



Radicado: S 202106000934

Fecha: 29/10/2021

Tipo:  
RESOLUCIÓN  
Destino:



## FÁBRICA DE LICORES Y ALCOHOLES DE ANTIOQUIA EICE

### RESOLUCIÓN N°

**“POR MEDIO DEL CUAL SE CREAN UNA (1) PLAZA DE EMPLEO, SE MODIFICA UNA (1) PLAZA DE EMPLEO, SE MODIFICA EL ACUERDO N° 006 DEL 21 DE DICIEMBRE DE 2020 POR MEDIO DEL CUAL SE DETERMINA LA PLANTA GLOBAL DE CARGOS Y ESTRUCTURA DE SALARIOS DE LA FABRICA DE LICORES Y ALCOHOLES DE ANTIOQUIA, SE DEFINEN LAS FUNCIONES DE SUS DEPENDENCIAS Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES, Y MODIFICA EL ACUERDO N° 005 DEL 21 DE DICIEMBRE DE 2020 POR MEDIO DEL CUAL SE DETERMINA LA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE LA FABRICA DE LICORES Y ALCOHOLES DE ANTIOQUIA, SE DEFINEN LAS FUNCIONES DE SUS DEPENDENCIAS Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES”**

**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 conforme a lo establecido en el numeral 9° del artículo 9° de la Ordenanza N° 19 del 19 de noviembre de 2020, corresponde a la Junta Directiva de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia EICE crear, suprimir o fusionar los cargos que considere necesarios, para lo cual tomará en cuenta la propuesta que formule el Gerente General.

Que el Gerente General formuló propuesta a la Junta Directiva para la creación de una (1) plazas de empleo y la modificación de una (1) existente, a saber: (i) Creación de un (1) Subgerente de Mercadeo, Libre Nombramiento que tendrá como propósito Dirigir la planeación del proceso de mercadeo de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia, definiendo las políticas para cumplir con las estrategias de mercadeo de los productos comercializados en los mercados locales, nacionales e internacionales, con el propósito de garantizar el cumplimiento de las metas en ventas, búsqueda de nuevos productos y mercados y el posicionamiento de los productos.; y con este (ii) la modificación del cargo Subgerente de Mercadeo y Ventas a Subgerente Comercial, conservando la naturaleza de Libre Nombramiento y Remoción, en concordancia con el Acuerdo No. 06 del (21) de Diciembre de 2020.

Que la Junta Directiva en Sesión Ordinaria celebrada el 15 de septiembre de 2021, facultó al Gerente General de la Empresa para que mediante Resolución cree tres (3) plazas de empleo,

CSA



y se modifique una (1) plaza existente, modificando el Acuerdo N° 006 del 21 de diciembre de 2020 "MEDIANTE EL CUAL SE ADOPTA LA PLANTA GLOBAL DE CARGOS Y ESTRUCTURA DE SALARIOS DE LA FABRICA DE LICORES Y ALCOHOLES DE ANTIOQUIA, SE DEFINEN LAS FUNCIONES DE SUS DEPENDENCIAS Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES", el Acuerdo N°005 del 21 de diciembre del 2020 "POR MEDIO DEL CUAL SE DETERMINA LA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE LA FABRICA DE LICORES Y ALCOHOLES DE ANTIOQUIA, SE DEFINEN LAS FUNCIONES DE SUS DEPENDENCIAS Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES"

Que conforme las facultades otorgadas al Gerente General, en este acto se crea una (1) plazas de empleo y se modificará una (1) existente. En Actos Administrativos aparte se crearon las plazas de empleo restantes.

Que en el Presupuesto correspondiente a la vigencia 2021, la **Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia EICE** cuenta con la apropiación necesaria para garantizar el pago de las sumas derivadas de la aplicación de la presente Resolución.

Que, en mérito de lo expuesto,

### RESUELVE

**Artículo 1°.** Créese la plaza de empleo de **SUBGERENTE DE MERCADEO (Libre nombramiento)**, Código **090**, Grado **03**, asignado al Grupo de Trabajo **SUBGERENCIA DE MERCADEO**.

**Parágrafo 1°.** El servidor público deberá acreditar treinta (30) meses de experiencia profesional relacionada con las responsabilidades del cargo, Título profesional en disciplina académica del Núcleo Básico del Conocimiento (NBC) en: Cualquier NBC.

