



## FÁBRICA DE LICORES Y ALCOHOLES DE ANTIOQUIA EICE

### RESOLUCIÓN N°

Radicado: S 2021060000595

Fecha: 01/07/2021

Tipo:  
RESOLUCIÓN  
Destino:



**“POR LA CUAL SE ADOPTA LA POLÍTICA DE COMUNICACIONES DE EMPRESA INDUSTRIAL Y COMERCIAL DEL ESTADO FÁBRICA DE LICORES Y ALCOHOLES DE ANTIOQUIA”.**

**EI GERENTE GENERAL DE LA FÁBRICA DE LICORES Y ALCOHOLES DE ANTIOQUIA,** en ejercicio de las facultades legales y estatutarias, en especial las que le confiere la Ley 489 de 1998 y la Ordenanza No. 19 de 2020 en su artículo 13, y

### CONSIDERANDO

Que la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia es una empresa industrial y comercial del Estado de naturaleza estatal del orden departamental, creada mediante Ordenanza N° 19 del 19 de noviembre de 2020, con personería jurídica, autonomía administrativa, financiera y presupuestal, que desarrolla actividades de naturaleza industrial y comercial conforme a las reglas del derecho privado.

Que de conformidad con la Ordenanza N° 19 del 19 de noviembre de 2020, es función de la Junta Directiva de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia “(...) formular la política general de la Empresa (...)” y “(...) fijar las políticas generales (...)” (artículo 9.2 y 9.3).

Que a través de la Política de Comunicaciones de la Empresa, la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia EICE busca garantizar valores como el respeto, la transparencia, la veracidad, el diálogo y la oportunidad, así como velar por la reputación de la Empresa, contribuir a la sostenibilidad y salvaguardar el adecuado manejo de la imagen corporativa.

Que la Junta Directiva en Sesión Ordinaria celebrada el pasado diecisiete (17) de junio de 2021 aprobó la Política de Comunicaciones anexa a la presente Resolución y facultó al Gerente General de la Empresa para que mediante este instrumento jurídico adoptara la Política Comunicaciones de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia EICE



Que, en mérito de lo expuesto,

### RESUELVE


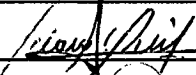
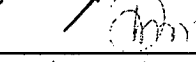
**Artículo 1º.** Adoptar la Política de Comunicaciones de la Empresa Industrial y Comercial del Estado Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia aprobada por la Junta Directiva en Sesión Ordinaria del diecisiete (17) de junio de 2021, anexa a la presente Resolución.

**Artículo 2º.** Comunicar la Política a todos los servidores y contratistas de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia EICE.

**Artículo 3º.** La presente Resolución regirá a partir de su publicación en la página web.

### COMUNÍQUESE, PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE

  
**JAVIER IGNACIO HURTADO HURTADO**  
**GERENTE GENERAL**

| NOMBRE   |  | FIRMA  | FECHA       |
|----------|--|--|-------------|
| Aprobó   | Diana Marcela Raigoza Duque, Secretaria General                      |  | 30-Jun-21   |
| Revisó   | Juan Carlos Quiceno Álvarez, Asesor de Comunicaciones                |  | 01-Jul.2021 |
| Proyectó | Diego Alexander Carrasquilla Salazar, Contratista Secretaria General |  | 30-jun-2021 |

Los arriba firmantes declaramos que hemos revisado el documentos y lo encontramos ajustado a las normas y disposiciones legales vigentes y por lo tanto, bajo nuestra responsabilidad lo presentamos para firma.



## **POLÍTICA DE COMUNICACIONES FÁBRICA DE LICORES Y ALCOHOLES DE ANTIOQUIA - EICE**

### **1. PRESENTACIÓN**

La Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia es una empresa industrial y comercial del estado, 100% pública, de propiedad del Departamento de Antioquia. Como tal, hace parte del Conglomerado Público Gobernación de Antioquia y rige su accionar a partir de las políticas del Gobierno Corporativo y los acuerdos de relacionamiento. En Materia de comunicaciones, articula su ejercicio con el Pilar de Gobernanza de las Comunicaciones del Conglomerado.

La FLA, nació el 28 de abril de 1919 en una pequeña bodega en el barrio La América de Medellín, como una dependencia de la Gobernación de Antioquia. No obstante, mediante la Ordenanza N° 19 del 19 de noviembre de 2020, la Honorable Asamblea de Antioquia la transformó en empresa industrial y comercial del Estado (EICE), por lo cual, a partir del 1 de enero de 2021, la Fábrica de Licores se erige como EICE.

Su acto de creación, señala que la FLA EICE tiene como objeto producir, comercializar, vender, importar y distribuir licores destilados, alcohol potable y no potable, así como bebidas alcohólicas y no alcohólicas, productos sanitarios, medicinales, alimenticios y complementarios.

La FLA aporta gran cantidad de recursos para la salud, la educación, la cultura, el deporte y el progreso del departamento.

### **2. POLÍTICA DE COMUNICACIONES.**

Las comunicaciones en la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia -FLA-, se basan en el respeto, transparencia, veracidad, diálogo, oportunidad y el respeto con todos sus públicos. Está orientada a velar por la reputación, contribuir a la sostenibilidad y por el adecuado manejo de la imagen corporativa.

