolidado a Diciembre 31 de 2014

Tabla de Contenido

1. ¿QUÉ ES LA INDUSTRIA LICORERA DE CALDAS?
2. MARCO INSTITUCIONAL
 - Misión
 - Visión
 - Objetivo General
 - Objetivos Específicos
 - Decálogo de Valores
 - Principios Corporativos
 - Valores
 - Política Integrada de Gestión
3. PLAN ESTRATÉGICO 2012-2015
4. DESARROLLO DE LA PRESENTACIÓN DEL INFORME
 - 4.1. GERENCIA GENERAL
 - 4.2. GERENCIA ADMINISTRATIVA
 - 4.3. GERENCIA DE MERCADEO
 - 4.4. GERENCIA COMERCIAL
 - 4.5. GERENCIA TÉCNICA
 - 4.6. GERENCIA FINANCIERA

...” *Jamás me gustan las cosas por debajo de la mesa, no tengo secretos. Si alguien me viene a decir alguna cosa, primero evalúo porque me la está contando; segundo, le pregunto si es bueno o malo lo que me va a contar, y tercero, si no le consta, que ni me lo cuente. Los chismes no me gustan, soy un hombre de puertas abiertas a la comunicación, factor primordial de éxito en cualquier organización y como auditor que he sido, jamás creo, primero verifico.*

De la mano de todos está sacar esta empresa adelante, este no es un asunto sólo del Gobernador, de la Junta, los Diputados, de los Senadores, es de todos nosotros, que somos capaces de seguir haciendo las cosas bien. Por eso asumí este reto, vamos a tomar las decisiones que tengamos que tomar de hoy en adelante.

Este es un momento histórico y le vamos a demostrar a la junta directiva del Departamento (la Asamblea), a la junta directiva de la empresa y a la clase dirigente caldense, que esta empresa es capaz, que puede salir adelante produciendo y vendiendo”.

Bar Abierto No. 7 del 1 al 15 de agosto 2014

Pie de foto: Julián Gutiérrez Botero, gobernador de Caldas y Jorge Iván Orozco Hoyos, nuevo gerente de la Industria Licorera de Caldas





*Que todos rememos para el mismo lado" es la invitación reiterada a los trabajadores de la empresa... Proyectos como: el Plan de Retiro Voluntario, rescatar el Sistema Integrado de Gestión, normalizar la producción haciendo todos los esfuerzos para garantizar los insumos y la materia prima, adecuar y mejorar la producción de la planta de envasados y aclarar algunos puntos con los distribuidores..Se valora la importancia de un diálogo interno, por eso se mantendrá el empeño de la Gerencia en comunicar los avances y entregar la información de primera mano. En la empresa el ser humano es lo fundamental, razón por la cual trabajaremos fuerte en su bienestar y en todo aquello que los empleados consideren necesario. Es fundamental que desde el alma y el corazón salga, se sienta y se viva la consigna **"Vender, vender y vender"**, pues de esta manera se cumplirá la gran misión que se tiene de generar más recursos para la salud y la educación de un millón de caldenses" Bar Abierto No.8 del 16 al 31 de agosto 2014*



Gerente General de la ILC, designado como presidente de ACIL. A partir del primero de octubre, comenzará a ejercer por rotación, la presidencia nacional de la Asociación Colombiana de Empresas Licoreras ACIL, el Gerente General, Jorge Iván Orozco Hoyos. El reto para el directivo, es fortalecer y consolidar las relaciones institucionales con el Gobierno Nacional, para mayor equidad con el sector en la Reforma Tributaria, especialmente en el aspecto del IVA no descontable, medida que ha perjudicado enormemente a las industrias licoreras, así como lo ha hecho el Impuesto sobre la Renta para la Equidad (CREE). El frente común debe estar conformado por las licoreras, departamentos y distribuidores, en el que la equidad de impuestos sea extendido también a otros licores, entre ellos la cerveza. Orozco Hoyos reiteró el compromiso, trabajo, estudio y esfuerzo ejercido en la defensa por la ILC, de todo aquello que pueda eliminar la Compañía y el monopolio rentístico. "Nuestra visión se centra en la viabilidad financiera y económica de la empresa más emblemática de Caldas, que tiene como prioridad recobrar la memoria para crecer, vender, vender y vender", Bar Abierto No.11 del 1 al 15 de octubre



concluyó.
2014





Feria de Montebalán





Carta del Gerente General para los Caldenses

En estos cinco meses que he estado a cargo de la Gerencia General de la ILC quiero dar los agradecimientos a todo el equipo de trabajo porque la verdad es que cumplimos metas, he contado con el apoyo, trabajo y compromiso.

Jorge Iván Orozco Hoyos
Gerente General



Como hecho posterior
Jueves, Enero 29, 2015

LA PATRIA | MANIZALES

La Licorera de Caldas comenzó a recuperarse de los malos resultados que se obtuvieron en el 2013.

Después de la reunión de Junta Directiva, que concluyó anoche hacia las 7:30 p.m, el gerente de la ILC, Jorge Iván Orozco, confirmó que las utilidades, aún sin auditar, estarían entre \$2 mil 700 millones y \$2 mil 800 millones, lo que permitirá unas transferencias al departamento de unos \$2 mil 200 millones.

Los resultados son mejores si se tiene en cuenta que finalmente durante el 2013 las pérdidas alcanzaron los \$4 mil 83 millones, resultado negativo que no se registraba en la última década.

En lo que sí mantuvo sus cifras negativas la empresa fue en la venta de licor. Si bien en las ventas totales, incluyendo maquilas o aguardientes que les producen a otros departamentos, la ILC vendió 18 millones 431 mil botellas de 750 mililitros, en marcas propias, incluyendo Aguardiente Cristal y Ron Viejo de Caldas, las ventas fueron solo de unos 15 millones, contra las 16 millones 434 mil botellas de 750 mililitros que se comercializaron en el 2013.

El gerente confirmó que aún no hay acuerdos con Risaralda y reconoció que por el momento se mantendrá paralizada la planta de destilación



1. ¿Qué es la Industria Licorera de Caldas ?

Según la Ordenanza No.742 del 21 de agosto de 2014, la Industria Licorera de Caldas, es una empresa industrial y comercial del Estado, del sector descentralizado que desarrolla actividades de naturaleza industrial y comercial. También, realiza acciones de gestión económica, conforme al derecho privado del orden departamental, dotada de personería jurídica, autonomía administrativa, financiera y capital independiente, vinculada a la Secretaria de Hacienda del departamento de Caldas.

Para todos los efectos legales, la empresa podrá utilizar la sigla ILC.

Órganos de Dirección y Administración

La dirección y administración de la Industria Licorera de Caldas, estará a cargo de una Junta Directiva, máxima autoridad de la empresa y administrada por un Gerente General, quien es su representante legal. Acorde con el artículo 7º de la Ordenanza 742 de 2014.

Integración de la Junta Directiva

Según el artículo 8º de la ordenanza 742 de 2014, este órgano de dirección lo conforman:

- El Gobernador del Departamento o su delegado, quien la preside.
- El Secretario de Hacienda Departamental.
- Cuatro (4) representantes, con sus respectivos suplentes personales, designados directamente por el Gobernador.

Calidad de los miembros

Tal y como lo establece el artículo 10 de la ordenanza precitada.

Los miembros de la Junta Directiva, aunque ejercen funciones públicas, por ese solo hecho no adquieren la calidad de empleados públicos; su responsabilidad, lo mismo que sus incompatibilidades, inhabilidades, conflicto de intereses y prohibiciones, se regirán por las disposiciones aplicables a los establecimientos públicos.

Actuaciones de los miembros

Todos los miembros de la Junta Directiva deberán obrar consultando las políticas y el interés de la Industria Licorera de Caldas. (Artículo 11 Ordenanza 742 de 2014)

Presidencia de la Junta Directiva

La Presidencia de la Junta Directiva corresponde al Gobernador. En su ausencia la asumirá el Secretario de Hacienda del Departamento. (Artículo 12 Ordenanza 742 de 2014)

Periodicidad de las reuniones

La Junta Directiva se reunirá ordinariamente una (1) vez al mes y extraordinariamente cuando sea convocado por su Presidente o por el Gerente General de la Industria Licorera de Caldas. La convocatoria a sesiones deberá hacerse mediante citación a cada uno de los miembros de la Junta Directiva, a la dirección física o electrónica que ellos hayan registrado para tal fin. (Artículo 14 Ordenanza 742 de 2014)

Decisiones de la junta directiva

Las decisiones de la Junta Directiva se denominarán acuerdos, éstos y las actas de las sesiones de la misma se suscribirán por el Presidente y el Secretario, se numerarán en orden sucesivo, por anualidades, con indicación del día, mes y año en que se expidan, estarán bajo la custodia del Secretario de la Junta Directiva. (Artículo 19 Ordenanza 742 de 2014)

2. Marco Institucional

El marco institucional está sustentado en las resoluciones 1168 del 28 de diciembre de 2012 por medio de la cual se adopta el Plan Estratégico para la Industria Licorera de Caldas ILC 2012 – 2015 y la resolución No.0058 del 31 de enero de 2014 por medio de la cual se adiciona el Plan Estratégico para la Industria Licorera de Caldas 2012 -2015

Misión

Generar recursos para el bienestar de los habitantes del Departamento de Caldas, a través de la producción y comercialización de licores, alcoholes y otros productos de reconocida calidad, consumidos en Colombia y el mundo.

Visión

En el 2015 la ILC será una empresa modernizada integralmente, con estrategias que impacten, corrijan problemas coyunturales y permitan asumir de manera eficiente los retos estructurales, garantizando sostenibilidad.

Objetivo General (Artículo 4 Ordenanza 742 de 2014)

La Industria Licorera de Caldas, tiene por objeto la producción, introducción, venta y comercialización de alcoholes y de licores sujetos al monopolio departamental, así como la de todos los productos y subproductos que elabore en cumplimiento de su actividad; Además, podrá importar o distribuir cualquier clase de licores destilados o no destilados y productos alimenticios tales como: cerveza, whisky, vodka, cremas de whisky, alcopops, aperitivos, vinos, jugos naturales, bebidas refrescantes y bebidas espirituosas.

Igualmente, podrá importar y vender licores nacionales, extranjeros y dedicarse a la transformación, comercialización o distribución de otros productos similares, afines o complementarios, de envasado y comercialización de agua natural, agua con gas y agua saborizada, entre otros.

Mediante la explotación económica del monopolio de arbitrio rentístico de que es titular el Departamento de Caldas, consagrado en el artículo 336 de la Constitución Política y las normas pertinentes que lo regulan y desarrollan, se obtienen rentas para ser trasladadas al Tesoro General del Departamento de Caldas, en los porcentajes que se indiquen, destinadas preferencialmente a los servicios de salud y educación.

Objetivos Específicos:

1. Fabricar, producir, introducir, distribuir, vender alcoholes, sus derivados y licores destilados sujetos al monopolio Departamental, lo mismo que cualquier otro producto o subproducto relacionado con el mismo, así como toda clase de bebidas destiladas o fermentadas, espirituosas, esencias y demás componentes y subproductos de los licores y perfumes.

2. Transformar, comercializar o distribuir otros productos similares, afines o complementarios a los de su objeto social, envasar y comercializar agua natural, con gas y saborizada.
3. Adquirir dentro o fuera del Departamento o en el extranjero materias primas, licores y demás especies relacionadas con el monopolio de producción de licores, mediante compra o intercambio de sus productos por aquellos.
4. Distribuir, vender y comercializar sus productos y cualquier otro producto o subproductos relacionados, en el país y en el exterior.
5. Adecuar, mejorar, adquirir, instalar o trasladar las plantas que permitan la producción de alcohol etílico y de licores, para el desarrollo de sus actividades.
6. Suscribir acciones en sociedades que persigan fines iguales o semejantes y crear, constituir y/o formar parte en sociedades que tengan objetos similares, afines o complementarios.
7. Celebrar toda clase de contratos o negocios que se relacionen con la finalidad y actividades de la empresa.
8. Desarrollar otras actividades económicas que satisfagan su propia demanda de materias primas o insumos, y propender por el desarrollo de empresas y micro-empresas, que puedan proporcionarle materiales y servicios necesarios para el logro de sus objetivos.
9. Adquirir, enajenar, arrendar, pignorar o dar en garantía bienes inmuebles, de acuerdo con el reglamento general que adopte la Junta Directiva conforme a la ley y a las normas legales vigentes.
10. Tomar dinero en préstamo, con o sin garantía de los bienes de la Empresa. Girar, endosar, aceptar, protestar, cancelar, pagar y recibir cheques, letras de cambio, pagarés o cualquiera otra clase de instrumentos negociables, y en general celebrar el contrato comercial de cambio en todas sus manifestaciones, así como negocios de toda clase con entidades bancarias o de crédito.
11. Celebrar y ejecutar toda clase de actos y contratos conducentes al funcionamiento de sus fábricas e instalaciones, como los necesarios para el desarrollo de su objeto, de conformidad con la Ley.
12. Organizar con criterio comercial la fabricación, la distribución y la venta de todos sus productos, con sujeción a las disposiciones legales vigentes.

13. Suscribir acciones, hacer aportes sociales o vincularse en cualquier forma a sociedades que persigan objetos iguales, semejantes o complementarios, que produzcan y/o comercialicen elementos indispensables para la fabricación de alcoholes y/o licores o tengan relación directa con la producción de alcoholes y/o licores de la Empresa o su comercialización o venta.
14. Incluir dentro de los procesos de planeación de la empresa la investigación para el desarrollo de nuevos productos y procedimientos, para la venta de nuevas tecnologías en licores y otros productos.
15. Formar parte o integrar asociaciones o fundaciones que velen por la conservación del medio ambiente en el área de influencia.
16. Ejercer todas aquellas actividades y realizar todas aquellas labores convenientes para la buena marcha de la Empresa, o que por ley estén o le sean asignadas dentro de su especialización industrial , comercial y las que surjan de su objeto.

Decálogo de valores

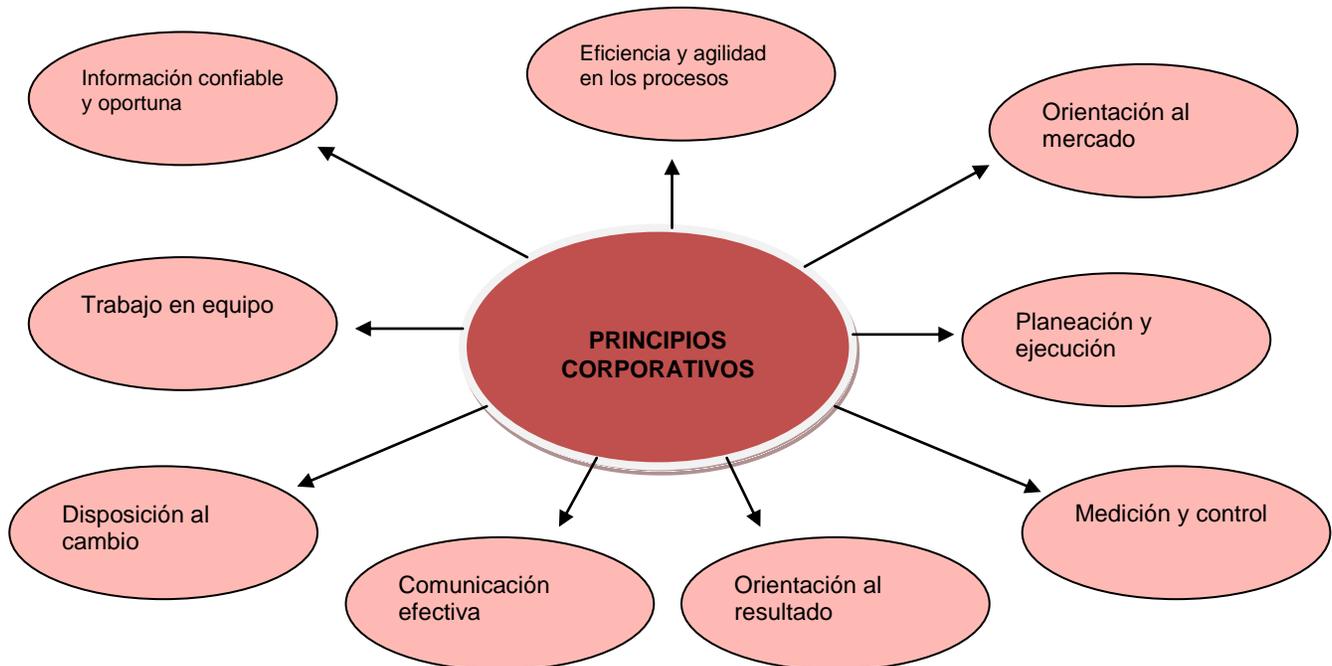
Se constituye como el marco de referencia de todo funcionario que preste sus servicios bajo cualquier modalidad de vínculo laboral, en la Industria Licorera de Caldas, adoptando unos valores, prácticas y acciones éticas que deba observar.

