



FÁBRICA DE LICORES Y ALCOHOLES DE ANTIOQUIA EICE

RESOLUCIÓN N°

Radicado: S 2021060000967

Fecha: 10/11/2021

Tipo:
RESOLUCIÓN
Destino:



“POR MEDIO DEL CUAL SE CREAN UNA (1) PLAZA DE EMPLEO Y SE MODIFICA 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 DEFINE LA FUNCIONES, SU DEPENDENCIA 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 la Junta Directiva para la creación de una (1) plazas de empleo, a saber: (i) un profesional especializado en comunicaciones de mercadeo que sea responsable de formular, coordinar y ejecutar los planes estratégicos de Comunicaciones y de marca que estén alineados a la filosofía y plan estratégico de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia, analizando la información del área de Mercadeo y Ventas, para definir con el equipo de mercadeo la manera de comunicarse con los diferente grupos de interés y apoyar a la Subgerencia de Mercadeo en la toma de decisiones para la comunicación de nuevos

Handwritten signature or mark.



productos y la estrategia comunicacional de los actuales productos o estrategias de la empresa.

Que la Junta Directiva en Sesión Ordinaria celebrada el pasado 10 de noviembre de 2021, facultó al Gerente General de la Empresa para que mediante Resolución creará tres (3) plaza de empleo y modificara el artículo 2° del 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 EICE, SE DEFINEN LAS FUNCIONES DE SUS DEPENDENCIAS Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES"*.

Que conforme las facultades otorgadas al Gerente General, en este acto se creará una (1) plazas de empleo. En Acto Administrativo aparte se crearán 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 **PROFESIONAL ESPECIALIZADO (Trabajador Oficial)**, Código **222**, Grado **29**, asignado al Grupo de Trabajo **DIRECCIÓN DE MARCA**

Parágrafo 1°. El servidor público deberá acreditar treinta y seis (36) meses de experiencia profesional relacionada, con título profesional en disciplina académica del Núcleo Básico del Conocimiento (NCB) en Administración, diseño, ingeniería, mercadeo, publicidad y afines. Título de posgrado en la modalidad de especialización en las áreas relacionadas con las funciones del empleo y tarjeta profesional en los casos requeridos por la Ley o acreditar equivalencias según los estatutos de Ley para el nivel jerárquico.

Artículo 2°. Modifíquese el artículo 2° del Acuerdo N° 006 del 21 de diciembre de 2020, el cual quedará así:

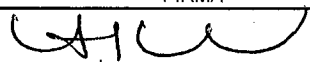
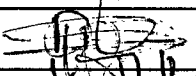
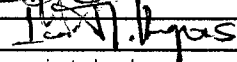
*"Artículo 2°. TRABAJADORES OFICIALES. El número de trabajadores oficiales al servicio de la **Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia** será de trescientos catorce (316)".*



Artículo 4º. ANEXO 1. Hacen parte integral de la presente Resolución el: **ANEXO N° 1** denominado **MANUAL DE FUNCIONES PROFESIONAL ESPECIALIZADO**

COMUNÍQUESE, PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE


JAVIER IGNACIO HURTADO HURTADO
GERENTE GENERAL

| NOMBRE | | FIRMA | FECHA |
|--|--|--|-------|
| Aprobó | Victoria Lucía Castrillón Villamizar, Subgerente Administrativa y Financiera |  | |
| Revisó | Diana Marcela Raigoza Duque, Secretaria General |  | |
| Proyectó | Laura Milena Rojas, Prof. Especializado Gestión Humana |  | |
| 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. | | | |



ANEXO N° 1.