Esta labor se realiza mediante la creación y ejecución de estrategias de comunicación, mensajes y dispositivos coherentes con el propósito de la entidad. La presencia institucional se promueve a través del buen uso de la identidad corporativa, el manejo y conducción de relaciones adecuadas con los diferentes públicos y stakeholders, así como con la realización de procesos de comunicación eficaces.



La comunicación publicitaria de las marcas de la FLA está asociada a la labor de la Subgerencia de Mercadeo y Ventas de la Fábrica, por tanto, se basa en las lógicas de promoción, custodia y posicionamiento de las mismas. Aunque no hace parte de la labor de la Oficina de Comunicaciones, su discurso y la calidad de sus mensajes debe estar en concordancia y articulación con la política de comunicaciones y las guías del Conglomerado en todos sus pilares.

### 3. PÚBLICOS DE INTERÉS

En la FLA concebimos como algo primordial la relación con nuestros *stakeholders*. Por eso nos comunicamos con ellos de manera adecuada para mantenerlos informados de nuestro qué hacer y del avance en la ejecución de nuestro plan de acción. Con ellos nos comunicamos con una periodicidad establecida y con lineamientos claros, de modo que sea permanente, clara y aportante la interacción.

Esta labor se realiza mediante el diseño de estrategias, la creación de mensajes y dispositivos de comunicación.

Los públicos están clasificados en:

- Internos: Colaboradores (trabajadores, contratistas, directivos), miembros de la Junta Directiva y empleados de la Gobernación de Antioquia prestando sus servicios de apoyo en la FLA.
- Externos: Medios de comunicación, sector empresarial, gobierno nacional, comunidad en general.
- Intermedios: Proveedores, familiares de públicos internos, distribuidores y potenciales aliados en el ámbito nacional e internacional.

Objetivos de comunicación para cada uno de los públicos:

| PÚBLICO  | OBJETIVO                                     |
|--|--|
| Colaboradores de la FLA  | Transmitir orgullo, compromiso y pertenencia |
| Medios de comunicación   | Enviar información de interés y colaboración |
| Comunidad  | Vínculo emocional                            |
| Proveedores  | Alianzas y mejora en los servicios           |
| Junta directiva, empleados de la Gobernación de Antioquia en apoyo a la FLA. | Generar valor y confianza                    |



#### 4. VOCEROS

Los voceros son los encargados de comunicar la información que se emite desde la Fábrica de Licores de Antioquia, como empresa industrial y comercial del Estado.

- Como empresa que hace parte del Conglomerado Público Gobernación de Antioquia, su principal vocero es el Gobernador del Departamento.
- El Gerente General es el vocero oficial de la FLA – EICE.
- Los Subgerentes pueden ser delegados para los temas específicos de su área, según se defina entre el Gerente y la oficina de Comunicaciones.
- El Gerente podrá delegar voceros específicos para temas concretos, cuando así lo considere. Por ejemplo:
  - Mercadeo y ventas, para lo cual será el Subgerente del área.
  - Catas y características de composición de los licores, el Maestro Ronero.
  - Legales, la Secretaria General.
  - o algún otro, según el tema.

#### 5. MEDIOS DE COMUNICACIÓN CORPORATIVOS

##### 1. Internos

- Boletín Interno
- Comunicados Internos
- Correos electrónicos masivos
- Carteleras digitales
- Eventos y celebraciones internas
- Material de divulgación
- Whatsapp business
- Campañas internas con el uso de la infraestructura de la sede

##### 2. Externos

- Página web
- Redes sociales: Twitter @FLAenLinea
- Correos electrónicos institucionales
- Publicaciones e impresos
- Cartas personales e informes
- Eventos
- Ruedas de prensa y boletines
- Eventos de Relaciones Corporativas



## 6. COMITÉ DE CRISIS

Es un equipo de personas que se reúne para tomar decisiones claves de manera urgente frente a algún asunto de importancia inmediata para la Fábrica. En caso de necesidad podrá reunirse en cualquier momento, tomará decisiones o delegará acciones para mitigar el riesgo por el cual fue convocado.

En la FLA, el Comité de Crisis estará conformado por:

- El Gerente General
- El (o la) Secretaria General.
- El (o la) Subgerente Administrativa.
- El (o la) Subgerente de Producción.
- El (o la) Subgerente de Mercadeo y Ventas
- El Asesor de Comunicaciones.
- Dependiendo del tema a tratar, se podrá invitar a personas responsables de otras áreas de la FLA.
- También podrá invitarse al Gobernador de Antioquia o su delegado, al Gerente de Comunicaciones de la Gobernación y a asesores o personas externas a la Fábrica especialistas en el tema a tratar.

Entre sus funciones estará:

- Evaluar los diferentes escenarios o niveles de la crisis.
- Elaborar un plan de contingencia frente al tema planteado.
- Delegar tareas de ejecución inmediata y a mediano plazo para atender la crisis.
- Definir un vocero o voceros, según sea necesario.
- Hacer seguimiento a la ejecución de las tareas.
- Evaluar el resultado de las acciones ejecutadas.
- En todo caso, velar por la imagen pública y la reputación de la FLA.

El Comité dará por terminada su labor en cuanto haya terminado la situación que ameritó citarlo o cuando lo decida el mismo comité.