El decálogo de valores en la ILC, es un imperativo y un mandato constitucional para los servidores públicos; en consecuencia, están obligados a cumplir estrictamente los principios, valores del orden constitucional y a servirse de ellos como guía rectora de su conducta, toda vez que el comportamiento de los funcionarios sea la base en la que se fundamenta la confianza de un Gobierno, los ciudadanos esperan que a través de sus funcionarios, el Estado satisfaga sus necesidades.

El reconocimiento y formalización de unos principios y directrices, expresados en el documento de ética de la Industria Licorera de Caldas, fomentará una cultura de probidad, para la realización de una gestión eficiente, eficaz, efectiva y con calidad.

El decálogo de valores de la ILC, fue adoptado mediante resolución No. 01013 del 7 de octubre de 2011.

Adicionalmente se han formulado los siguientes principios corporativos:



Valores

Se entiende por valores aquellas formas de ser y de actuar de las personas, que son altamente deseables como atributos o cualidades nuestras y de los demás, por cuanto posibilitan la construcción de una convivencia gratificante en el marco de la dignidad humana. Los valores éticos establecidos como guía para actuar en la Industria Licorera de Caldas son:

- Honestidad.
- Transparencia.
- Confianza.
- Respeto.
- Compromiso.
- Actitud de servicio.
- Pertenencia.

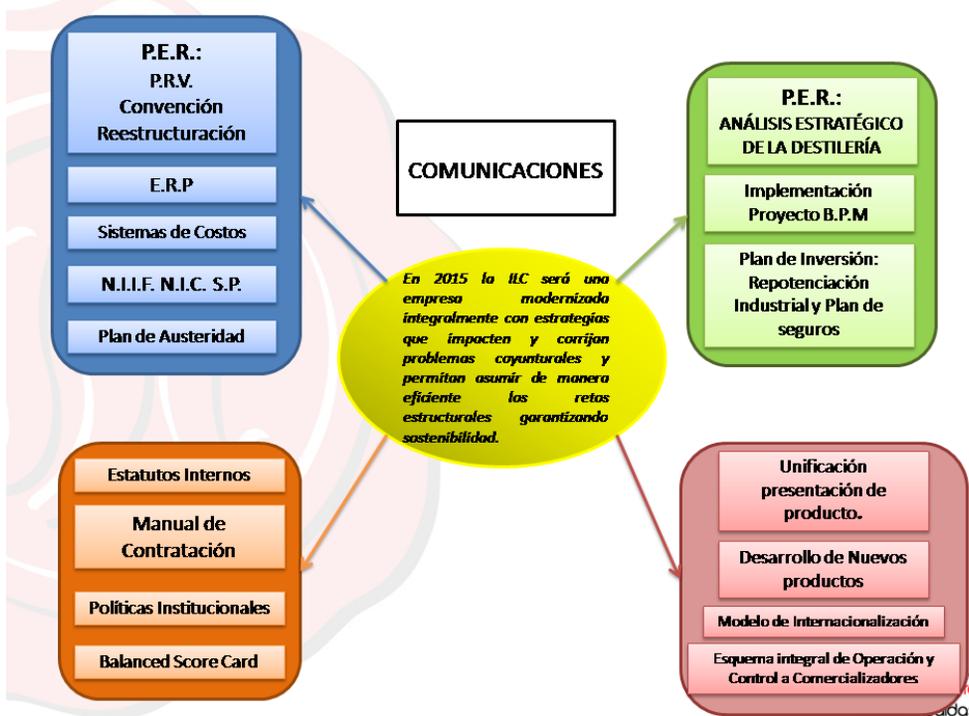
● Responsabilidad.

Todos estos valores y principios van dirigidos a la generación de confianza en la comunidad, propiciando una cultura de eficiencia en el manejo de los recursos públicos.

Política Integrada de Gestión

En la ILC estamos comprometidos con la satisfacción de nuestros clientes, con productos de excelente calidad a través de un comercio legítimo, manteniendo condiciones de seguridad física e industrial e implementando programas orientados a la salud de empleados y partes interesadas, mitigando los impactos ambientales significativos, como factor fundamental en todas las actividades, cumpliendo con la normatividad vigente, realizando una adecuada gestión del riesgo y enfocados hacia el mejoramiento continuo, para alcanzar nuestra razón de ser: generar recursos para el bienestar y progreso de los ciudadanos del departamento de caldas.

3. Plan Estratégico 2012 – 2015



P.E.R: Plan Estratégico de Reestructuración

P.R.V: Plan de Retiro Voluntario

E.R.P: Enterprise Resource Planning. Sistema de planeación de recursos empresariales.

N.I.I.F: Norma Internacional de Información Financiera

N.I.C. S.P. Norma Internacional de Contabilidad en el Sector Público

Objetivo general

El plan estratégico empresarial de la Industria Licorera de Caldas, direcciona la organización de acuerdo con su misión, visión, política, objetivos estratégicos de calidad, entre otros, de manera eficiente y eficaz, lo que conlleva a que el plan sea flexible permitiendo las modificaciones necesarias.

Objetivos específicos

- Incrementar ingresos operacionales.
- Disminuir costos y gastos.
- Fomentar la innovación.
- Incrementar el portafolio de productos de la ILC.
- Optimizar la utilización de la capacidad instalada.
- Modernizar tecnológicamente los procesos productivos.
- Posicionar las marcas y los productos en los mercados nacionales e internacionales.
- Apertura de mercados internacionales.
- Fortalecer los canales de comunicación internos y externos.
- Supervisar y controlar el proceso de distribución.
- Promover la cultura y el servicio al cliente.
- Seleccionar, incorporar y mantener personal idóneo.
- Fortalecer las competencias del talento humano.
- Desarrollar estrategias de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

4. Desarrollo del Informe

4.1. Gerencia General

Los logros más significativos en estos 5 meses de Administración, bajo el liderazgo de Jorge Iván Orozco Hoyos, Gerente General de la Industria Licorera de Caldas son los siguientes:

- Actualización del Estatuto General de la empresa, lo cual nos da un régimen privado de contratación y con ello más dinamismo y competitividad dentro del sector de licores.
- Haber recuperado la imagen de la empresa, mostrándola grande, fuerte, poderosa y viable como es, en la medida que sus costos administrativos se sigan ajustando.
- Se ha fortalecido tanto los canales como el flujo de información para los públicos internos y externos.
- Se destaca la visibilidad de la información publicada y enviada a los medios semanalmente.
- El contacto directo del gerente general, con los periodistas fue determinante para aclarar inquietudes y desmentir paradigmas que atentaban contra la imagen y la reputación de la empresa más importante que tiene en la actualidad esta factoría.
- Confianza para el sector bancario.
- Presentar el Plan de Retiro Voluntario a más de 80 trabajadores.
- Cumplir con ventas a 18.431.000 botellas, reducidas a 750 centímetros cúbicos.



- Generar transferencias por Ordenanza 660 a la cultura y el deporte, superiores a 2.600 millones de pesos.
- Pasar de una pérdida neta en el 2013 de \$4.050 millones de pesos, a una utilidad neta en su estado de resultados de 2014, superior a los \$2.500 millones de pesos.
- Lograr a través del dialogo, con los tres sindicatos de la empresa, el cumplimiento de metas en ventas y utilidades que hace 5 meses se veía inalcanzable.
- Abrir nuevos mercados y acercamientos comerciales con departamentos de la Costa Atlántica, que se tenían cerrados hace varios años.

La visión de la actual administración se direcciona a la venta de más de 20 millones botellas para lo cual, se emprenderá un fuerte proceso de internacionalización de la marca Ron Viejo de Caldas y la reconquista de nuevos mercados en países como: Estados Unidos, Ecuador, Panamá, España y Rusia.

Dentro de los retos más importantes para la Gerencia General se encuentra: la Implementación del plan estratégico de comunicaciones, la culminación del plan de retiro voluntario, fortalecer los medios actuales de información internos y externos, se proyecta auditoría financiera, infraestructura, evaluación de inventarios y valoración de activos y las NIIF Normas Internacionales de Información Financiera, la recertificación del Sistema Integrado de Gestión, entre otros.

Con respecto a la comunicación y la información, como procesos dinamizadores del cambio, son sistemas que por su transversalidad en las organizaciones, se constituyen en mecanismo que van más allá de simple envío de información; la comunicación por lo tanto, será pensada desde la estrategia que influya por demás en la consolidación de procesos de retroalimentación, reciprocidad y de diálogo con los stakeholders.

La estrategia implementada se orienta hacia la consolidación de un modelo de comunicación bajo los principios de oportunidad, claridad, veracidad y coherencia de la información, para la Industria Licorera de Caldas.

La estrategia de comunicación reúne los medios impresos, virtuales y reuniones o encuentros gerenciales con los servidores con el fin de tener una comunicación directa sobre las gestiones y decisiones de la actual administración

En los boletines internos se han desarrollado alrededor de 80 temas entre los que se destacan: la gestión del actual gerente, negociaciones para el acogimiento al Plan de Retiro Voluntario, temas ambientales, de salud, estrategias comerciales y de mercadeo, alianzas estratégicas, capacitaciones y demás temas de interés, socializados a través del formato y enviado por el correo interno.



En la actual Administración, la Industria Licorera de Caldas tuvo dos retos, recuperar la imagen de la empresa en el ámbito local y nacional y afianzar las relaciones con sus grupos de interés, entre los que se destacan los distribuidores y periodistas de los medios impresos, radiales y televisivos. La estrategia consistió en posicionar el mensaje o slogan: **“Recuperar la memoria para crecer, vender, vender y vender”**. Esta frase sirvió de referente para la estrategia publicitaria de los productos que fabrica la destilería caldense.



Envío de audios a los periodistas: para evitar interpretaciones erróneas sobre los temas que genera la Industria Licorera de Caldas, desde la oficina de prensa y comunicaciones, se envía a los periodistas de la ciudad, grabaciones en las que el gerente general habla sobre las últimas novedades.

Ruedas de prensa: fueron los espacios en los que la gerencia general abrió con el propósito de dar claridad a la desinformación que en los mismos medios circula.



Seguimiento a medios impresos y radiales: Esta actividad permitió construir y hacer un análisis de las precisiones e imprecisiones noticiosas con el fin de dar claridad o ajustar la información que difunden los periodistas.

De otra parte de acuerdo con la estrategia trazada desde un principio se elaboró un plan de retiro que en un primer escenario seleccionaba cinco (5) grupos de trabajadores beneficiarios todos del sistema de liquidación retroactiva del auxilio de cesantías.

A los dos primeros grupos integrados por trabajadores a quienes faltaba menos de seis (6) años para cumplir su edad de pensión se les hacía una oferta de una renta mensual programada y pagadera por un Fondo de Pensiones; en los tres grupos restantes se integraron los trabajadores a quienes faltaren más de seis (6) años y menos de nueve (9) años, más de nueve (9) y menos de doce (12) y más de doce (12) años para cumplir la edad de pensión se le ofrecía una suma única de dinero para obtener su desvinculación o retiro.

La contrapropuesta de los trabajadores a través de su organización gremial fue la de preferir para la totalidad de trabajadores una renta mensual, pues veían inconveniente el pago de una suma única de dinero que de no ser muy bien manejada podría dejarlos desamparados a la vuelta de uno (1) o dos (2) años.



Presentan los trabajadores por conducto de su organización sindical una propuesta de **CINCUENTA Y SEIS MIL MILLONES DE PESOS (\$ 56.000.000.000)**.

Los asesores en conjunto con funcionarios de la empresa presentan una segunda propuesta para ofrecerles y la cual se enmarcaba dentro de las autorizaciones previstas por la Junta Directiva y cuyo monto bordeaba los **VEINTIDOS MIL MILLONES DE PESOS (\$22.000.000.000)** modificándose en esta lo inicialmente ofrecido y proponiéndose a los trabajadores unos pagos periódicos a través de Fondo de Pensiones hasta el cumplimiento de las respectivas edades para acceder a las pensiones legales.

Esta segunda propuesta tampoco satisfizo las aspiraciones del grupo de trabajadores destinatarios de la oferta y amparados actualmente por el régimen de liquidación retroactiva de su auxilio de cesantía; a esta segunda oferta responden los trabajadores con una propuesta que al cuantificarse arroja un valor de **TREINTA Y SEIS MIL MILLONES DE PESOS (\$36.000.000.000)**

Fue así como la Junta Directiva decide incrementar el monto originalmente autorizado y al efecto determina la suma de **VEINTICINCO MIL MILLONES DE PESOS** aproximadamente **(\$ 25.000.000.000)** para los trabajadores beneficiarios de la oferta con la siguiente propuesta:

En caso de ser mayor de cincuenta y dos (52) años de edad, a través de un Fondo de Pensiones que la persona elija, de ser aceptado por este o con el Fondo de Pensiones PROTECCION, la empresa le entregará el total de las mesadas y este cubrirá el 100% del Salario Básico que haya tenido a 31 de diciembre de 2014, hasta la fecha en que cumpla la edad que hoy la Ley exige para que Usted adquiera el derecho a la pensión.

El Fondo de Pensiones, le reconocería adicional, el veinte (20)% de esta suma mensual mientras permanezca vinculado al mismo, para contribuir con el valor de sus aportes a salud y pensiones.

Igualmente, cada año, mientras permanezca vinculado al Fondo de Pensiones, tendrá un aumento en la mesada equivalente al I.P.C. anual.



Cabe destacar que para este evento, se suscribiría un contrato con el Fondo de Pensiones para lo cual, la I.L.C. cancelaría la suma necesaria para cubrir el total de las mesadas a dicho Fondo de Pensiones, valor necesario para el cumplimiento por parte de la entidad financiera de la propuesta señalada.

Y en caso de ser menor de cincuenta y dos (52) años de edad, la empresa a través del Fondo de Pensiones que la persona elija, de ser aceptado por este, o con el Fondo de Pensiones PROTECCION, la empresa le entregará el total de las mesadas y este cubrirá mensualmente el 90% del valor del ingreso básico que la persona tenía en la empresa a Diciembre 31 de 2014, hasta la fecha en que cumpla la edad que hoy la Ley exige para que adquiera el derecho a la pensión.

Igualmente, cada año, mientras permanezca vinculado al Fondo de Pensiones tendrá un aumento en la mesada equivalente al **I.P.C**, condición que le será garantizada durante los diez (10) primeros años de permanencia en el Fondo de Pensiones. Para los años subsiguientes, el Fondo de Pensiones, de acuerdo con las condiciones fácticas y jurídicas del momento, garantizará el aumento del **I.P.C** a los nuevos periodos anuales,

Por lo anteriormente expuesto, se tendrán que hacer los ajustes laborales necesarios a través de acuerdos para el retiro de manera voluntaria y puedan iniciar nuevos proyectos familiares y laborales.