MANUAL DE FUNCIONES PROFESIONAL ESPECIALIZADO

FÁBRICA DE LICORES Y ALCOHOLES DE ANTIOQUIA

| MANUAL ESPECÍFICO DE FUNCIONES Y DE COMPETENCIAS LABORALES | |
|--|---------------------------|
| IDENTIFICACIÓN | |
| Nivel: | Profesional |
| Denominación del Empleo: | PROFESIONAL ESPECIALIZADO |
| Dependencia: | Donde se ubique el cargo |
| Cargo del Jefe Inmediato: | Subgerente de Mercadeo |
| ÁREA: DIRECCIÓN DE MERCADEO - SUBGERENCIA DE MERCADEO - FÁBRICA DE LICORES Y ALCOHOLES DE ANTIOQUIA EICE | |
| I. PROPÓSITO PRINCIPAL | |
| <p>Formular, coordinar y ejecutar los planes estratégicos de Comunicaciones y de marca que estén alineados a la filosofía y plan estratégico de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia, analizando la información del área de Mercadeo y Ventas, para definir con el equipo de mercadeo la manera de comunicarse con los diferente grupos de interes y apoyar a la Subgerencia de Mercadeo en la toma de decisiones para la comunicación de nuevos productos y la estrategia comunicacional de los actuales productos o estrategias de la empresa.</p> | |
| II. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES | |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Formular, coordinar y ejecutar las políticas y planes generales de comunicaciones de marca, campañas y mercadeo de la FLA. 2. Realizar estudios relacionados con la misión institucional, los propósitos y objetivos que le sean confiados, para justificar las necesidades de mercadeo de la Fábrica. 3. Apoyar el diseño del plan estratégico de mercadeo de la FLA con actividades, indicadores y presupuesto que apoyen el cumplimiento de las metas de la empresa, consignadas en su planeación estratégica, de acuerdo a las normas vigentes. 4. Analizar el mejor medio de comunicación para desarrollar las estrategias de mercadeo de la empresa. 5. Elaborar la estrategia comunicacional con el equipo de mercadeo de acuerdo a las directrices definidas en la subgerencia. 6. mercadeo 7. Desarrollar un mensaje efectivo que transmita la estrategia de mercadeo de la empresa, utilizando las herramientas e instrumentos necesarios para comunicar la existencia y valor de los productos al público objetivo. 8. Evaluar el resultado de la comunicación de la estrategia de mercadeo 9. Apoyar en la elaboración de pautas publicitarias y definición de medios. 10. Apoyar a la Gerencia de la FLA en la definición de las políticas de marketing y generar información fluida, clara y permanente hacia el público interno y externo, de manera que se consolide la imagen de la FLA y de sus marcas comerciales. 11. Asesorar en la creación de estrategias para asegurar una comunicación asertiva entre las marcas de la FLA y sus públicos de interés para generar una imagen positiva de las marcas y del portafolio de productos. 12. Participar en la representación de la FLA, asistiendo a las reuniones, consejos, juntas o comités de carácter oficial cuando sea convocado o delegado, con el fin de promover las funciones establecidas en la Fábrica. 13. Asegurar la articulación entre el manejo de la comunicación de la FLA, tanto institucional, como de marca, con el direccionamiento estratégico, de manera que el mensaje a la comunidad sea claro y contundente. 14. Dirigir la estrategia digital de las marcas de la FLA, definiendo los lineamientos en cuanto a contenidos, imágenes, técnicas y metodologías más apropiadas para asegurar una | |



comunicación asertiva con los públicos específicos de estos medios digitales y el cumplimiento del direccionamiento estratégico de la Fábrica.