Equivalencias: Aplican equivalencias según los estatutos de Ley para el nivel jerárquico, y considerando el Manual Especifico de Funciones así:

MANUAL ESPECÍFICO DE FUNCIONES Y DE COMPETENCIAS LABORALES	
IDENTIFICACIÓN	
Nivel:	Directivo
Denominación del Empleo:	SUBGERENTE
Código:	090
Dependencia:	Subgerencia de Mercadeo
Cargo del Jefe Inmediato:	Gerente
ÁREA: SUBGERENCIA DE MERCADEO - FÁBRICA DE LICORES Y ALCOHOLES DE ANTIOQUIA EICE	
I. PROPÓSITO PRINCIPAL	



Dirigir la planeación del proceso de mercadeo de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia, definiendo las políticas para cumplir con las estrategias de mercadeo de los productos comercializados en los mercados locales, nacionales e internacionales, con el propósito de garantizar el cumplimiento de las metas en ventas, búsqueda de nuevos productos y mercados y el posicionamiento de los productos.

## II. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES

1. Delimitar el público objetivo al que se le va a ofrecer un producto o servicio, desarrollando estrategias para el fijado de precios respetando las metas de la empresa y procurando la satisfacción de los clientes, a los fines de garantizar la productividad.
2. Gestionar los canales de distribución de productos atendiendo a las particularidades del público objetivo.
3. Identificar a la competencia y a los mercados potenciales, Monitoreando las tendencias para determinar si es necesario realizar algún tipo de modificación a los productos, marcas o servicios.
4. Trabajar en conjunto con las distintas áreas a los fines de desarrollar estrategias capaces de atraer a nuevos clientes.
5. Desarrollar e implementar estrategias y campañas de Publicidad y Marketing a corto y largo plazo, impulsando el alcance de la marca
6. Analizar las tendencias del mercado para evaluar la viabilidad y rentabilidad de campañas nuevas o de las que se estén llevando a cabo.
7. Planificar y supervisar la puesta en marcha de las campañas y estrategias de Marketing, estableciendo tanto los tiempos de gestión, como el presupuesto a destinar.
8. Determinar vías para medir el impacto de las estrategias de Marketing, tales como los indicadores claves de rendimiento.
9. Garantizar que tanto los productos como las marcas cumplan con la identidad que les fuese previamente diseñada.
10. Crear, revisar y modificar de ser necesario todo el material a ser utilizado para representar la marca.
11. Coordinar las campañas de Marketing con las actividades de Ventas.
12. Dirigir las campañas de Arte y Marketing:
13. Coordinar reuniones para dirigir el proceso creativo previo al lanzamiento de nuevas marcas y productos.
14. Supervisar el uso de logos y demás activos de Marketing para garantizar su consistencia con la identidad corporativa.
15. Supervisar la creación de contenido, diseños y la imagen final de los productos, marcas o servicios, a los fines de garantizar que cumplan con las especificaciones del plan de Marketing.
16. Supervisar la producción y distribución del material publicitario.
17. Hacer recomendaciones atendiendo a las estrategias y principios trazados por la gerencia de la empresa, además de aplicar una visión enfocada en la perspectiva de los clientes al momento de tomar decisiones.
18. Remitir informes detallados sobre el volumen de ventas, el comportamiento de los consumidores, tendencias del mercado y requerimientos; elaborando informes referentes a las actividades de Marketing y su impacto.
19. Hacer seguimiento a las actividades de Marketing de la competencia.
20. Evaluar las métricas pertinentes a la rentabilidad de la inversión (ROI por sus siglas en inglés) y los KPI. Brindar información que permita investigar y evaluar la viabilidad y rentabilidad de productos, marcas o servicios nuevos y existentes.
21. Hacer sugerencias a considerar para estrategias futuras, a los fines de aumentar el volumen de ventas; presentando estrategias de Marketing detalladas ante la gerencia de la empresa y demás departamentos.
22. Asistir al departamento de Comunicaciones apoyando el contacto con los medios de comunicación, atendiendo a las necesidades del producto o las marcas
23. Aclarar todo lo concerniente al enfoque de la marca que debe mantenerse ante los medios de comunicación.
24. Administrar el presupuesto asignado al departamento de Mercadeo, ejecutando las actividades de Marketing teniendo en cuenta el presupuesto asignado y cumpliendo la normatividad vigente.
25. Analizar datos demográficos para delimitar los mercados objetivos para el posicionamiento del producto, marca o servicio.
26. Estar al corriente con las tendencias y requerimientos del mercado, a los fines de garantizar que las estrategias de Marketing estén alineadas con las prácticas más recientes.
27. Investigar, determinar, examinar y evaluar la demanda de un producto, marca o servicio, con el fin de desarrollar campañas y estrategias de publicidad atendiendo a las particularidades del público objetivo, estableciendo y conservando la imagen, manteniendo la visión y valores de la empresa.
28. Garantizar la ejecución de los planes, programas y proyectos, teniendo en cuenta la normatividad vigente, los objetivos corporativos y los programas, para contribuir al cumplimiento de los objetivos del Plan de Desarrollo.
29. Gestionar los recursos necesarios y demás trámites, teniendo en cuenta las necesidades identificadas, las políticas y directrices del Gerente, para asegurar la ejecución y el oportuno cumplimiento de los planes, programas y proyectos.
30. Fortalecer el equipo humano a su cargo aplicando los instrumentos, técnicas y metodologías que contribuyan a potencializar el desempeño de las personas para obtener mejores resultados y prestar un mejor servicio.
31. Coordinar la elaboración y presentación de los diferentes informes requeridos por los organismos de control y las demás entidades administrativas que los requieran, para reportar el avance en la ejecución de los programas y proyectos.