Con relación al área de Mejoramiento Institucional, los logros obtenidos más importantes han sido a través de la realización de Auditorías Internas del Sistema Integrado de Gestión cumpliendo con la normatividad: ISO 9001 Sistema de Gestión de la Calidad, OHSAS 18001 Sistema en Gestión en Seguridad y Salud Ocupacional, ISO 14001 Sistema de Gestión Ambiental, BASC Sistema de Gestión en Control y Seguridad, NTCGP 1000 Norma Técnica Colombiana de la Gestión Pública y el MECI Modelo Estándar de Control Interno para las Organizaciones del Estado.

Una de las funciones de la oficina de Mejoramiento Institucional, es acompañar y apoyar en la elaboración de los planes de acción y ofrecer los elementos necesarios para su articulación, acorde con el marco del Plan Estratégico de la Industria Licorera de Caldas, para coordinar la evaluación periódica que de ellos se haga por parte de cada una de las áreas.



Los planes de acción de la Industria Licorera de Caldas, son la herramienta básica de los procesos tal como se describen en el Mapa de Procesos de la ILC: Producción: Cadena de Suministro, Mercadeo, comercialización & Servicio al Cliente, Gestión Administrativa y Financiera para direccionar la organización de acuerdo con su misión, visión, política y objetivos estratégicos y de calidad, de manera eficiente y eficaz.

Los Planes de Mejoramiento y los Planes de Acción se suscriben con los Gerentes y los líderes de las áreas, luego con el Gerente General y este a su vez, lo difunde a los entes de control, el área de Mejoramiento hace seguimiento al cumplimiento de estos.

La Industria Licorera de Caldas, adoptó un habilitador informático denominado Modelo Operación por Procesos (MOP) Por medio de la Resolución No.1098 de octubre 6 de 2008, para registrar el Sistema Integrado de Gestión, de manera permanente y actualizada de cada una de las áreas de la ILC permitiendo cumplir los objetivos institucionales. Los Planes de Acción y su seguimiento, deben registrarse en dicha herramienta.

A través del ejercicio innato de la planeación organizacional y el mejoramiento continuo la Industria Licorera de Caldas, planifica su gestión a través de las mejores prácticas para el cumplimiento de las metas y objetivos establecidos tanto en el Plan Estratégico como en los Planes de Acción.

Se gestionó el cumplimiento del MECI, teniendo en cuenta el Decreto No.943 del 21 de mayo de 2014, por el cual se actualiza el Manual de Implementación del Modelo Estándar de Control Interno para el estado Colombiano (MECI 1000:2014) el cual tiene como propósito orientar a las entidades en la implementación y desarrollo de cada uno de los módulos, componentes y elementos que conforman el Modelo, así mismo en el fortalecimiento de herramientas que faciliten el control de la implementación y evaluación de las políticas públicas, la Industria Licorera de Caldas se ve avocada en adoptar planes de acción, que garanticen el cumplimiento de los objetivos institucionales.

En el Módulo de Control de Planeación y Gestión se encuentra el componente denominado Direccionamiento Estratégico, el cual desarrolla dentro de sus elementos de control “PLANES, PROGRAMAS Y PROYECTOS”, considerando la planeación en la ILC como un proceso dinámico y sistemático, permitiendo proyectar a corto, mediano y largo plazo una serie de programas, proyectos y actividades con la respectiva asignación de tareas para su ejecución,

que sirven para el cumplimiento de la visión, misión y objetivos institucionales e impulsar y guiar hacia las metas de los resultados previstos.

La ILC, dando cumplimiento a las normas de Control Interno hace referencia a los informes entregados durante el año 2014 así:

Informes de Ley – Rendidos a los Entes de Control

INFORME	ENTIDAD DESTINO	FECHA LIMITE	FECHHA PRESENTACIÓN
Informe Pormenorizado del SCI (3 informes)	Portal WEB	31 -12-2014	31 – 12-2014
Presentación del informe de avance al Plan de Mejoramiento SIA – CGDC (4 informes)	CGDC	10-01 -2015	10-01 -2015

SIA: Sistema Integral de Auditorías

CGC: Contraloría General de Caldas

Presentación de los informes rendidos a la administración

INFORME	ENTIDAD DESTINO	FRECUENCIA	FECHA PRESENTACIÓN
Austeridad del Gasto (4 informes)	Administración	Mensual	Ene 2015
Degustaciones	Administración	Mensual	Ene 2015
Resumen ejecutivo de actividades OCI	Gobernador	Mensual	Ene 2015
Informe P Q R	Administración	Semestral	Enero 2015

Por parte de la Oficina Asesora de Control Interno

RESUMEN AUDITORIAS	
TOTAL PROGRAMADAS	32
AU	18
AE	14
AU FINALIZADAS	13
AE FINALIZADAS	12
AE CANCELADAS	1
AE EN EJECUCIÓN	1
AU CANCELADAS	3
AU EN EJECUCIÓN	2

Relación con entes externos

PROCESO	ENT. EXTERNO	OBSERVACIONES
Seguimiento al Plan de Mejoramiento	CGC	Presentación de resultados a Septiembre 30 de 2014
Control Excepcional caso DIAN	CGR	Respuesta a las observaciones 1 y 2 entregados por el ente de control
Formulación y Presentación Plan de Mejoramiento	CGC	Auditoria a los Estados Financieros Vigencia 2013
Actuación Especial Ambiental	CGC	Respuesta a los requerimientos del ente de control
Actuación Especial Alcohol	CGC	Respuesta al requerimiento del ente de control
Indagaciones preliminares	CGC	Entrega de información requerida por el ente de control
Solicitud de información y Actuación Especial	CGC	Solicitud de información internacionalización
Requerimiento de la Contaduría general de nación	C G N	Socialización de temas puntuales detectados en la rendición de los informes a la contaduría



La Oficina de Control Interno hace énfasis en fortalecer e interiorizar la cultura del autocontrol, autogestión y autoevaluación desde el rol que cumple cada uno de los colaboradores de la ILC, contribuyendo al logro de los objetivos, la misión institucional, fortalecer los mecanismos de comunicación e interacción entre las diferentes áreas de la ILC y propender del trabajo en equipo.

Los retos más importantes que apuntan al Control Interno de la ILC consisten en verificar y hacer seguimiento a las siguientes actividades:

Actualización de indicadores del MOP acordes al propósito del proceso.

Mitigar los riesgos y determinar aspectos sobre el análisis del mismo.

Propender para que la construcción de planes de mejoramiento que surjan como resultado de las auditorías internas, sean implementados de manera oportuna, y de esta forma minimizar los riesgos y paralelamente lograr el fortalecimiento de la gestión.

Analizar la operatividad y efectividad de los comités de apoyo con los que se cuenta en algunas áreas de la ILC para que estos apunten a los requerimientos exigidos, al fortalecimiento de la gestión y minimización de riesgos.

Con relación a la contratación, en enfoque está basado en el aseguramiento del buen funcionamiento comercial, de mercadeo, administrativo y técnico. A 31 de diciembre de 2014 se suscribieron 356 contratos por un monto total de \$69.068.328.968, con esta suma se ha garantizado el desarrollo de los diferentes procesos: Mercadeo, Comercial, Técnico, Administrativo y Financiero.

Contratos	Total
Administrativa	60
Financiera	7
Mercadeo	180
Comercial	1
Técnica	103
Programa de Seguros	5
Total Contratos	356
Valor Total	\$ 69.068.328.968

Fuente de información: Área de Compras y Jurídica

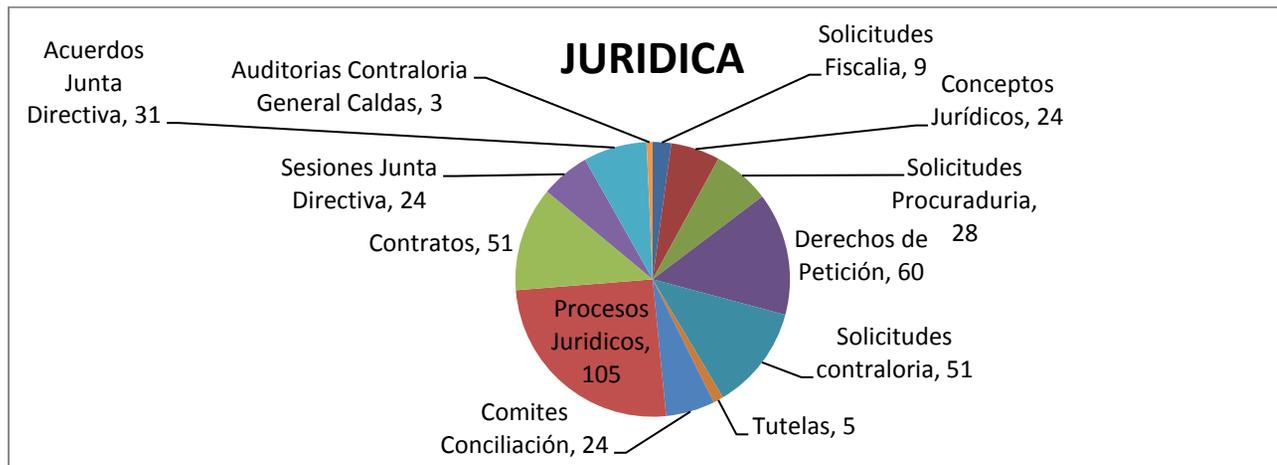
La Oficina Asesora Jurídica, en ejercicio de su función primordial de apoyar desde el ámbito jurídico a la entidad, en cumplimiento de las solicitudes y requerimientos de los entes de control y de las demás entidades, así como en acatamiento de los derechos de petición que son elevados a la Industria Licorera de Caldas, ha generado las respuestas que a continuación se listan; así mismo se hace relevancia sobre las sesiones que ha adelantado el Comité de Conciliación y Defensa Judicial de la ILC.

Dentro del campo de la defensa judicial de los intereses de la empresa se enumeran las acciones de tutela y los medios de control judicial y demandas que se adelantan en los estrados judiciales

Así mismo la Oficina Asesora Jurídica tiene a su cargo la secretaría de la Junta Directiva de la ILC y los Acuerdos que son expedidos por este órgano de dirección:

OFICINA JURIDICA	CANTIDAD
Solicitudes Fiscalía	9
Conceptos Jurídicos	24
Solicitudes Procuraduría	28
Derechos de Petición	60
Solicitudes contraloría	51

Tutelas	5
Comités Conciliación	24
Procesos Jurídicos	105
Contratos	51
Sesiones Junta Directiva	24
Acuerdos Junta Directiva	31
Auditorias Contraloría General Caldas	3



4.2. GERENCIA ADMINISTRATIVA

Objetivo

Dirigir, coordinar y controlar la ejecución y gestión de los asuntos gerenciales y administrativos internos, relacionados con la operación de los procesos y responsabilidades a cargo de la empresa.

Administrar el Desarrollo Humano y la Calidad de Vida de sus Servidores, a fin de lograr mayor eficiencia, eficacia en las tareas y operaciones normales de la Industria Licorera de Caldas. Así mismo es la encargada de administrar las áreas de: Bienes y Servicios, Programa de Seguros, BASC Sistema de Gestión, Control y Seguridad, Seguridad Industrial, Salud Ocupacional, Contratación e Informática.

Objetivos específicos:

- Seleccionar, incorporar y mantener personal idóneo.
- Fortalecer las competencias del talento humano.

La ILC a diciembre 31 de 2014, contaba con una planta de personal de 239 personas (empleos públicos 24 vacantes 2 y trabajadores oficiales 209, vacantes 4), el valor de la nómina acumulada asciende a un monto de \$13.980.749.164; comparativamente para la vigencia 2013 ascendían a 242 los empleos (empleados públicos 24 y trabajadores oficiales 218), con un valor de nómina a la misma fecha de \$14.738.183.025; la reducción con respecto al año anterior, obedece a que adquirieron su estatus de pensionados.

DESCRIPCIÓN	2014	2013	VARIACIÓN ABSOLUTA	%
PAGOS DE NÓMINA	\$ 13.980.749.164,00	\$ 14.738.183.025,00	\$ (757.433.861,00)	-5%
CONTRATOS	\$ 123.962.380,00	111.499.030	\$ 12.463.350,00	11%
TOTAL	\$ 14.104.711.544,00	\$ 14.849.682.055,00	\$ (744.970.511,00)	-5%

DESCRIPCIÓN	CARGOS DE LA PLANTA A 31 DE DICIEMBRE 2014	CARGOS PROVISTOS	NUMERO CARGOS VACANTES	%
TRABAJADORES OFICIALES	213	209	4	2%
EMPLEADOS PUBLICOS	26	24	2	8%
TOTAL	239	233	6	3%

Durante el año, los cargos que han quedado vacantes, no se han provisto con el fin de ir ajustando los gastos, en busca de asegurar una mayor viabilidad de la ILC, reasignando estas labores en otros empleos de la planta de personal.

A Diciembre 31 de 2014

PLANTA DE PERSONAL



PLANTA DE PERSONAL	2014	2013	VARIACIÓN \$	VARIACIÓN %
TOTAL NOMINA	\$ 13.980.749.164	\$ 14.738.183.025	\$ (757.433.861,00)	-5%
Trabajadores Oficiales	209	218	-9	-4,12%
Empleados Públicos	24	24	0	0
TOTAL CARGOS	234	244	-10	-4,10%

El área de Gestión Humana durante el año 2014, ejecutó en cumplimiento de los derechos convencionales y otros beneficios, de los cuales se han favorecido los trabajadores oficiales junto con su grupo familiar y los empleados públicos las siguientes actividades:

Concepto para 209 Trabajadores Oficiales	2014	2013	VARIACIÓN	%
Auxilios Educativos (primaria, secundaria, pregrado y posgrado)	113.806.000,00	108.202.725,00	5.603.275,00	5%
Auxilios por maternidad	3.080.000,00	1.179.000,00	1.901.000,00	161%
Transferencia Fondo Rotatorio Vivienda	517.440.000,00	495.180.000,00	22.260.000,00	4%
Gastos de representación sindical	46.568.000,00	84.679.250,00	-38.111.250,00	-45%
Derechos Convencionales	680.894.000,00	689.240.975,00	-8.346.975,00	-1%
Concepto Otros beneficios trabajadores oficiales y empleados públicos	2014	2013	VARIACIÓN	%
Plan complementario de salud	817.969.728,00	1.102.961.492,00	-284.991.764,00	-26%
Alimentación 85% asumido por la ILC	427.278.200,00	445.845.165,00	-18.566.965,00	-4%
Capacitación	10.871.280,00	38.568.781,00	-27.697.501,00	-72%
Transporte	154.764.500,00	213.603.000,00	-58.838.500,00	-28%
Total Otros beneficios	1.410.883.708,00	1.800.978.438,00	-390.094.730,00	-22%
TOTAL BENEFICIOS CONVENCIONALES Y OTROS BENEFICIOS PARA TO Y EP	2.091.777.708,00	2.490.219.413,00	-398.441.705,00	-16%
Fuente de información: Área de Presupuesto				

El total de los beneficios a diciembre 31 de 2014, asciende a: \$2.091.777.708 con un decrecimiento del 16% con respecto al año 2013 de (\$398.441.705).

El Fondo Rotatorio de Vivienda a diciembre 31 de 2014, ha desembolsado \$517.440.000 con destino a crédito, incrementado en un 4% con respecto al año 2013 de \$22.260.000.