15. Coordinar las catas de los productos de la FLA y los recorridos por las instalaciones, como estrategia de relacionamiento con públicos objetivos, para gestionar la imagen positiva de las marcas y, por ende, impactar el crecimiento de las ventas.
16. Apoyar de manera general todas las estrategias de mercadeo en cuanto a la comunicación de dichas estrategias como lo solicite las direcciones de mercadeo, subgerencia de mercadeo o Gerencia de la Empresa.
17. 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 elaboración y presentación de los diferentes informes requeridos por los organismos de control y las demás entidades administrativas que los requieran, es coordinada para reportar el avance en la ejecución de los programas y proyectos.
2. La orientación del personal a cargo, mediante la evaluación y retroalimentación de su desempeño, se realiza con el fin de contribuir al desarrollo de las personas y garantizar el logro de los objetivos de la dependencia.
3. Su equipo de trabajo es administrado mediante la aplicación de herramientas de planeación y dirección, así como los instrumentos y metodologías que potencialicen el desempeño.
4. El presupuesto requerido para el cumplimiento del programa es proyectado y controlado, de acuerdo con las directrices establecidas, de manera que se optimice la utilización de los recursos.
5. La contratación requerida de los programas, es gestionada siguiendo los trámites necesarios, velando por el cumplimiento de los principios de eficacia y eficiencia en el gasto, para el cumplimiento de los objetivos propuestos.
6. El control sobre las interventorías de los contratos de la dependencia, se realiza teniendo en cuenta los conocimientos y experiencia necesaria, con el fin de que se adecuen a la normatividad vigente.
7. Los indicadores para los diferentes programas se implementan, de conformidad con metodologías de medición y control de la gestión para medir el cumplimiento de metas y definir acciones de mejoramiento.
8. El personal de la Dependencia es orientado en temas relacionados con el área a su cargo, con el fin de unificar criterios, integrar esfuerzos y facilitar el trabajo en equipo.
9. 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.
10. El desarrollo del plan de medios para cada una de las marcas del portafolio de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia, se dirige con el propósito de evidenciar el número de impactos de las marcas propias en los consumidores finales a través de los medios ATL.
11. El contrato con la agencia de publicidad, se dirige con el fin de garantizar que se implementen las campañas determinadas en el plan estratégico de mercadeo.
12. El desarrollo e implementación de las diferentes marcas del portafolio de los productos de la Fábrica de Licores y Alcoholes de Antioquia, se asegura para lograr una identidad de marca y por ende un posicionamiento de esta.
13. Los planes de mercadeo de cada una de las zonas del país, se autorizan con el propósito de lograr el cumplimiento del presupuesto de ventas y el posicionamiento de las marcas.
14. El cronograma de actividades para el desarrollo de nuevos productos y /o modificaciones, se establece con el propósito de cumplir con las estrategias y actividades planteadas.
15. Su equipo de trabajo es administrado mediante la aplicación de herramientas de planeación y dirección, así como los instrumentos y metodologías que potencialicen el desempeño.
16. El presupuesto requerido para el cumplimiento del programa es proyectado y controlado, de acuerdo con las directrices establecidas, optimizando la utilización de los recursos.
17. La contratación requerida por los programas, sigue los trámites necesarios, para el cumplimiento de los objetivos propuestos.
18. Las interventorías de los contratos que se le asignen, es realizada teniendo en cuenta su conocimiento experto y de acuerdo con la Ley vigente.
19. Los indicadores para los diferentes programas se implementan, de conformidad con metodologías de medición y control de la gestión.
20. El personal de la Dependencia es orientado en temas relacionados con el área a su cargo, con el fin de unificar criterios, integrar esfuerzos y facilitar el trabajo en equipo.
21. 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.
22. Las demás funciones asignadas por la autoridad competente, se cumplen según el nivel, la naturaleza y el área de desempeño del cargo.

CA



| IV. RANGO DE APLICACIÓN |
|---|
| De Tiempo o ambientales - Permanentemente |
| De modo o variación - Clientes internos y externos |
| V. CONOCIMIENTOS BÁSICOS 6 ESENCIALES |
| Área Administrativa - Formulación y evaluación de proyectos - Definición de indicadores - Sistema integrado de gestión - Elaboración, aplicación y seguimiento de indicadores - Administración de personal - Metodologías de investigación - Indicadores de gestión - Indicadores de resultado - Planeación estratégica - Matriz dofa - Evaluación del desempeño - Control interno - Dirección y planeación de proyectos - Plan de desarrollo departamental |
| Área de Publicidad y Comunicaciones - Medios de comunicación |
| De modo o variación - Clientes internos y externos |
| Área de Publicidad y Comunicaciones - Medios de comunicación |