32. Supervisar las distintas fases y esfuerzos a los que haya lugar en materia de Marketing, tales como el diseño de empaques y logos, las estrategias diseñadas para fijar el precio del producto, la campaña publicitaria a seguir e, incluso, los establecimientos comerciales que lo pondrán a la venta. De igual modo, monitorear cada actividad relacionada con el alcance de la marca, por ejemplo, la selección de celebridades para su representación, el posicionamiento en el mercado y en los medios de comunicación, comunicaciones y concursos o sorteos dirigidos al público objetivo, entre otros.
33. Definir el plan estratégico de mercadeo de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia EICE, basándose en los estudios de investigación de mercados que se tengan a disposición y en los datos estadísticos e históricos registrados, con el propósito de lograr los objetivos de la organización en cuanto a posicionamiento de marcas.
34. Definir las políticas y directrices encaminadas a la aplicación racional de los recursos del área de mercadeo, en cuanto a inversión de marcas, basándose en el plan estratégico del área, con el objetivo de asignarlos de manera adecuada para que se maximicen y potencialicen los resultados.
35. Coordinar con las unidades administrativas a su cargo, el proceso de rendición de cuentas en lo que respecta a la Subgerencia de Mercadeo, rindiendo informes de la gestión a la Gerencia, con el objetivo de tener un balance de gestión que permita la toma de acciones correctivas, preventivas o de mejora.
36. Autorizar la inversión de recursos, de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia, mediante las vinculaciones a eventos, fiestas tradicionales y actividades en las que se promocionan los productos de la Fábrica de conformidad con la normatividad vigente, para el posicionamiento de marcas y productos propios con el fin de fortalecer las estrategias de mercadeo, aumentar las ventas y los ingresos económicos.
37. Contribuir al mantenimiento y mejoramiento continuo del Sistema Integrado de Gestión a través de la participación en todas las actividades, estrategias y programas definidos por la entidad.
38. Las demás funciones asignadas por la autoridad competente, de acuerdo con el nivel, la naturaleza y el área de desempeño del cargo.