Se mejoró la calidad de vida laboral y humana de los colaboradores de la ILC con el propósito de elevar los niveles de eficiencia, satisfacción, desarrollo y bienestar en el desempeño de sus labores y de contribuir al cumplimiento efectivo de los resultados institucionales. Dentro de las acciones realizadas se mencionan: Conmemoración de fechas representativas de los colaboradores (cumpleaños, graduaciones nacimiento de hijos, fallecimientos, jubilaciones); Celebración de fechas institucionales como día de la mujer, día del niño día de la secretaria, día de la madre, día del padre, fiesta de navidad para los hijos (0 a 12 años) de los colaboradores y actividad de integración de fin de año para todos los colaboradores y servidores de la Empresa.

Se ejecuto el Plan de Capacitación y entrenamiento del Recurso Humano programado para la vigencia 2014, para lo cual se contó con el apoyo del SENA y ARL SURA para el fortalecimiento de competencias técnicas, comunes y

RECOBRANDO LA MEMORIA PARA CRECER, VENDER, VENDER Y VENDER



organizacionales, así mismo con funcionarios de la Empresa para capacitaciones internas, participando en gran medida dentro del Plan de Austeridad de la Empresa.

En el área de correspondencia y archivo, se dió cumplimiento de la directiva presidencial 04 de 2012 y el decreto 02 de enero de 2012 emanado de la Gobernación de Caldas, con el apoyo de un grupo interdisciplinario de la empresa, se proyectaron “LAS POLITICAS PARA REDUCIR EL CONSUMO DE PAPEL EN LA INDUSTRIA LICORERA DE CALDAS.

Se actualizaron los inventarios de los activos fijos y las custodias a cargo de los funcionarios de la Industria Licorera de Caldas; se realizó informe en el cual se propuso dar baja los Barriles que ya no están en buen estado y mejorar la administración y control de los mismos.

La ILC se encuentra asegurada totalmente, el programa de seguros para la vigencia de 2014 tiene un valor \$5.152.808.170. Ejecutado el 100% el cual protege la planta, maquinaria y equipos entre otros.

En vigilancia, se ha invertido a diciembre 31 de 2014, \$531.803.956 cubriendo la totalidad de las instalaciones de la Industria Licorera de Caldas y se informa continuamente sobre las novedades presentadas, para gestionar oportunamente su solución.

Con relación al Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo (Ley 1562 de 2012) se han mitigado los siguientes riesgos: osteomuscular, coronario, auditivo, biológico y buenas prácticas de manufactura mediante acciones de prevención, control de riesgos y rehabilitación – reinserción integral laboral.

Los retos para el año 2015 en cuanto al Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo se fundamentan en lo siguiente:

Empoderar a todo el personal en la identificación de factores de riesgo y cumplimiento de normas SISO (Seguridad Industrial y Salud Ocupacional) en el desempeño de sus actividades laborales, de circulación y tránsito.

Continuar con el apoyo de la administración en cuanto a la contratación de profesionales para el mantenimiento de la norma OHSAS 18001.



Disponer de recursos financieros para implementación y mantenimiento de programas de Seguridad Industrial y Salud Ocupacional.

Apoyar mediante estímulos, la participación de personal vinculado al Grupo de Líderes Control de Accidentes y motivación para fortalecimiento del mismo.

Contar con la disponibilidad y colaboración de jefes y líderes de proceso en otorgar espacios para la participación del personal en actividades programadas por Seguridad Industrial y Salud Ocupacional.

Interiorizar la importancia de la seguridad basada en el comportamiento, actuar en forma segura y asistir a las actividades programadas por Salud Ocupacional y Seguridad Industrial.

Gestionar y comunicar los riesgos y controles asociados a los procesos y actividades en los cuales participan, con el apoyo de Salud Ocupacional y Seguridad Industrial.

Gestionar en conjunto, los proyectos de inversión que afecten cambios en infraestructura y en procesos; deben contar previamente, desde la etapa de planeación y viabilidad, con el concepto de Seguridad Industrial y Salud Ocupacional en cuanto a afectaciones y cumplimiento legal y de requisitos.

Empoderar a los distintos jefes de áreas para iniciar y motivar a sus respectivos empleados para la realización de las pausas activas, en el momento en que se orienten las mismas.

Desde el inicio de la nueva administración se ha trabajado para la actualización y mejora de la infraestructura tecnológica la cual, se recibió con una vida útil agotada, requiriendo una respuesta ágil para soportar el trabajo que se realiza en la ILC.

El proceso de informática apoya la gestión de la ILC, a través de la cobertura de Tecnologías de la Información y Comunicación, (Hardware, Software y Telecomunicaciones) contribuyendo con la disponibilidad, integridad y confiabilidad de la información.

ACTIVIDAD PRINCIPAL 2014	EXPLICACION LOGRO	RETO PARA EL AÑO 2015
Contratación de Soporte, Mantenimiento y Actualización del Sistema Financiero, Contable y de Producción principal de la ILC, Aurora Heinsohn.	Sistema que venía presentado atrasos de versiones y que no contaba con un soporte. Gracias al apoyo de la Gerencia General se logró sacar este importante proyecto. Ha hoy se cuenta con la Versión 20 Estable con los programas especiales que mejoraron procesos, con una capacitación en todos los módulos y un posibilidad de mejora desde lo identificado que tiene actividades a 30,60,90 y 120 días de ejecución.	Para el 2015 debe ser prioritario el soporte, no solo por la nueva versión sino también por el apoyo que se requiere para la implementación de NIIFs donde el sistema juega un rol muy importante.
Desarrollo del proyecto de Actualización y Capacitación en Aurora	Durante el mes de noviembre y diciembre, se realizó una capacitación exhaustiva a los usuarios de Aurora en la ILC. Buscando mejorar el uso adecuado de la herramienta. Esto ayudó a cumplir con el Plan de Mejoramiento ante la Contraloría.	Con esta capacitación se logró obtener unos resultados interesantes, donde se generó un plan de acción de 30, 60, 90 y 120 días, para ser resuelto por la ILC y por Heinsohn. Para esto será vital el apoyo desde la Gerencia General, Gerencia Técnica, Gerencia Financiera y Gerencia Administrativa.
Actualización de Software para Copias de Seguridad	Había una necesidad urgente para mejorar el SOFTWARE de Copias de Seguridad	Para el 2015 con el Software actualizado, se debe proceder a mejorar el proceso y procedimientos de las copias, buscando garantizar el menor riesgo de pérdida de información. Se analizarán las políticas actuales.
Compra de Elementos Necesarios para la organización del Centro de Datos	Se atacó en primera instancia el CENTRO DE DATOS de la empresa, ya que es el cerebro de las comunicaciones y el que posibilita el uso de los servidores y los servicios tecnológicos. Para mejorar sus conexiones, actualizarlo y prepararlo para futuras mejoras.	Para el 2015 el proyecto es revisar el HW de las comunicaciones para poder conectar adecuadamente el Cerebro con cada uno de los usuarios en sus PCs. (NETWORKING) - Adquirir un Servidor Robusto con un sistema de almacenamiento, para proceder con la VIRTUALIZACION, y poder configurar un PLAN DE CONTINGENCIA. - Adquirir PLANTA ELECTRICA.
Mejora Conectividad Oficina FACTURACION Y DESPACHOS	Con el contrato de suministro de elementos para el centro de datos, se incluyó la organización y cableado de la oficina de Facturación y Despachos la cual venía presentando varias dificultades. Adicional actualización en equipos de cómputo que estaba pendiente.	Se prepara para mejoras en comunicación vía redes. Se requiere planear una mejora en la PLANTILLA DE PEDIDOS, la cual requiere 3 hojas en copia. Se debe actualizar para que funcione con impresoras nuevas y no se dependa de papeles especiales.

La ILC cuenta con las siguientes certificaciones:

RECOBRANDO LA MEMORIA PARA CRECER, VENDER, VENDER Y VENDER



- BUSINESS ALLIANCE FOR SECURE COMMERCE-SIGLA BASC.
- Se renovó el Sello ICONTEC NTC 278 Ronas y NTC 411 Aguardientes. En proceso certificación en NTC 1035 Cremas.
- Estudio de Características Físicoquímicas y sensoriales de muestras para compra de alcohol extra-neutro y tafias.
- Se realizó la capacitación en Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) a todo el personal manipulador de materias primas y productos.
- Se elaboraron todos los procedimientos para los programas pre requisito de BPM estipulados en el Decreto 1686 de 2012

Actualmente la empresa está tramitando la recertificación de las siguientes normas:

- Sistema de Gestión de la Calidad, norma ISO 9001.
- Sistema de Gestión Ambiental, norma ISO 14001.
- Sistema de Gestión de Seguridad Industrial y Salud Ocupacional, norma OHSAS 18001.
- Norma Técnica de la Calidad de la Gestión Pública NTCGP 1000.

iTQi 2014

Producto	Medalla Obtenida
Ron Viejo de Caldas Gran Reserva Especial	GRAND GOLD
Ron Viejo de Caldas Carta de Oro - Añejo 8 Años	SILVER

Se destaca el reconocimiento a nivel internacional premio de iTQi otorgado al proceso Técnico de la ILC.

Para destacar otros aspectos, la escuela de Fútbol de la ILC en el año 2014, contó con la participación de 160 niños desde los 4 hasta los 15 años de edad en distintas categorías como son: Baby's A,B,C y D; Preinfantil A y B, Infantil y Prejuvenil; más 5 instructores en equipos base, 1 instructor en porteros, 1 utilero y una secretaria, para lo cual la ILC realizó un traslado presupuestal a través de Sintrabecólicas por la suma de \$14.600.000 para sufragar gastos de dicha escuela

4.3. GERENCIA DE MERCADEO

Objetivo

Establecer relaciones estratégicas entre la Industria Licorera de Caldas y su entorno, dentro de un marco de satisfacción de las expectativas de sus clientes, creación de valor, desarrollo sostenible de la Industria Licorera de Caldas y de sus marcas.

Sus objetivos son:

- Proyectar la Estrategia de Mercadeo de la ILC
- Estructurar el Plan Estratégico de Mercadeo, integrando las acciones de los distribuidores, a las políticas de la ILC.
- Desarrollar los mercados de los productos de la ILC, a través de las inversiones y contratos publicitarios, suscritos con los distribuidores.
- Desarrollar las marcas de la ILC, a través de estrategias alineadas con los hábitos, gustos y preferencias de los consumidores.
- Desarrollar los canales ON y OFF TRADE, para mejorar la relación con los compradores de los productos de la ILC.
- Evaluación y seguimiento a las inversiones publicitarias, con el propósito de optimizar los recursos.

ESTRATEGIAS DE MERCADEO AÑO 2014

Incrementar la participación del Aguardiente en el mercado nacional.

Recuperar liderazgo en la categoría de Ronces en el mercado nacional.

Siembra de productos: Ronces Especiales, Cheers, Otros licores.



PILARES DE EJECUCIÓN:

Conocimiento y acercamiento al consumidor.

Activación y promoción continua de marca, perfil 60% (1 Semestre) 40% (2 Semestre) 70% consumo - 30% publicidad.

Innovación, desarrollo y diferenciación.

Modelos de inversión: ATL/BTL (medios tradicionales y activaciones de marca) INVERSIÓN NACIONAL Y LOCAL.

Los logros obtenidos en mercadeo han sido entre otros:

Unificar la imagen de los productos, tanto en el mercado nacional como en el mercado exterior.

Modernizar la presentación de envase y etiqueta, con conceptos actuales para atraer al consumidor.

Mejorar los rendimientos en las líneas de producción, para hacer más eficientes los procesos y por ende, reducir costos.

Innovar, en el portafolio de productos de la ILC.

Aplicar nuevos conceptos, alineados a nuevos productos.

Estrategia de redes sociales para las marcas de la ILC

Relanzamiento con nueva presentación Aguardiente Amarillo de Manzanares

Aprobación del Acuerdo 28 de diciembre 15 de 2014 de las Políticas de Mercadeo de la ILC.

RECOBRANDO LA MEMORIA PARA CRECER, VENDER, VENDER Y VENDER

PRESENTACIÓN ANTERIOR DE LOS PRODUCTOS DE LA ILC



RECOBRANDO LA MEMORIA PARA CRECER, VENDER, VENDER Y VENDER

NUEVA PRESENTACIÓN



RECOBRANDO LA MEMORIA PARA CRECER, VENDER, VENDER Y VENDER



EJECUCIONES ESTRATEGICAS

GESTIÓN DE LOS PLANES Y ACCIONES DE MERCADEO 2014

Contratos Publicitarios

La ILC suscribió 23 contratos para la promoción de sus productos, antes del 24 de enero (Ley de Garantías), para:

Activaciones de Marca

Publicidad Exterior (vallas, avisos luminosos)

Fiestas Patronales

Conciertos

La ILC se vincula a las fiestas patronales de los municipios en el Departamento de Caldas, a través del distribuidor de la zona respectiva, para promocionar y vender los productos de la ILC. De igual forma se apoyan las fiestas en otros departamentos.

La ejecución de los planes de acción, incluyó activaciones de marca durante la temporada del Mundial de Fútbol 2014, en las diferentes zonas donde se comercializan los productos de la ILC (ronpiriña, estuches promocionales, toma de sitios de consumo con garotas, arbitron), lo cual incentivó la rotación de producto; en Aguardiente Cristal en un 54% y en RVC en un 12%.

Se viene realizando acompañamiento a la ejecución de los planes de acción, con miras a optimizar los recursos de dichas inversiones.

Se conceptualizaron las campañas de Aguardiente Cristal y RVC.



GESTIÓN MARCA RONES Y OTROS LICORES

ACCIONES EJECUTADAS VIGENCIA 2014 OFICINA RONES

OBJETIVO: Desarrollo de mercados del producto.

A partir del diagnóstico situacional de la marca en el mercado de los licores se diseñaron estrategias dirigidas a:

- Participación en actividades del proyecto de Unificación de la presentación de RVC
- Desarrollo del proyecto de marketing digital de la marca Ron Viejo de Caldas.
- Realización del estudio para la disminución del precio de venta en fábrica para los productos Ron Viejo de Caldas 5 y 8 años. – Acuerdo 022 de 2014.
- Elaboración y presentación a la Gerencia de Mercadeo de las Políticas de Mercadeo de la Industria Licorera de Caldas. – Acuerdo 028 de 2014.
- Participación en el estudio del Proyecto de internacionalización de Ron Viejo de Caldas.
- Análisis de mercados en la categoría de Rones y Aguardientes con la Herramienta Advisor de Nielsen.
- Lanzamiento de campaña de la marca asociada a los elementos: Roble Blanco y agua.
- Inicio del proyecto experiencia sensorial de Ron Viejo de Caldas con recetas de coctelería y culinaria.
- Planeación y coordinación de campaña de nuevo precio de Ron Viejo de Caldas 5 años Juan de la Cruz – etapa inicial para Zona 1 - Caldas.
- Participación en el plan de Gestión por la ley de Garantías 2014.
- Evaluación conjunta con distribuidores de la campaña “Póngale Ron Viejo”.
- Definición conceptual de la campaña publicitaria de la nueva imagen de Ron Viejo de Caldas.

RECOBRANDO LA MEMORIA PARA CRECER, VENDER, VENDER Y VENDER



- Inicio del proyecto de denominación de origen asociado a Ron Viejo de Caldas.
- Las ventas a 31 de diciembre de Ron Viejo de Caldas en los departamentos de Valle del Cauca, Nariño y Cauca presentan incrementos significativos.
- Las activaciones de Crema de Ron Cheers se obtuvieron a través de las ejecuciones de los contratos de distribuidores.
- Participación en el proceso de nueva etiqueta de Cheers.

OFICINA AGUARDIENTES

OBJETIVO: Posicionamiento de marca y rotación de producto.

A partir del estado de la marca en el mercado de los licores se diseñó:

- ✓ Análisis del mercado de los licores, competencia, grupo objetivo, análisis matriz DOFA, análisis estadístico y cuantitativo de ventas de la categoría aguardientes por departamento, diseño de objetivos y estrategias de marca orientados a:
 - Crecer en ventas en aguardiente Cristal y obtener mayor participación en la categoría.
 - Invertir en actividades orientadas a consumo - consumidor final.
 - Posicionar la marca y estabilizar el sabor de producto (Cristal Azul).
 - Desarrollar innovación en presentación de producto (Aguardiente Amarillo de Manzanares) y nuevos productos (Aguardiente Cristal XS 24%) – tramites INVIMA.
- ✓ Análisis y ajustes de los planes de acción de los distribuidores 2014, acorde a la estrategia de la marca (orientación a consumidor final – rotación de producto) sustentación en el comité de mercadeo.
- ✓ Diseño e implementación de Plan de Medios 2014: Aguardiente Cristal.
- ✓ Diagnostico y desarrollo del material merchandising de la marca y proyección de compras.

RECOBRANDO LA MEMORIA PARA CRECER, VENDER, VENDER Y VENDER

- ✓ Acompañamiento a la agencia de publicidad en el diseño e implementación de la campaña publicitaria de aguardiente Cristal “Aguardiente de verdad”, Aguardiente Amarillo de manzanares “Ponle color a”, material logístico, piezas publicitarias y material Merchandising.
- ✓ Desarrollar pruebas de producto (aguardiente Cristal azul) percepción del consumidor SABOR.
- ✓ Diseño y proyección de acuerdo # 027-2014 (precio fabrica de la nueva presentación de aguardiente Amarillo de Manzanares), ruta de precios y acuerdo # 028 – 2014 (Políticas de mercadeo 2015).
- ✓ Seguimiento y actualización del plan de acción e indicadores de la marca (mensual).
- ✓ Seguimiento al comportamiento de maquilas y apoyo a las actividades de mercadeo.
- ✓ Cumplimiento de la meta comercial 2014 y crecimiento en un 10%.

Proyeccion ventas (4.912.744 UR 750ml Nacional y marcas cedidas).

Ventas (5.410.943 UR 750ml Nacional y marcas cedidas).

Diseño y aprobación del Plan de mercadeo de Aguardiente Cristal 2015.

INVESTIGACION & DESARROLLO

1. Desarrollo de la nueva imagen de RON VIEJO DE CALDAS: Tradicional, 5 Años, 8 Años, GRE Gran Reserva Especial
2. Desarrollo de la nueva imagen de AGUARDIENTE AMARILLO DE MANZANARES
3. Desarrollo de la nueva imagen de CREMA DE RON VIEJO DE CALDAS CHEERS
4. Desarrollo de termoencogibles para:



AGUARDIENTE CRISTAL ONCE CALDAS

AGUARDIENTE PLATINO DEL CHOCO

5. Desarrollo del nuevo producto AGUARDIENTE CRISTAL XS 24°
6. Desarrollo del nuevo producto RON VIEJO DE CALDAS 15 GRE 35°, 37.5°
7. Desarrollo del nuevo producto AGUARDIENTE LLANERO DEL META TAPA AZUL

PUBLICIDAD

MEDIOS PUBLICITARIOS PARA LA PROMOCIÓN DE LOS PRODUCTOS ILC.

El área de mercadeo para el 2014, diseñó teniendo en cuenta las necesidades de cada una de las marcas un plan estratégico para la pauta en Medios el cual se cumplió en un 100% a través de:

- Medios Radiales: RCN – Caracol – Olimpica – Prensa Independiente.
- Medios Impresos: Semana – Soho – Revista Avianca –La Patria
- Medios Audiovisuales: Fox – Telecafé.
- Medios No Convencionales: Facebook, Youtube, Instagram, Twitter.

OFICINA DE TRADE

ACTIVIDADES NACIONALES

1. Actividad RVC – Caja Ron Piriña
2. Activación bar tender en canales para Ron Piriña
3. Actividad Aguardiente - Caja Gift - Estuche de Verdad
4. Activaciones canales arbitronas (Pinta Caras)
5. Visita clientes por canal a la I.L.C
6. Activaciones canales tomas de sitios (Capoeira y bailarinas zamba)

ACTIVIDADES REGIONALES

1. Direccionamiento de colocación de producto en exhibición tanto off como on
2. Visita clientes del canal off y on a la I.L.C
3. Capacitacion mercaderistas, meseros y dueños establecimientos
4. Entrega de camisetas par uso de meseros y dependientes en días estratégicos.
5. Recoleccion de bases de datos de clientes en los diferentes canales.
6. Iniciacion del PLAN DE RECUPERACION DE ENVASES conjuntamente con la Oficina de Servicio al Cliente para presencia de marca en sitios de consumo

OFICINA COMITÉ DE MERCADEO

PRESUPUESTO ASIGNADO Y EJECUTADO

PUBLICIDAD Y PROMOCION	FECHA	VALOR
PRESUPUESTO ASIGNADO	14/01/01	\$ 17.600.000.000
-SALDOS COMPROMETIDOS	14/01/01	\$ 3.533.000.000
-VIGENCIAS FUTURAS 2015	14/01/01	\$ 297.500.000
+OTROS RECURSOS	14/11/10	\$ 680.000.000
+ADICION ACUERDO 026	14/12/16	\$ 2.783.000.000
SUBTOTAL		\$ 17.232.500.000
-ORDENANZA 660		\$ 2.541.364.888
TOTAL		\$ 14.691.135.112



Como hecho posterior a 31 de diciembre de 2014 y teniendo en cuenta que este informe se debe publicar al 31 de enero del año subsiguiente, se muestran los resultados de la FERIA DE MANIZALES 2015 así:

OBJETIVO GENERAL: Vincular publicitariamente las marcas de la Industria Licorera de Caldas en la 59ª Feria de Manizales año 2015, con el fin de activar, rotar y exhibir sus productos RON VIEJO DE CALDAS, AGUARDIENTE CRISTAL, AGUARDIENTE AMARILLO DE MANIZALES Y CREMA DE RON CHEERS.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Activar las marcas de la Industria Licorera de Caldas en el evento ferial más importante del Departamento.
- Reposicionar la nueva imagen del producto Aguardiente Amarillo de Manizales.
- Comunicar el ritual asociado al consumo de Aguardiente Amarillo de Manizales.
- Activar los puntos de venta de los productos de la Industria Licorera de Caldas en todos los canales de comercialización.
- Aprovechar los espacios de la Feria asociando la activación de marca a través de incentivos orientados a la venta.

FOCO: Las actividades programadas estuvieron orientadas a ocupar espacios relevantes de visibilidad y participar en las ventas de los licores ofrecidos durante la Feria 2015.

CONCEPTO FERIA: PORQUE ES LO NUESTRO. AQUÍ TOMAMOS CON ORGULLO.

DURACION: Del 3 al 11 de Enero de 2015.

CIFRAS FERIA MANIZALES 2015

ASISTENCIA

EVENTO	ASISTENTES
DOS CONCIERTOS PLAZA DE BOLIVAR - SILVESTRE - ANDY	27.000

RECOBRANDO LA MEMORIA PARA CRECER, VENDER, VENDER Y VENDER

TEMPORADA TAURINA	75.500
CLUB MANIZALES	2.150
*CARPA RUMBERA	15.629
CARPA MÓVIL	12.285
FINAL FESTIVAL DE TROVA	7.500
FONDAS Y ARRIERIAS	29.933
EXPOFERIAS - STAND ILC	53.000
CABALGATA	4.000
*TEATRO FUNDADORES	7.448
*FESTIVAL DE TANGO - PARQUE ERNESTO GUTIERREZ	26.900
*CHICA CRISTAL - MEDIA TORTA DE CHIPRE	27.200
COMPARSA MAESTRO BADIA - R.V.C. - CARRETAS DEL ROCIO	150.000
COMPARSA JUAN DE DIOS JARAMILLO - CRISTAL -	180.000
DESFILE DE LAS NACIONES	

La ILC se vinculó publicitariamente a la Feria de Manizales 2015, con una inversión que la posiciona como Patrocinadora de este evento. Lo anterior en razón a la magnitud del evento, a su alcance e inquebrantable compromiso con la ciudad de Manizales.



La vinculación a la Feria de Manizales se cristalizó a través de la compra de espacios publicitarios al Instituto de Cultura y Turismo de Manizales y a Cormanizales, también con el patrocinio publicitario a actividades que garantizan consumo de nuestros productos como Carpas, Arrierías, Concierto. Asegurando así la presencia de las marcas en los eventos que contaban con la participación de adultos.

La participación en la Feria de Manizales le significó a la empresa un incremento en ventas hasta del 10%

IMPORTANCIA FERIA DE MANIZALES:

Constituye el momento de consumo más relevante dentro del calendario comercial del Departamento de Caldas, así mismo la oportunidad para activar venta en todos los canales de comercialización de los productos de la Industria Licorera de Caldas.

Por otra parte, las marcas de la Industria Licorera de Caldas ocupan espacios de publicidad y de imagen dentro de una de las Ferias más importantes a nivel Latinoamericano para reforzar su posicionamiento frente al público local, turistas nacionales y extranjeros.

INVERSIÓN ILC

INDUSTRIA LICORERA DE CALDAS	AÑO
RUBRO	2015
TEMPORADA TAURINA	\$ 650.000.000
INSTITUTO DE CULTURA Y TURISMO	\$ 400.000.000
MINI CONCIERTOS	\$ 15.000.000
MEDIOS MASIVOS	\$ 125.400.000
ACTIVACIONES	\$ 97.000.000
OTROS EVENTOS ILC	\$ 55.000.000

RECOBRANDO LA MEMORIA PARA CRECER, VENDER, VENDER Y VENDER



VISIBILIDAD	\$ 40.000.000
LOGÍSTICA	\$ 16.000.000
EXPOFERIAS	\$ 6.000.000
TOTAL LICORERA	\$ 1.404.400.000

INVERSIÓN DISTRIBUIDOR

PLAN DE ACCION 6%	
ACTIVIDAD	PRESUPUESTO
CENA REINAS. ESCUELA DE CARABINEROS	\$ 15.000.000
CONCIERTO ESTADIO PALOGRANDE	\$ 420.000.000
CENA GOBERNACION	\$ 20.000.000
CONTRATACIÓN DEGUSTADORAS	\$ 30.000.000
SERVICIOS LOGÍSTICA	\$ 30.000.000
FONDA AGUARDIENTERA	\$ 30.000.000
CONCIERTO FERIA DE MANIZALES. PLAZA DE BOLIVAR SILVESTRE DANGOND	\$ 200.000.000
FONDAS Y ARRIERIAS	\$ 250.000.000

RECOBRANDO LA MEMORIA PARA CRECER, VENDER, VENDER Y VENDER



CARPA MOVIL	\$ 60.000.000
RUMBON RVC. "HORAS LOCAS CONCIERTOS PLAZA BOLIVAR	\$ 20.000.000
CHICA CRISTAL	\$ 15.000.000
PROTOCOLO PLAZA TOROS - MARIO GONZALEZ	\$ 8.000.000
PALCOS CABALGATA	\$ 20.000.000
DECORACIÓN PLAZA TOROS	\$ 25.000.000
TOTAL	\$ 1.143.000.000

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

La publicidad de los productos de la ILC y los eventos se realizan con criterios de Responsabilidad Social Empresarial: consumo responsable de bebidas alcohólicas, prohibición de expendio a menores de edad y advertencias de riesgo para la salud por el consumo excesivo.

RECOBRANDO LA MEMORIA PARA CRECER, VENDER, VENDER Y VENDER

4.4. GERENCIA COMERCIAL

Objetivo:

Diseñar estrategias, planes, programas aplicación de normas y estándares de seguridad, proyectos comerciales de mercadeo y ventas para el lograr posicionamiento de los productos de la Industria Licorera de Caldas en los mercados nacionales e internacionales.

Sus objetivos son:

- Proyectar la Estrategia Comercial de la empresa
- Administrar los canales de comercialización de los productos de la ILC.
- Administrar y evaluar el desempeño comercial de los distribuidores, en virtud de los contratos de compraventa suscritos.
- Establecer canales de comunicación con las autoridades de los diferentes departamentos, para garantizar el ingreso de nuestros productos.
- Evaluación y seguimiento a los planes de compra de los distribuidores, en procura del cumplimiento de las metas comerciales.
- Coadyuvar al abastecimiento de los canales, a través de los planes de compra de los distribuidores.

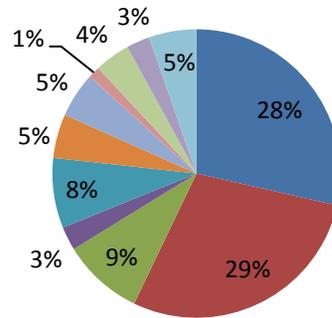
- Plantear políticas comerciales, para incentivar el cumplimiento de los presupuestos de ventas.

DISTRIBUCIÓN MERCADO NACIONAL MARCAS ILC POR DPTO/ZONA 2014

DEPTO/ZONA	VENTAS 2014 UR 750 ML	% PARTICIPACIÓN 2014
CALDAS	4.074.475	29%
VALLE	4.080.683	29%
CUNDINAM.	1.297.868	9%
CAUCA	1.121.244	8%
NARIÑO	724.000	5%
TERRIT. NALES *	704.082	5%
QUIND - RISARAL	570.269	4%
CHOCO	379.474	3%
TOLIMA	373.921	3%
HUI - CAQU	187.127	1%
OTROS	761.995	5%
TOTAL	14.275.138	100%

*Incluye Amazonas y Vaupés

Distribución Mdo Marcas ILC 2014



CONCEPTO	VENTAS 2014	VENTAS 2013
VENTAS MARCAS PROPIAS (RVC - AGTE CRSITAL - CREM)	14.275.138	15.008.968
VENTAS OTRAS MARCAS (EXT CAQ - N. S/DER - PLAT)	1.484.194	846.298
TOTAL VTAS NACIONALES	15.759.332	15.855.266
EXPORTACIONES	425.940	579.445
MAQUILAS (META - NARIÑO - PUTUMAYO)	2.234.274	3.645.296
ALCOHOL	12.266	2.703.743
TOTAL	18.431.812	22.783.750

COMENTARIOS COMPARATIVO VENTAS 2014 -2013

Marcas Propias decrecen, por factores como: reducción de cuotas y dificultades para la atención de pedidos para mercados como Caldas, Cauca, Valle.

Marcas Cedidas, crecimiento especial de Aguardiente Platino 120% y Extra del Caquetá 21%, producto de las tendencias de consumo de los pobladores de estas zonas del país.