### III. CRITERIOS DE DESEMPEÑO

1. La formulación y ejecución del plan de acción asignada es realizada de acuerdo con la normatividad vigente, para el cumplimiento de los objetivos corporativos y los programas.
2. La toma de decisiones relacionadas con la adopción, ejecución y control de los programas y proyectos asignados, es liderada para permitir el cumplimiento de la misión y objetivos del mismo.
3. Los recursos necesarios y demás trámites, son gestionados teniendo en cuenta las necesidades identificadas, las políticas y directrices del Gerente para asegurar la ejecución de los planes, programas y proyectos.
4. El desarrollo del equipo humano es dirigido, mediante la aplicación de los instrumentos, técnicas y metodologías que potencialicen el desempeño de las personas para obtener mejores resultados y prestar un mejor servicio.
5. La elaboración y presentación de los diferentes informes requeridos por los organismos de control y las demás entidades administrativas, es coordinada para reportar el avance en la ejecución de los programas y proyectos.
6. El plan estratégico de mercadeo de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia EICE, es definido con el propósito de lograr los objetivos de la organización en cuanto a ventas y posicionamiento de marcas.
7. Las políticas y directrices encaminadas a la aplicación racional de los recursos del área de mercadeo, en cuanto a inversión de marcas, se definen con el objetivo de asignarlos de manera adecuada para que se maximicen y potencialicen los resultados.
8. Con las unidades administrativas a su cargo, se coordina el proceso de rendición de cuentas en lo que respecta a la Subgerencia de Mercadeo, con el objetivo de tener un balance de gestión que permita la toma de acciones correctivas, preventivas o de mejora.
9. Se autoriza la inversión de recursos, de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia, mediante las vinculaciones a eventos, fiestas tradicionales y actividades en las que se promocionan los productos de la Fábrica de conformidad con la normatividad vigente, posicionando marcas y productos propios fortaleciendo las estrategias de mercadeo, aumentando las ventas y los ingresos económicos.
10. La participación en el Sistema Integrado de Gestión contribuye al mantenimiento y mejoramiento continuo de todas sus actividades, estrategias y programas definidos por la entidad.
11. Las demás funciones asignadas por la autoridad competente, se cumplen según el nivel, la naturaleza y el área de desempeño del cargo.

### IV. RANGO DE APLICACIÓN

#### De Tiempo o ambientales

- Permanentemente

#### De modo o variación

- Clientes internos y externos



## V. CONOCIMIENTOS BÁSICOS 6 ESENCIALES

### Área Administrativa

- Análisis de indicadores
- Trabajo en equipo
- Formulación y evaluación de proyectos
- Sistema integrado de gestión
- Elaboración, aplicación y seguimiento de indicadores
- Sistemas de medición de gestión
- Informes de gestión
- Administración pública
- Administración de personal
- Planeación estratégica
- Evaluación del desempeño
- Control interno
- Estructuración de planes y proyectos estratégicos
- Plan de desarrollo departamental

## IV. RANGO DE APLICACIÓN

### De Tiempo o ambientales

- Permanentemente

### De modo o variación

- Clientes internos y externos

## V. CONOCIMIENTOS BÁSICOS 6 ESENCIALES

### Área Administrativa

- Análisis de indicadores
- Trabajo en equipo
- Formulación y evaluación de proyectos
- Sistema integrado de gestión
- Elaboración, aplicación y seguimiento de indicadores
- Sistemas de medición de gestión
- Informes de gestión
- Administración pública
- Administración de personal
- Planeación estratégica
- Evaluación del desempeño
- Control interno
- Estructuración de planes y proyectos estratégicos
- Plan de desarrollo departamental
- Dirección de gestión integral de recursos

### Área de las Matemáticas y las Ciencias Naturales

- Análisis estadístico

### Apoyo logístico

- Investigación de mercados
- Variables del mercado
- Conocimiento del mercado de licores
- Proyecciones financieras y de mercado
- Conocimiento del mercado productivo
- Conocimiento del mercado

### Área de Publicidad y Comunicaciones

- Comunicación y mercadeo
- Uso de redes sociales
- Aptitud analítica.
- Buena comunicación.
- Creatividad.
- Redacción de textos

### Área de Sistemas

- Sistema Mercurio
- Microsoft office power point
- Microsoft office excel
- Microsoft office word
- Sistemas de información del área de desempeño