**VENTAS AGUARDIENTE POR DPTO ILC 2014
UR 750 ML**

DEPARTAMENTO	AGUARDIENTES
	2014
AMAZONAS	7.980
ARAUCA	1.779
CALDAS	3.425.618
CAQUETA EXTRA	454.920
CASANARE	8.868
CHOCO PLATINO	1.012.560
CORDOBA	1.290
CUNDINAMARCA	74.848
GUAINIA	25.066
GUAVIARE	104.346
N. DE SANTANDER	29.712
N. SNTNDER EXTRA	16.714
QUINDIO	47.226
RISARALDA	137.322
SAN ANDRES	5.584
SANTANDER	35.016
SUCRE	448
VAUPES	2.800
VICHADA	18.846
SUBTOTAL	5.410.943
EXPORTACIONES	31.340
TOTALES	5.442.283

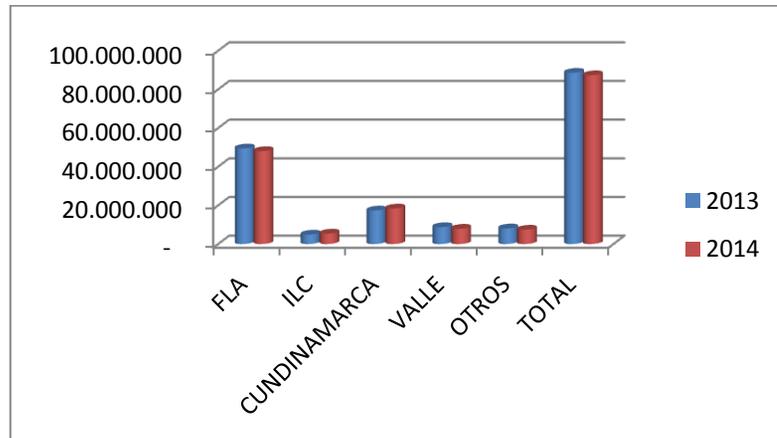
RECOBRANDO LA MEMORIA PARA CRECER, VENDER, VENDER Y VENDER

VENTAS AGUARDIENTE POR DPTO ILC 2014- 2013 UR 750 ML

COMENTARIOS AGUARDIENTE

En el consolidado el crecimiento de los aguardientes es del 11%, jalonado principalmente por el incremento de Aguardiente Platino en un 120% y el Aguardiente Extra en un 21%, para el caso de Chocó específicamente marca una alta tendencia en los hábitos de consumo.

Existe gran oportunidad para el Aguardiente Cristal Azul; continuando y garantizando la estabilidad del producto en sabor.



COMPARATIVO MERCADO DE AGUARDIENTES 2013-2014 ACIL

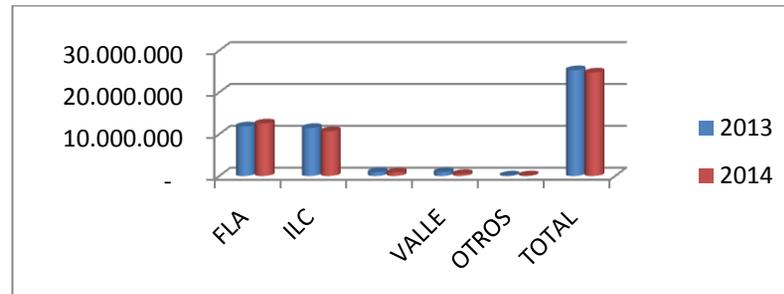
LICORERA	2013	2014	VAR. %	PARTICIPACIÓN 2014
FLA	49.460.435	48.099.788	-3%	55%
ILC	4.909.126	5.442.283	11%	6%
CUNDINAMARCA	17.385.434	18.408.645	6%	21%
VALLE	8.767.076	7.941.697	-9%	9%
OTROS	8.096.454	7.449.271	-8%	9%
TOTAL	88.618.525	87.341.684	-1%	100%

UR 750 ML

COMPARATIVO MERCADO DE RONES 2013-2014 ACIL

LICORERA	2013	2014	VAR. %	PARTICIPACIÓN 2014
FLA	11.845.607	12.567.891	6%	51%
ILC	11.480.222	10.697.311	-7%	43%
CUNDINAMARCA	915.983	832.574	-9%	3%
VALLE	908.483	485.603	-47%	2%
OTROS	131.481	151.704	15%	1%
TOTAL	25.281.776	24.735.083	-2%	100%

UR 750 ML



**VENTAS RON POR DPTO
ILC 2014 UR 750 ML**

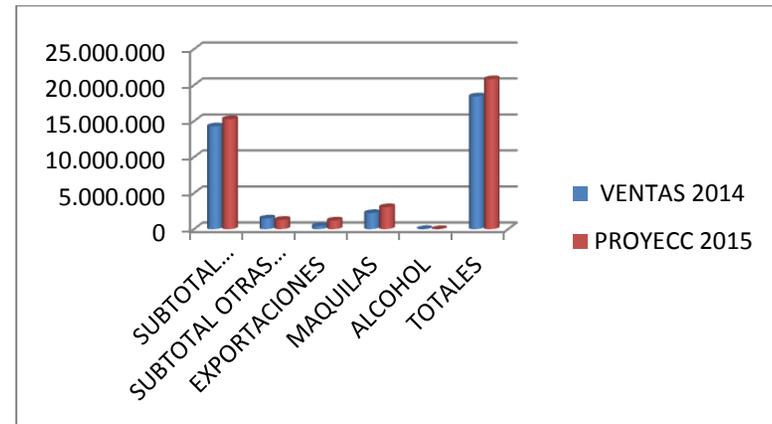
DEPARTAMENTO	RONES 2014
VALLE	4.075.523
CUNDINAMARCA	1.214.860
CAUCA	1.120.884
NARIÑO	722.800
CALDAS	633.989
TOLIMA	372.841
CHOCO	370.438
META	340.431
PUTUMAYO	203.933
RISARALDA	200.721
N. DE SANTANDER	186.191
QUINDIO	184.160
HUILA	134.734
SAN ANDRES	127.492
SANTANDER	103.144
CASANARE	96.380
CAQUETA	52.393
SUCRE	51.857
GUAVIARE	21.515
VICHADA	20.150
VAUPES	17.744
GUAINIA	15.268
ARAUCA	14.519
BOLIVAR	13.968
AMAZONAS	6.218
CORDOBA	1.338
SUBTOTAL	10.303.491
EXPORTACIONES	393.820
TOTALES	10.697.311

RECOBRANDO LA MEMORIA PARA CRECER, VENDER, VENDER Y VENDER

COMPARATIVO VENTAS 2014 VS PRESUPUESTO VENTAS 2015

CONCEPTO	VENTAS 2014	PROYECC 2015	% VARIAC.
SUBTOTAL MARCAS ILC	14.275.138	15.268.810	7%
SUBTOTAL OTRAS MARCAS	1.484.194	1.300.000	-12%
EXPORTACIONES	425.940	1.200.000	182%
MAQUILAS	2.234.274	3.050.000	37%
ALCOHOL	12.266	-	-100%
TOTALES	18.431.812	20.818.810	13%

UR 750 ML



Se proyecta un crecimiento del 13% basado en:

Lanzamiento de la nueva imagen de la marca y la política de precios establecida por la Junta para los rones especiales de 5 y 8 años, lograremos una reacción positiva del mercado de rones, que nos llevará a posicionar mejor nuestra marca en la categoría y lograr las metas planteadas.

El relanzamiento de la nueva imagen del Aguardiente Amarillo de Manzanares, el cual tuvo un primer sondeo en Ferias con gran aceptación.

La puesta en marcha del proceso de internacionalización del RVC, con lo cual esperamos llevar las exportaciones a un número de 1,2 millones de UR 750 ML, mínimo.

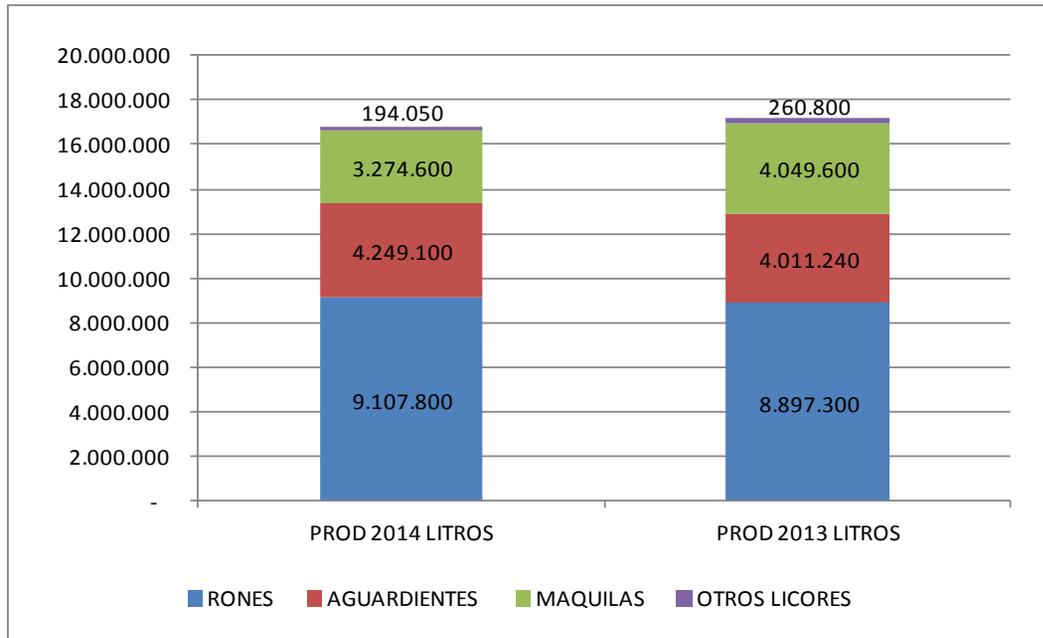
4.5. GERENCIA TÉCNICA

Objetivo

Producir y desarrollar en forma eficiente, segura para los trabajadores y respetando el medio ambiente, alcoholes y licores que cumplan con los requerimientos y expectativas de nuestros clientes internos y externos en forma oportuna, así como los productos intermedios y maquilas que sean requeridos por estos, cumpliendo con los estándares de seguridad física de la ILC.

Encargada de la administración de suministros, gestión de abastecimiento, gestión de producto terminado, producción de agua, añejamiento de rones, elaboración de licores, envasados, producción de alcoholes, servicios al proceso, planificación de la calidad, control de calidad, control de producto no conforme, mantenimiento y modernización tecnológica de procesos productivos.

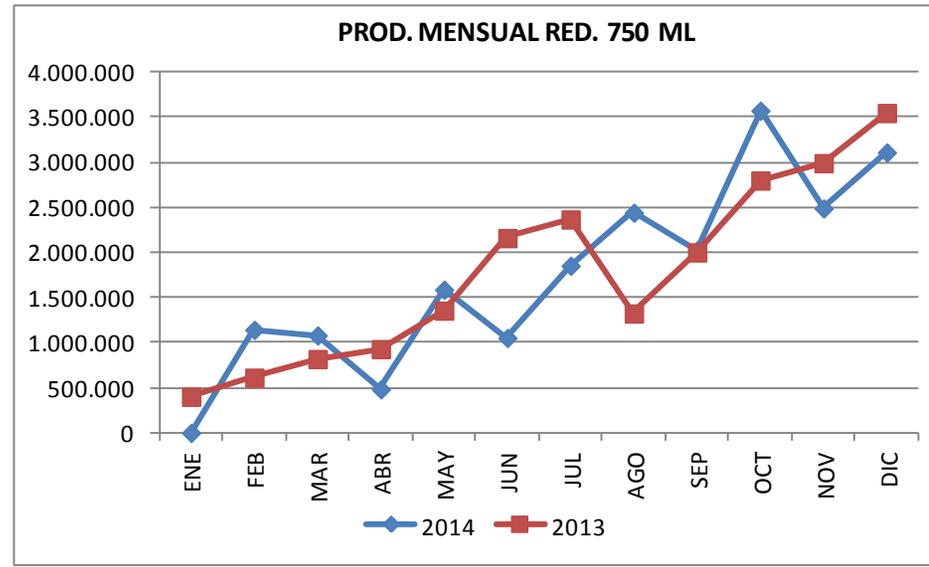
PRODUCCION PLANTA DE ELABORACION DE LICORES

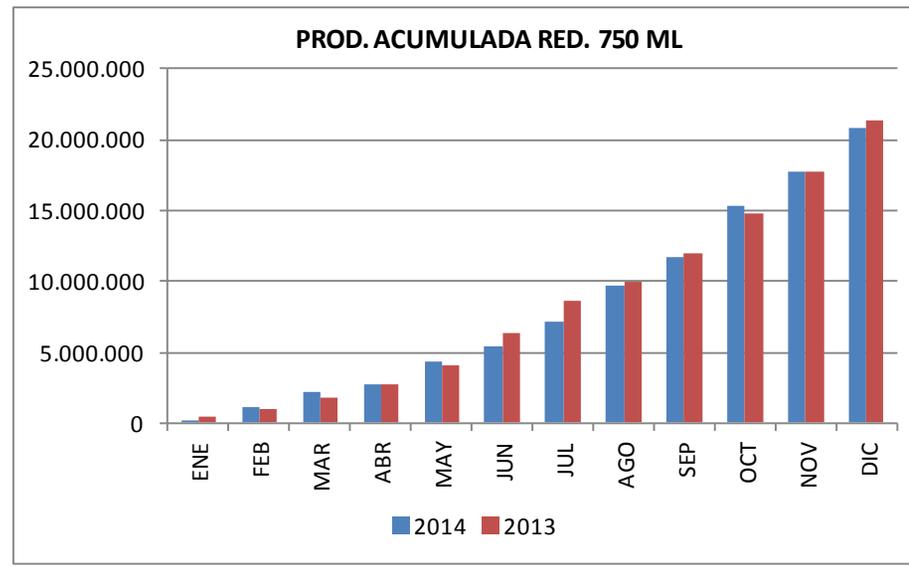


	PROD 2014 LITROS	PROD 2013 LITROS
RONES	9.107.800	8.897.300
AGUARDIENTES	4.249.100	4.011.240
MAQUILAS	3.274.600	4.049.600
OTROS LICORES	194.050	260.800
TOTALES	16.825.550	17.218.940

PRODUCCION PLANTA DE ENVASADOS

RECOBRANDO LA MEMORIA PARA CRECER, VENDER, VENDER Y VENDER

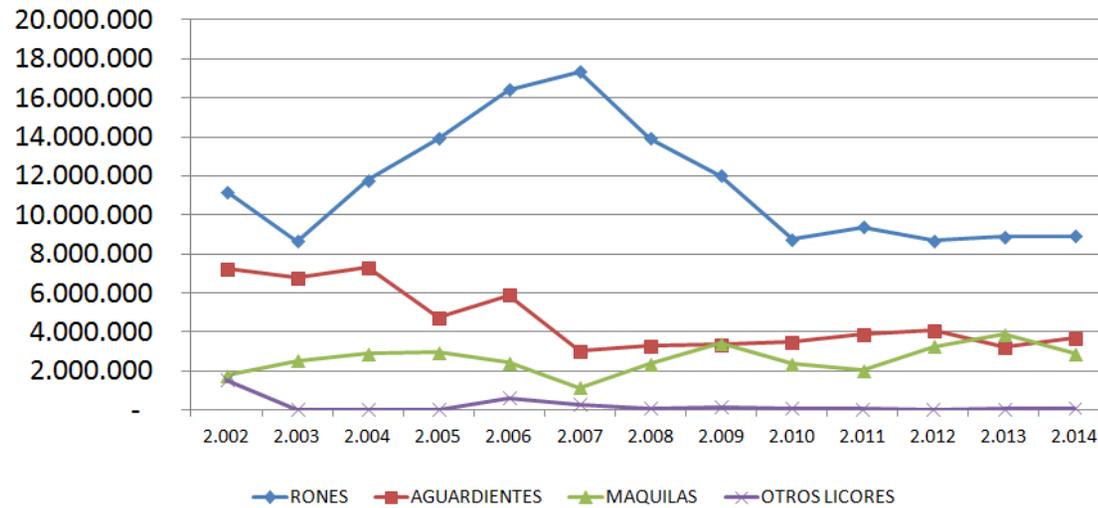




En el año 2014 se envasaron 20.868.424 Unidades Reducidas a 750ml contra 21.335.169 UR a 750 envasadas en 2013

INFORME ENVASADOS 2014				
MES	PROD. RED. 750ML		PROD. ACUMULADA	
	2013	2014	2013	2014
ENE	402.174	1.080	402.174	1.080
FEB	613.492	1.144.797	1.015.666	1.145.877
MAR	820.466	1.082.340	1.836.132	2.228.218
ABR	930.789	484.413	2.766.921	2.712.631
MAY	1.357.928	1.589.980	4.124.849	4.302.611
JUN	2.163.184	1.054.892	6.288.032	5.357.503
JUL	2.369.659	1.855.881	8.657.691	7.213.384
AGO	1.325.677	2.444.355	9.983.369	9.657.739
SEP	2.004.062	2.029.035	11.987.430	11.686.774
OCT	2.802.081	3.576.633	14.789.511	15.263.407
NOV	2.994.428	2.492.062	17.783.939	17.755.469
DIC	3.551.230	3.112.955	21.335.169	20.868.424

TENDENCIAS ENVASADO DE LICOR ILC (litros)



EJECUCION DE EBARILADO Y DESEMBARRILADO DE TAFIAS

RECOBRANDO LA MEMORIA PARA CRECER, VENDER, VENDER Y VENDER

MES	PLANEADO						EMBARRILADO	
	BARRIL NUEVO (UND)	BARRIL REUSO (UND)	BARRIL REPOT. (UND)	TOTAL BARRILES PARA LLENAR (UND)	NECESIDAD TAFIAS 70% (Litros)	NECESIDAD ALCOHOL TAFIAS 93% (Litros)	BARRILES LLENOS (UND)	TAFIAS FALTANTES 93% (Litros)
Ene-14	0	0		0	0	0		0
Feb-14	0	1000		1.000	220.000	165.591		165.591
Mar-14	0	1000		1.000	220.000	165.591	1.998	(165.260)
Abr-14	0	1000		1.000	220.000	165.591	774	37.424
May-14	0	2000		2.000	440.000	331.183	1.908	15.234
Jun-14	0	1000		1.000	220.000	165.591	414	97.037
Jul-14	1.000	1000		2.000	440.000	331.183		331.183
Ago-14	1.000	2000		3.000	660.000	496.774		496.774
Sep-14	0	2000	500	2.500	550.000	413.978		413.978
Oct-14	0	2000	1000	3.000	660.000	496.774		496.774
Nov-14	0	3000	1000	4.000	880.000	662.366	888	515.320
Dic-14	0	3000	500	3.500	770.000	579.570		579.570
TOTALES	2.000	19.000	3.000	24.000	5.280.000	3.974.194	5.982	2.983.626

AÑO	PLANEADO						EMBARRILADO	
	BARRIL NUEVO (UND)	BARRIL REUSO (UND)	BARRIL REPOT. (UND)	TOTAL BARRILES PARA LLENAR (UND)	NECESIDAD TAFIAS 70% (Litros)	NECESIDAD ALCOHOL TAFIAS 93% (Litros)	BARRILES LLENOS (UND)	TAFIAS FALTANTES 93% (Litros)
2.013	0	19.000	0	19.000	4.180.000	3.146.237	14.484	747.811
2.014	2.000	19.000	3.000	24.000	5.280.000	3.974.194	5.982	2.983.628

MOVIMIENTO DE BARRILES

RECOBRANDO LA MEMORIA PARA CRECER, VENDER, VENDER Y VENDER

MOVIMIENTO DE BARRILES	CANTIDAD
NUEVOS	0
REPOTENCIADOS	0
LLENOS	5.982
SIN LLENAR	10.921
VACIADOS	16.903

RELACION DE BARRILES SIN LLENAR EN 2014

SIN LLENAR (DIAS)	CANTIDAD BARRILES
30 y 60	3.186
61 y 120	4.248
mas de 120	3.487
TOTALES	10.921

LOGISTICA

- *Se gestionaron las resoluciones de baja para los inventarios de productos no conformes insumos, materias primas y productos terminados por un valor de \$1.611.027.816*
- *Se logró garantizar el abastecimiento de cápsulas de seguridad, cajas de embalaje y etiquetas hasta el 31 de diciembre de 2015 mediante la figura de vigencias futuras.*
- *Se lograron adelantos importantes en la nueva imagen RVC y aguardiente amarillo*
- *Se Garantizó el suministro de insumos, la producción y demás operaciones logísticas para la venta :*

	REDUCIDAS	COMERCIAL
• NACIONALES	15.535.861	21.977.143
• DEGUSTACION	279.357	437.847
• BONIFICACION	814.351	1.166.386
• MAQUILA	2.457.745	3.495.136
• INTERNACIONALES	425.940	394.692
• ALCOHOL ENVASADO	12.266	9.200
• TOTAL	19.525.520	27.741.670

- *Fuente de información: Oficina de Despacho*

Proceso de compra de 2'905.000 litros de alcohol extra neutro por un valor de US\$2.795.078

Fuente: Contrato 214 del 2014



CALIDAD Y CONTROL

Análisis de 178 lotes de Aguardiente, 111 lotes de Ron, 7 lotes de Crema de Ron y 3 lotes de Crema de Café.

Estructuración de todos los programas pre requisito para el cumplimiento de BPM.

Análisis físico químico y sensorial de muestras para la compra de alcohol extra neutro y alcohol tafias.

Modificación de la Guía Técnica de Calidad para Distribuidores y Comercializadores.

Modificación a la ficha técnica de la tapa de seguridad para hacerla más genérica en sus aspectos técnicos, garantizando el cumplimiento de los requisitos de calidad e inocuidad a los consumidores, los internos de la ILC y buscando minimizar las posibilidades de adulteración.

Estandarización de muestreo y análisis de alcoholes

Calificación de los cromatógrafos de gases y gases masas

Compra de densímetro para el Laboratorio de Control de Calidad

Participación en pruebas interlaboratorio a nivel Nacional.

INGENIERIA Y MANTENIMIENTO

- **Mejorar la Red de Incendio Actual.**
- **Contratación de Compra (Motobomba).**
- **Contrato de compra, instalación y puesta en marcha de sistema de bombeo de RHCI.**
- **Contratista: D&T Proyectos S.A.**
- **Contrato: 154 – 2014**
- **Duración: Hasta el 30 Diciembre de 2014.**
- **Valor: \$449.000.000**
- **Ejecución Exitosa al 100%.**



ADECUACION DE LINEAS DE ENVASADO A NUEVA IMAGEN DE RON VIEJO



Inversión: \$120.000.000 Ejecución: Junio – Octubre 2014

RECOBRANDO LA MEMORIA PARA CRECER, VENDER, VENDER Y VENDER

INSTALACION EQUIPOS A PRUEBA DE EXPLOSION PLANTA DE DESEMBARRILADO DE TAFIAS

Se logró cumplimiento de la garantía impuesta por compañía de seguros al interior de la bodega de añejamiento N° 5, es decir, sitio en el cual se hace el proceso de desembarrilado de tafias añejas.

Se instalaron motores y sistemas eléctricos a prueba de explosión.



GESTION AMBIENTAL

Dos Mantenimiento Forestales y de Obras de Bioingeniería para la conservación del agua Convenio interadministrativo con Corpocaldas 173-2014

Inversion:\$92.500.000

RECOBRANDO LA MEMORIA PARA CRECER, VENDER, VENDER Y VENDER



**Readecuación Acueducto:
Bocatomas Cristalina y Guayabal
Contrato 179-2014
Inversión \$14.993.221**

**Adecuación puntos Ecológicos Contrato 280-2014
Inversión: \$6.994.800**



Calidad y Control

Se renueva Sello ICOTEC NTC 278 Ronas y NTC 411 Aguardientes. En proceso certificación en NTC 1035 Cremas.

Estudio de características fisicoquímicas y sensoriales de muestras para compra de alcohol extra-neutro y tafias.

Se realizó la capacitación en Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) a todo el personal manipulador de materias primas y productos.

RECOBRANDO LA MEMORIA PARA CRECER, VENDER, VENDER Y VENDER

Se elaboraron todos los procedimientos para los programas pre requisito de BPM estipulados en el Decreto 1686 de 2012

Se cambió la totalidad de la cubierta de la bodega de Envasados y Elaboración de Licores, como cumplimiento a requisitos de BPM con un costo de \$492.000.000.



Premios

Se obtuvo el premio internacional iTQi

iTQi 2014

Producto	Medalla Obtenida
Ron Viejo de Caldas Gran Reserva Especial	GRAND GOLD
Ron Viejo de Caldas Carta de Oro - Añejo 8 Años	SILVER

RECOBRANDO LA MEMORIA PARA CRECER, VENDER, VENDER Y VENDER

4.6. GERENCIA FINANCIERA

Objetivo:

Realizar la planeación y ejecución financiera de la ILC con base en las normas legales establecidas.

Definir las estrategias de inversión de los recursos económicos de la Industria Licorera de Caldas ILC garantizando la seguridad y rentabilidad de las mismas.

Dirigir y Controlar la Política Institucional en las áreas de:

Contabilidad, Presupuesto, Tesorería, Costos, Gestión Financiera, Cuotas Partes Cobranzas, Tributaria, Aduanera y Cambiaria.

Recibir, analizar y presentar la información financiera de la Industria Licorera de Caldas en forma oportuna a la Gerencia General y a los diferentes entes de control.

Dentro de los logros obtenidos se evidenció el avance y mejora con respecto a los requerimientos de los entes de control tanto de la auditoría externa y los entes de control.

Aprobación del Acuerdo 029 de Políticas Contables el día 29 de diciembre de 2014.

Se elaboró el Plan Financiero para la vigencia 2015 fortaleciendo el principio de Planeación

Expedición de la Resolución Número 0069 del 23 de diciembre de 2014, el Consejo Departamental de Política Fiscal "CODFIS", aprobó el presupuesto de Ingresos y Gastos, de la Industria Licorera de Caldas, para la vigencia fiscal del 1° de enero al 31 de diciembre de 2015;

Mediante Acuerdo 030 del 30 de diciembre de 2014, La Junta Directiva refrendó la desagregación del presupuesto de Ingresos y Gastos de la Industria Licorera de Caldas para la vigencia fiscal de 1° de enero al 31 de diciembre de 2015;

De conformidad con el artículo 19 del Decreto 115 de 1996, inciso primero, y con el propósito de ejercer un mejor control sobre la ejecución del ingreso y del gasto, se dispuso la distribución interna del presupuesto, atendiendo, no solo a las necesidades de la Industria Licorera de Caldas, sino también a los aspectos de celeridad, agilidad y dinamismo en sus procesos internos.

Aprobación de la RESOLUCIÓN Nro. 0985 DEL 30 DE DICIEMBRE DE 2014 Por medio de la cual se realiza la distribución interna del presupuesto de ingresos y de gastos para la vigencia fiscal del 1° de enero al 31 de diciembre de 2015

El procedimiento y la liquidación de los costos se reestructó con nuevos inductores que dan confiabilidad al cálculo del costo final del producto.

La Gerencia Financiera tiene bajo su directa responsabilidad las siguientes dependencias:

- Contabilidad: Elaboración de los estados financieros.
- Presupuesto: Mantiene el equilibrio entre los ingresos y gastos de la ILC.
- Tesorería: Se administra la liquidez de la ILC.
- Costos: Responsable de calcular, verificar y certificar los costos de la ILC.
- Gestión Financiera: Seguimiento a las actividades y proyectos de mejoramiento del área financiera.
- Cuotas Partes: Se encarga del seguimiento a los pagos de los pensionados de la ILC que se realizan a través del Patrimonio Autónomo.
- Cobranzas: Gestión de la cartera de la ILC.
- Tributaria y Aduanera: Traslados del impuesto al consumo e iva a los departamentos.

Se publican en este informe los Estados Financieros Comparativos de noviembre 2014 vs 2013

Balance general de enero a de noviembre de 2014 y 2013 (cifras expresadas en miles de pesos).

	2014	2013	Var \$	Var. %		2014	2013	Var \$	Var. %
ACTIVO					PASIVO				
ACTIVO CORRIENTE	83.670.825	107.716.344	-24.045.519	-22,3%	PASIVO CORRIENTE	37.418.805	57.481.097	-20.062.292	-34,9%
EFFECTIVO	22.517.830	27.625.228	-5.107.398	-18,5%	OPER. DE CREDITO PUBLICO Y	8.995.169	16.332.864	-7.337.695	-44,9%
Caja	2.720	5.710	-2.990	-52,4%	Operaciones Financiamiento Internas Corto Plaz	8.995.169	16.332.864	-7.337.695	-44,9%
Depositos en Instituciones Financieras	22.515.110	27.619.518	-5.104.408	-18,5%					
					CUENTAS POR PAGAR	14.242.317	21.293.056	-7.050.739	-33,1%
INVERSIONES - INSTRUMENTOS					Adquisicion de Bienes y Servicios Nacionales	5.208.257	9.788.020	-4.579.763	-46,8%
DERIVADOS	7.360	7.109	251	3,5%	Intereses por Pagar	12.724	149.404	-136.680	-91,5%
Carteras Colectivas	7.360	7.109	251	3,5%	Acreeedores	2.319.439	2.307.573	11.866	0,5%
Inversion Adm. de Liquidez - CERTS	-	-	-	0,0%	Retencion en la Fuente e Impuesto de Timbre	158.222	342.949	-184.727	-53,9%
DEUDORES	27.042.593	36.921.855	-9.879.262	-26,8%	Impuestos Contribuciones y Tasas por pagar	297.395	119.637	177.758	100,0%
Venta de Bienes	13.922.901	22.914.859	-8.991.958	-39,2%	Impuesto al Valor Agregado IVA	3.901.109	6.496.041	-2.594.932	-39,9%
Prestación de Servicios	1.062.268	1.614.920	-552.652	-34,2%	Avances y Anticipos Recibidos	2.326.970	2.078.601	248.369	11,9%
Avances y Anticipos Entregados	552.472	14.101	538.371	3818,0%	Recursos Recibidos en Admon	-	-	-	0,0%
Impuesto	586.206	685.340	-99.134	-14,5%	Depositos Recibidos en Garantia	12.078	10.831	1.247	11,5%
Depositos Entregados en Garantia	39.512	-	39.512	0,0%	Créditos Judiciales	6.123	-	6.123	0,0%
Otros Deudores	3.708.543	9.752.701	-6.044.158	-62,0%	OBLIGACIONES LABORAL Y SEG. SOCIAL	2.059.748	2.080.492	-20.744	-1,0%
Deudas de Difícil Recaudo	11.550.903	5.414.332	6.136.571	113,3%	Salarios y Prestaciones Sociales	2.058.352	2.080.492	-22.140	-1,1%
Provision para Deudores (CR)	-4.380.212	-3.474.398	-905.814	26,1%	Pensiones y Prestaciones Económ. Por Pagar	1.396	-	1.396	100,0%
					PASIVOS ESTIMADOS	4.350.556	6.650.456	-2.299.900	-34,6%
INVENTARIOS	31.957.152	42.891.819	-10.934.667	-25,5%	Provision para Obligaciones Fiscales	913.826	2.596.938	-1.683.112	-64,8%
Bienes Producidos	15.908.375	14.591.688	1.316.687	9,0%	Provision para Contingencias (Litigios)	-	-	-	0,0%
Materias Primas	2.141.055	648.551	1.492.504	230,1%	Provisión Prestaciones Sociales	2.956.002	3.565.206	-609.204	-17,1%
Envases y Empaques	4.129.811	1.997.074	2.132.737	106,8%	Provisiones Diversas	480.728	488.312	-7.584	-1,6%
Productos en Proceso	12.781.303	26.688.523	-13.907.220	-52,1%	OTROS PASIVOS	7.771.015	11.124.229	-3.353.214	-30,1%
Materia Prima en Transito	-	-	-	0,0%					
En Poder de Terceros	5.710	5.710	-	0,0%					
Prov. Protección Invent.	-3.009.102	-1.039.727	-1.969.375	189,4%					
OTROS ACTIVOS	2.145.890	270.333	1.875.557	693,8%					
Bienes y Servicios Pag. por Ant.	2.145.890	270.333	1.875.557	693,8%					
ACTIVO NO CORRIENTE	241.803.383	251.084.756	-9.281.373	-3,7%					
INVERSIONES E INSTRUMENTOS									
DERIVADOS	567.453	577.822	-10.369	-1,8%					
Inversiones Entidad Privada	567.453	567.453	-	0,0%					
Inversion Adm. de Liquidez - CERTS	-	10.369	-10.369	0,0%					
INVENTARIOS	46.128.921	44.107.792	2.021.129	4,6%					
Producto en Proceso	46.128.921	44.107.792	2.021.129	4,6%					