### Área del Medio Ambiente

- Administración de proyectos y recursos

### Área del Secretariado

- Servicios del área de desempeño

### Área Económica

CH



<ul style="list-style-type: none"><li>- Técnicas estadísticas y econométricas</li></ul> <b>Área Financiera y Contable</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Herramientas de proyección de información financiera</li><li>- Finanzas</li><li>- Ley vigente de presupuesto</li><li>- Comportamiento de variables del presupuesto</li><li>- Disponibilidad presupuestal</li><li>- Presupuesto público</li><li>- Control fiscal</li><li>- Análisis, ejecución y seguimiento de presupuesto público</li><li>- Análisis de estados financieros</li><li>- Legislación mercantil y tributaria</li></ul> <b>Área Social, Derecho y Ciencias Políticas</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Procedimiento de contratación estatal</li><li>- Marco Normativo vigente de contratación</li><li>- Licitaciones y procesos contractuales</li></ul>
<b>VI. EVIDENCIAS</b>
<b>De conocimiento</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Indicadores de cubrimiento (Horas invertidas, Personas impactadas, Inversión financiera).</li></ul> <b>De producto</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Comunicaciones registradas en medios oficiales. (Oficios, mensajes electrónicos, piezas comunicacionales).</li><li>- Mejoras incorporadas a la gestión y/o ambiente laboral. (Documento, reportes de líderes o jefes, testimonios).</li><li>- Actas de actividades programadas. (Actas).</li><li>- Informes de gestión. (Documentos soportes).</li><li>- Análisis de incidentes críticos significativos que afecten positiva o negativamente la gestión y/o ambiente laboral. (Reportes, informe, PQR)</li><li>- Materiales, muestras o productos del trabajo del evaluado registrados en medio físico (papel o magnético). (Informes, proyectos, bases de datos, documentos).</li><li>- Registros de seguimiento y control. (Listados, actas, certificados y/o diplomas)</li><li>- Planes, cronogramas y programaciones de actividades. (Documento).</li><li>- Registros de reuniones efectuadas. (Listas- Actas).</li><li>- Registros de acciones ejecutadas (Listas, videos, fotos, planos y/o formatos).</li></ul> <b>De desempeño</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Indicadores de PQRS relacionados con la Dependencia.</li><li>- Informes resultantes de aplicar la técnica de observación del desempeño, en tiempo real o simulado. (Informe, reporte)</li><li>- Manifestaciones probadas positivas o negativas de agentes internos o externos frente a las competencias comportamentales. (Felicitaciones, Testimonios, Peticiones, Quejas, Reclamos, registros fotográficos).</li><li>- Manifestaciones probadas positivas o negativas de agentes internos o externos frente a la prestación del servicio. (Felicitaciones, Testimonios, Peticiones, Quejas, Reclamos, Registros fotográficos).</li><li>- Proyectos Aprobados</li><li>- Porcentaje de cumplimiento sobre los acuerdos de gestión establecidos para el Directivo.</li><li>- Porcentaje de ejecución logrado en proyectos, planes y programas asignados a la Dependencia.</li><li>- Resultados de los proyectos, planes y programas implementados por la Dependencia.</li></ul>
<b>VII. REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA</b>
Título profesional en disciplina académica del Núcleo Básico del Conocimiento (NBC) en: Cualquier NBC..
Sesenta (30) meses de Experiencia Profesional Relacionada.
<b>VIII. EQUIVALENCIAS</b>
Aplican equivalencias según los estatutos de Ley para el nivel jerárquico.

**Artículo 2°.** Modifíquese la plaza de empleo de **SUBGERENTE DE MERCADEO Y VENTAS (Libre Nombramiento) Código 09, Grado 03**, asignado al Grupo de Trabajo **SUBGERENCIA DE MERCADEO Y VENTAS** a **SUBGERENTE COMERCIAL (Libre Nombramiento) Código 09, Grado 03**, asignado al Grupo de Trabajo **SUBGERENCIA COMERCIAL**.

**Artículo 3°.** Modifíquese el artículo 1° del Acuerdo N° 006 del 21 de diciembre de 2020, el cual quedará así:



**Artículo 1º. PLANTA DE CARGOS.** La planta de personal de empleados públicos de la **Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia EICE**, será la siguiente:

Nº CARGOS	DEPENDENCIA Y DENOMINACIÓN DEL CARGO	CÓDIGO	GRADO
1 (UNO)	DESPACHO DEL GERENTE		
	Gerente General de Entidad Descentralizada	050	04
	PLANTA GLOBAL		
4 (CUATRO)	Subgerente	090	03
1 (UNO)	Secretario General de Entidad Descentralizada	054	02
11 (ONCE)	Director Administrativo	009	02
5 (CINCO)	Asesor	105	01
1 (UNO)	Jefe de Oficina	006	01
6 (SEIS)	Director operativo	009	01
4 (CUATRO)	Profesional Especializado	222	05
1 (UNO)	Almacenista General	215	03
2 (DOS)	Auxiliar Administrativo	407	02
4 (CUATRO)	Auxiliar Administrativo	407	05

**Artículo 3º.** Modifíquese el artículo 6º del Acuerdo N° 005 del 21 de diciembre de 2020, el cual quedará así:

**Artículo 6º. ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN.** La estructura de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia está organizada por la empresa, a quien corresponde determinar las políticas, dirigir la acción administrativa, así como la empresarial es las actividades industriales y comerciales que desempeña, gestionar en el marco de su competencia; formular planes, programas y proyectos, y ejercer el control, evaluación y seguimiento a la gestión de dichos planes, así como las sedes, sucursales, agencias o establecimientos comerciales o industriales que cree la Junta Directiva. En este nivel, la responsabilidad directiva es del gerente con el apoyo de los Subgerentes o directivos de organismos, para cada asunto o negocio específico o en forma general, para los temas comunes y estratégicos.

La Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia EICE, para el cumplimiento de sus funciones, contará con la siguiente estructura:

1. Junta Directiva
2. Gerente General
  - 2.1. Secretaria General
    - 2.1.1. Dirección de Apoyo Contractual
  - 2.2. Oficina de laboratorio
  - 2.3. Oficina de Control Interno Disciplinario
  - 2.4. Subgerencia Administrativa y Financiera
    - 2.4.1. Dirección Financiera y de Planeación
    - 2.4.2. Dirección de Gestión Humana
    - 2.4.3. Dirección de Recursos Corporativos
  - 2.5. Subgerencia de Producción
    - 2.5.1. Dirección de Envasado y Añejamiento
    - 2.5.2. Dirección de Aseguramiento de la Calidad

CT



- 2.5.3. Dirección de Logística
- 2.6. Subgerencia de Mercadeo
- 2.6.1. Dirección de Marca
- 2.7. Subgerencia Comercial
- 2.7.1. Dirección de Ventas
- 2.7.2. Dirección de Negocios Internacionales



**Figura 1. Estructura**

**Artículo 4°.** Deróguense los artículos 33° y 34° del Acuerdo N° 005 del 21 de diciembre de 2020.

**Artículo 5°.** Modifíquese el artículo 35° del Acuerdo N° 005 del 21 de diciembre de 2020, el cual quedará así:

**Artículo 35°A. PROPOSITO DE SUBGERENCIA DE MERCADEO.** Esta encargada de dirigir la planeación del proceso de mercadeo de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia, definiendo las políticas para cumplir con las estrategias de mercadeo de los productos comercializados en los mercados locales, nacionales e internacionales, con el propósito de garantizar el cumplimiento de las metas en ventas, búsqueda de nuevos productos y mercados y el posicionamiento de los productos.

**Artículo 35°B. PROPOSITO DE LA SUBGERENCIA COMERCIAL.** Esta encargada de dirigir la planeación del proceso del proceso Comercial de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia, definiendo las políticas para cumplir con las estrategias de ventas de los productos comercializados en los mercados locales, nacionales e internacionales, con el propósito de garantizar el cumplimiento de las metas en ventas, búsqueda de nuevos productos y mercados y el posicionamiento de los productos.

**Artículo 6°.** Modifíquese el artículo 36° del Acuerdo N° 005 del 21 de diciembre de 2020, el cual quedará así:

**Artículo 36°A. FUNCIONES DE SUBGERENCIA DE MERCADEO.** Son las funciones de la Subgerencia de mercadeo:





1. Dirigir, organizar y controlar las políticas de mercadeo, con el propósito de desarrollar los planes y estrategia, encaminadas al cumplimiento de los objetivos relacionados con la investigación de nuevos productos y marcas.
2. Dirección, seguimiento y control a la estructuración y desarrollo del Plan Estratégico de Mercadeo.
3. Formular las estrategias de Mercadeo y publicidad de los diferentes productos de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia EICE.
4. Coordina las investigaciones de mercados y el desarrollo de nuevos productos.