RECOBRANDO LA MEMORIA PARA CRECER, VENDER, VENDER Y VENDER

					Recaudos a Favor de Terceros	7.771.015	11.124.229	-3.353.214	-30,1%
PROP. PLANTA Y EQUIPO	31.533.350	35.549.097	-4.015.747	-11,3%					
Terrenos	2.280.452	2.280.452	-	0,0%	PASIVO NO CORRIENTE	138.162.604	143.594.936	-5.432.332	-3,8%
Plantaciones Agricolas	425.893	-	425.893	100,0%					
					OPER. DE FINANC. INTERNAS LARGO PLAZO	-	5.995.169	-5.995.169	-100,0%
Construcciones en Curso	4.131.853	3.489.905	641.948	18,4%	Operaciones Financiamiento Internas Largo Plaz	-	5.995.169	-5.995.169	-100,0%
Bienes Muebles en Bodega	107.974	106.234	1.740	1,6%					
Edificaciones	6.707.495	6.707.495	-	0,0%	PASIVOS ESTIMADOS	138.162.604	137.599.767	562.837	0,4%
Plantas, Ductos y Tuneles	3.188.356	3.188.356	-	0,0%					
					Provision para Contingencias (Litigios)	3.509.352	4.505.171	-995.819	0,0%
Redes, Lineas y Cables	2.177.520	2.177.520	-	0,0%	Provision para Pensiones	134.653.252	133.094.596	1.558.656	1,2%
Maquinaria y Equipo	1.284.017	1.214.236	69.781	5,7%	TOTAL PASIVO	175.581.409	201.076.033	-25.494.624	-12,7%
Equipo medico y Cientifico	1.743.281	1.655.780	87.501	5,3%	TOTAL PATRIMONIO	149.892.799	157.725.067	-7.832.268	-5,0%
Muebles, Enseres y Equipo de Oficina	41.683.194	41.680.717	2.477	0,0%	Capital Fiscal	95.561.281	99.644.863	-4.083.582	-4,1%
Equipo de Comunicación y Computacio	2.614.590	2.610.383	4.207	0,2%	Reservas	-	-	-	0,0%
Equipo de Transporte, Traccion y Eleva	1.983.666	1.806.644	177.022	9,8%	Superávit por Donaciones	228.880	228.880	-	0,0%
Equipo de Comedor y Cocina	402.669	402.669	-	0,0%	Superávit por Valorizaciones	56.930.136	58.170.931	-1.240.795	-2,1%
Depreciación Acumulada (Cr)	-33.447.086	-30.515.104	-2.931.982	9,6%	Efecto del Saneamiento Contable	-3.783.390	-3.783.390	-	0,0%
Provisión para Proteccion P.P y E. (CR)	-3.750.524	-1.256.190	-2.494.334	198,6%	Resultados de Ejercicios Anteriores	-	-	-	0,0%
OTROS ACTIVOS	163.573.659	170.850.045	-7.276.386	-4,3%	Resultado del Ejercicio	955.892	3.463.783	-2.507.891	-72,4%
Reserva Financiera Actuarial (Encargo Fiduciario)	80.496.288	85.206.245	-4.709.957	-5,5%	TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	325.474.208	358.801.100	-33.326.892	-9,3%
Reserva Finciera actuarial (Propiedades, Planta y Equipo)	22.411.190	23.589.473	-1.178.283	-5,0%	CUENTAS DE ORDEN DEUDORAS X CONTRA	19.238.757	18.440.883	797.874	4,3%
Cargos Diferidos	3.120.440	3.377.066	-256.626	-7,6%	CUENTAS DE ORDEN ACREEDORAS X CONTRA	37.855.619	36.914.734	940.885	2,5%
Bienes Entregados a Terceros	58.398	58.398	-	0,0%					
Amortización Acumulada de Bienes Entregados a Terceros (CR)	-48.578	-44.685	-3.893	8,7%					
Bienes de Arte y Cultura	228.880	228.880	-	0,0%					
Intangibles	3.059.940	2.774.383	285.557	10,3%					
Amortización Acumulada de Intangibles	-2.683.035	-2.510.646	-172.389	6,9%					
Valorizaciones	56.930.136	58.170.931	-1.240.795	-2,1%					
TOTAL ACTIVO	325.474.208	358.801.100	-33.326.892	-9,3%					
CUENTAS DE ORDEN DEUDORAS	19.238.757	18.440.883	797.874	4,3%					
CUENTAS DE ORDEN ACREEDORAS	37.855.619	36.914.734	940.885	2,5%					

Estado de la actividad financiera, económica, social y ambiental a noviembre 30 de 2014 y 2013 (cifras expresadas en miles de pesos).

	Notas	2014	VERT	2013	VERT	Var \$	Var Horiz %
INGRESOS							
Ventas	3.13	74.962.948		88.813.414		-13.850.466	-15,6%
Venta de Bienes	72.629.110			83.342.316			
Devoluciones, Rebajas y Descuentos	(415.394)			-			
Venta de Servicios (Maquila)	2.749.232			5.471.098			
Total Ingresos		74.962.948	100,0%	88.813.414	100,0%	-13.850.466	-15,6%
Costo de Ventas	3.13	40.428.581	53,9%	47.760.545	53,8%	-7.331.964	-15,4%
Utilidad Bruta		34.534.367	46,1%	41.052.869	46,2%	-6.518.502	-15,9%
Gastos de Administración	3.13	23.269.505	31,0%	23.513.211	26,5%	-243.706	-1,0%
Amortización Calc Act. (Gast Adm)	10.514.267			11.095.023		-580.756	-5,2%
Sueldos y Salarios	4.980.736			5.155.185		-174.449	-3,4%
Contribuciones Imputadas	619.865			575.857		44.008	7,6%
Contribuciones Efectivas	628.014			839.883		-211.869	-25,2%
Aportes sobre la Nomina	40.971			83.580		-42.609	-51,0%
Generales	3.665.879			3.028.897		636.982	21,0%
Impuestos, Contribuciones y Tasas	2.819.773			2.734.786		84.987	3,1%
Gastos de Operación y Ventas	3.13	8.496.460	11,3%	7.129.534	8,0%	1.366.926	19,2%
Sueldos y Salarios	2.201.060			1.592.356		608.704	38,2%
Contribuciones Imputadas	4.009			7.926		-3.917	-49,4%
Contribuciones Efectivas	279.403			271.160		8.243	3,0%
Aportes sobre la Nomina	20.292			32.268		-11.976	-37,1%
Generales	4.962.651			4.904.226		58.425	1,2%
Impuestos, Contribuciones y Tasas	1.029.045			321.598		707.447	220,0%
Utilidad o (Pérdida) Operacional		2.768.402	3,7%	10.410.124	11,7%	-7.641.722	-73,4%
Ingresos no operacionales							
Ingresos Financieros		7.543.808		5.436.670		2.107.138	38,8%
Intereses sobre Depositos en Inst.Fcierias	405.276			212.573		192.703	90,7%
Ajuste por Diferencia en Cambio	418.006			112.298		305.708	272,2%
Rendimientos Depositos en Admon	6.720.526			5.111.799		1.608.727	31,5%
Otros Ingresos		1.044.607		9.291.211		-8.246.604	-88,8%
Otros Ingresos Ordinarios	1.987			1.496		491	32,8%
Extraordinarios	608.607			8.767.415		-8.158.808	-93,1%
Otros ingresos Financieros	196.659			26.882		169.777	631,6%
Dividendos y Participaciones	236.281			495.418		-259.137	-52,3%
Ajustes de Ejercicios Anteriores		191.905		25.410		166.495	655,2%
Ingresos no Operacionales	3.14	8.780.320	11,7%	14.753.291	16,6%	-5.972.971	-40,5%
Amortización, Provisiones y Depreciaciones		5.747.619		8.001.760		-2.254.141	-28,2%

RECOBRANDO LA MEMORIA PARA CRECER, VENDER, VENDER Y VENDER

Provision para Deudores	862.097			80.172			781.925	100,0%	
Provision para Proteccion de Inventarios	183.296			130.182			53.114	100,0%	
Provision para Obligaciones Fiscales	916.989			2.596.938			-1.679.949	-64,7%	
Provisión para Contingencias	2.902.017			4.309.859			-1.407.842	100,0%	
Depreciación Propiedad, Planta y Equipo	725.282			691.520			33.762	4,9%	
Amort. Bienes Muebles entregado a TR	3.569			3.569			-	0,0%	
Amortización de Intangibles	154.369			189.520			-35.151	-18,5%	
Gastos Financieros		1.508.673			4.336.759		-2.828.086	-65,2%	
Intereses	853.335			1.581.801			-728.466	-46,1%	
Comisiones	4.360			2.307			2.053	89,0%	
Ajuste por Diferencia en Cambio	411.634			11.731			399.903	3408,9%	
Financieros	239.344			2.740.920			-2.501.576	-91,3%	
Otros Gastos		2.795.306			3.187.834		-392.528	-12,3%	
Otros Gastos Ordinarios	2.686.272			3.073.412			-387.140	-12,6%	
Extraordinarios	107.621			113.267					
Costos y Gastos por Distribuir	1.413			1.155			258	22,3%	
Ajustes de Ejercicios Anteriores		541.232			6.173.279		-5.632.047	-91,2%	
Gastos no Operacionales		3.15	10.592.830	14,1%		21.699.632	24,4%	-11.106.802	-51,2%
UTILIDAD DEL EJERCICIO (PERDIDA)		3.12	955.892	1,3%		3.463.783	3,9%	-2.507.891	-72,4%

Presupuesto a 31 de diciembre de 2014 y 2015

RESOLUCIÓN Nro. 0985 DEL 30 DE DICIEMBRE DE 2014 Por medio de la cual se realiza la distribución interna del presupuesto de ingresos y de gastos para la vigencia fiscal del 1° de enero al 31 de diciembre de 2015

INGRESOS

ID	CONCEPTO	PRESUPUESTO AFORADO VIGENCIA 2.014	VARIACION ABSOLUTA PPTO 2014 VS EJECUTADO 2014	VARIACION RELATIVA PPTO 2014 VS EJECUCION 2014	EJECUCION PPTO ACUMULADA AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014	PRESUPUESTO APROBADO VIGENCIA 2.015	VARIACION ABSOLUTA PPTO 2015 VS EJECUCION 2014	VARIACION RELATIVA PPTO 2015 VS EJECUCION 2014
	DISPONIBILIDAD INICIAL	0	0	0	0,00	3.000.000.000	3.000.000.000	
1.1	INGRESOS CORRIENTES	134.246.000.000	-16.261.014.637	-12%	117.984.985.362	140.308.000.000	22.323.014.637	19%
1.2	RECURSOS DE CAPITAL	14.420.000.000	-13.318.518.270	-92%	1.101.481.730	31.150.000.000	30.048.518.269	2728%
TOTAL INGRESOS		148.666.000.000	-29.579.532.908	-20%	119.086.467.092	174.458.000.000	55.371.532.907	46%

GASTOS

		PRESUPUESTO		PRESUPUESTO	VARIACION	VARIACION	VIGENCIAS		
		AFORADO	EJECUCION PPTO	APROBADO	ABSOLUTA PPTO	RELATIVA PPTO	FUTURAS	TOTAL	DISPONIBLE
CODIGO	DESCRIPCIÓN	VIGENCIA	ACUMULADA	VIGENCIA	APROBADO 2015	APROBADO 2015	2015	COMPROMISOS	VIGENCIA
		2014	AL 31 DE	2015	VS EJECUCION	VS EJECUCION		2014	2015
			DICIEMBRE DE 2014		2014	2014			
2	PRESUPUESTO DE GASTOS	148.666.000.000	118.164.491.816	174.458.000.000	56.293.508.184	47,64%	26.190.430.142	20.478.299.858	127.789.270.000
2.1	FUNCIONAMIENTO	53.769.000.000	42.248.070.437	76.539.415.000	34.291.344.563	81,17%	4.318.899.171	1.223.330.000	70.997.185.829
2.2	OPERACIÓN COMERCIAL	73.814.000.000	67.624.567.983	80.378.000.000	12.753.432.017	18,86%	20.127.180.971	18.529.400.000	41.721.419.029
2.3	SERVICIO DE LA DEUDA	8.495.000.000	6.681.245.274	7.000.000.000	318.754.726	4,77%	0	0	7.000.000.000
2.4	INVERSIÓN	12.588.000.000	1.610.608.122	10.535.585.000	8.924.976.878	554,14%	1.744.350.000	725.569.858	8.065.665.142
	DISPONIBILIDAD FINAL			5.000.000	5.000.000	0,00%			5.000.000
	T O T A L	148.666.000.000	118.164.491.816	174.458.000.000	56.293.508.184	47,64%	26.190.430.142	20.478.299.858	127.789.270.000

IMPUESTOS GIRADOS AÑO 2014			
DEPTO	CONSUMO	IVA	TOTAL
	\$	\$	\$
CAQUETA	3.183.568.700,00	1.714.229.300,00	4.897.798.000,00
VICHADA	306.482.150,00	165.028.850,00	471.511.000,00
PUTUMAYO	589.167.550,00	317.243.450,00	906.411.000,00
ARAUCA	100.423.700,00	54.074.300,00	154.498.000,00
GUAVIARE	668.974.150,00	360.216.850,00	1.029.191.000,00
HUILA	938.154.100,00	505.159.900,00	1.443.314.000,00
NARIÑO	7.513.065.300,00	4.045.496.700,00	11.558.562.000,00
NORTE DE SANTANDER	1.674.115.255,00	901.447.980,00	2.575.563.235,00
CORDOBA	53.076.400,00	28.579.600,00	81.656.000,00
TOLIMA	1.645.706.400,00	886.149.600,00	2.531.856.000,00
CALDAS	24.921.384.149,00	13.419.206.851,00	38.340.591.000,00
QUINDIO	2.024.456.200,00	1.090.091.800,00	3.114.548.000,00
AMAZONAS	281.941.400,00	151.814.600,00	433.756.000,00
VAUPES	156.675.350,00	84.363.650,00	241.039.000,00
SANTANDER	621.898.550,00	334.868.450,00	956.767.000,00
VALLE	29.127.845.500,00	15.684.224.500,00	44.812.070.000,00
BOLIVAR	96.727.800,00	52.084.200,00	148.812.000,00
RISARALDA	2.595.211.450,00	1.397.421.550,00	3.992.633.000,00
CAUCA	7.215.698.750,00	3.885.376.250,00	11.101.075.000,00
CHOCO	6.393.891.550,00	4.559.182.450,00	10.953.074.000,00
CASANARE	689.791.700,00	371.426.300,00	1.061.218.000,00
META	2.338.514.750,00	1.259.200.250,00	3.597.715.000,00
GUAINIA	366.838.550,00	197.528.450,00	564.367.000,00
SUCRE	287.101.100,00	154.592.900,00	441.694.000,00
SAN ANDRES	95.292.000,00	0,00	95.292.000,00
CUNDINAMARCA	8.791.970.200,00	4.761.906.169,00	13.553.876.369,00
TOTAL	102.677.972.704,00	56.380.914.900,00	159.058.887.604,00



RECOBRANDO LA MEMORIA PARA CRECER, VENDER, VENDER Y VENDER