**Artículo 36°B. FUNCIONES DE SUBGERENCIA COMERCIAL.** Son las funciones de la Subgerencia de comercial:

1. Dirigir, organizar y controlar las políticas comerciales, con el propósito de desarrollar los planes y estrategia, encaminadas al cumplimiento de los objetivos relacionados con la investigación de nuevos productos y la comercialización y venta de productos y subproductos en diferentes mercados nacionales e internacionales.
2. Dirección, seguimiento y control a la estructuración y desarrollo del Plan Estratégico comercial.
3. Formular las estrategias comerciales de los diferentes productos de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia EICE.
4. Coordinar y evaluar los estudios para la fijación de precios de venta.
5. Definir estrategias para la ampliación del mercado de productos producidos por la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia EICE.

**Artículo 7°.** Modifíquese el artículo 37° del Acuerdo N° 005 del 21 de diciembre de 2020, el cual quedará así:

**Artículo 37°.** **PROPÓSITO DIRECCIÓN DE MARCA.** Dirigir el plan de marca de la **Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia EICE**, mediante la investigación de las fuentes establecidas, el cumplimiento de los lineamientos de la Gerencia General y la Subgerencia de Mercadeo, las necesidades de los comercializadores y del consumidor final, para generar las estrategias de marca que permitan lograr los objetivos trazados.

**Artículo 8°.** Modifíquese el artículo 38° del Acuerdo N° 005 del 21 de diciembre de 2020, el cual quedará así:

**Artículo 38°.** **FUNCIONES DE LA DIRECCIÓN DE MERCA.** Son funciones de la Dirección de Merca:

1. Recolectar, analizar e interpretar la información comercial, a objeto de identificar problemas y potenciar oportunidades de negocio mediante el desarrollo de ventajas competitivas sostenibles, en función de la Marca y las oportunidades del mercado.

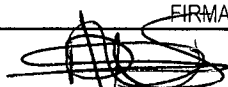
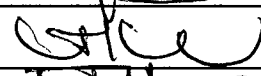

51



2. Desarrollar estrategias de marca enfocadas al aumento de las ventas y mantenimiento de clientes, a través de actividades orientadas al consumidor final, canales de distribución, productos, zonas geográficas y mercados.
3. Trabajar con agencias de publicidad la creación de campañas publicitarias para la promoción de los productos de la **Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia EICE**, creando vínculos afectivos y emocionales hacia las marcas y asegurando los más altos niveles de desarrollo y ejecución de las actividades promocionales y la publicidad tales como vallas, pauta en revistas, radio y televisión, impresos, etc., lo cual incluye con diseñadores gráficos para garantizar una adecuada producción del material de publicidad.
4. Desarrollar estrategias de marca y publicidad en conjunto con los canales de distribución.
5. Trazar las directrices para la formulación del Plan Estratégico de Mercadeo de la **Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia EICE** y planificar las políticas que guíen la actividad comercial para la promoción de los productos de la **Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia EICE**, teniendo en cuenta los objetivos de la empresa, las características del mercado y el presupuesto de costos y gastos.
6. Planear y dirigir las investigaciones de mercados, con el fin de detectar los cambios y preferencias en el gusto del consumidor y el comportamiento de la competencia, desarrollo de marcas y nuevos productos.
7. Participar en el diseño y control de los manuales de imagen corporativa por parte de los distribuidores de la **Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia EICE**.
8. Revisar constantemente la eficiencia y efectividad de la función estratégica, aplicando los correctivos de manera oportuna para garantizar en todo momento el liderazgo y posicionamiento de los productos **Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia EICE**.
9. Apoyar las acciones demandadas para la permanencia del Sistema de Aseguramiento de la Calidad (SAC).

**COMUNÍQUESE, PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE**

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

NOMBRE		FIRMA	FECHA
Revisó	Diana Marcela Raigoza Duque, Secretaria General		10. 11. 2021
Aprobó	Victoria Lucía Castrillón Villamizar, Subgerente Administrativa y Financiera		
Proyectó	Laura Milena Rojas Gómez, Prof. Especializada		

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.