

DEPARTAMENTO DE CALDAS
INDUSTRIA LICORERA DE CALDAS



2011

RESOLUCIÓN NÚMERO 0129 DE 17 DE FEB. 2011 DE _____

POR LA CUAL SE CREA Y ESTRUCTURA EL COMITÉ DE MERCADEO DE LA INDUSTRIA LICORERA DE CALDAS

LA GERENTE GENERAL DE LA INDUSTRIA LICORERA DE CALDAS, en uso de sus atribuciones legales y

CONSIDERANDO

- a) Que el artículo 92 de la ley 489 de 1998 establece como funciones de los gerentes de las empresas Industriales y Comerciales del Estado, aquellas que se relacionen con la organización y funcionamiento de la entidad, así mismo, el Acuerdo 25 de 2008 expedido por la Junta Directiva, por medio del cual se modifican los Estatutos Internos de la empresa, asigna dentro de las funciones de Gerencia General: 1. Dirigir, coordinar, vigilar, controlar y evaluar la ejecución y cumplimiento de los objetivos, funciones, políticas, planes y programas inherentes al objeto de la empresa. 2 Ordenar los gastos, dictar los actos administrativos, realizar las operaciones y celebrar los contratos y convenios necesarios para el cumplimiento de los objetivos y funciones de la entidad. 6. Dictar las disposiciones que rigen los procedimientos y trámites administrativos internos.
- b) Que con el fin de obtener un óptimo funcionamiento administrativo y operativo de la Industria Licorera de Caldas, es necesario el establecimiento de mecanismos de asesoría, evaluación, análisis de todos aquellos aspectos dentro de los cuales se desenvuelve el normal funcionamiento de la empresa.
- c) Que el artículo cuarto de la ordenanza 282 de 1998, establece como finalidad de la Industria Licorera de Caldas, la producción, introducción y venta o comercialización de alcoholes y de licores sujetos al monopolio departamental, así como la de todos los productos y subproductos que elabora en cumplimiento de su actividad.
- d) Que el literal 3 del artículo quinto de la citada ordenanza, dispone que para el cumplimiento de su finalidad, la Industria Licorera de Caldas podrá realizar actividades de fomento de venta de sus productos en el país y en el exterior.
- e) Que se hace necesario contar con un comité asesor en Mercadeo que ayude a la Gerencia General en el diseño, ejecución y desarrollo de políticas, planes, programas y proyectos, mediante el planteamiento de estrategias organizacionales orientadas al desarrollo del mercado; así mismo, que se encargue de definir el marco estratégico, presupuesto, recursos de publicidad, plan de marketing, políticas de degustación, entre otras.
- f) Que mediante acuerdo 20 del 29 de Noviembre de 2010, la Junta Directiva de la Industria Licorera de Caldas, derogó los acuerdos 018 del 26 de Mayo de 1999, 006 del 14 de Junio de 2001, 13 del 31 de Octubre de 2001, 031 del 22 de Julio de 2003, 018 del 01 de Julio de 2008.

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO CREACION: Crear el comité de Mercadeo de la Industria Licorera de Caldas, el cual tendrá como objetivo: el diseño, ejecución y desarrollo de políticas, planes, programas y proyectos, que conlleven al cumplimiento de su misión y al logro de su objetivo, mediante el planteamiento de estrategias organizacionales orientadas hacia:

- Penetración de mercado.
- Desarrollo de mercado.
- Desarrollo de producto
- Diversificación.

ARTÍCULO SEGUNDO INTEGRACION: El comité estará integrado por los siguientes funcionarios los cuales tendrán voz y voto:

- Gerente General
- Gerente de Mercadeo
- Gerente Comercial
- Gerente Financiero
- Asesor Jurídico

PARAGRAFO PRIMERO: La asistencia de quienes actúan como miembros del comité será indelegable.

PARAGRAFO SEGUNDO: Cuando se requiera la presencia de algún funcionario de la Gerencia Comercial, de la Gerencia de mercadeo, de Asesores o contratistas externos en materia de publicidad, investigaciones de mercados o afines, asistirán como invitados en la correspondiente sesión y tendrán voz, pero no voto.

ARTICULO TERCERO FUNCIONES : Las funciones del comité son:

- Analizar los factores cualitativos y cuantitativos presentes en el sector para determinar su incidencia en él, como la competencia, los consumidores y los canales de distribución.
- Proyectar y diseñar estrategias de desarrollo del mercado, para propiciar la llegada a nuevos clientes con los productos existentes.
- Plantear alternativas de diversificación con nuevos productos que lleguen a nuevos mercados para ampliar el portafolio.
- Evaluar los registros históricos y las tendencias de los precios y recomendar la política comercial y de mercadeo a seguir.
- Recomendar los criterios de selección apropiados para el logro de una buena cobertura del mercado y lograr óptimos canales de comercialización
- Recomendar la participación de la empresa e inversión de cualquier tipo de recursos en eventos y actividades que sirvan para promover publicitariamente el portafolio de productos y la imagen institucional.
- Estudiar las propuestas que en el campo de mercadeo y publicidad se presenten y recomendar las que se ajusten a los planes de mercadeo de la Industria Licorera de Caldas, debidamente soportadas con precios del mercado y de las cuales se deberá realizar un análisis de necesidad, conveniencia y oportunidad.
- Aprobar los diferentes planes de mercadeo y publicidad que pretendan realizar los distribuidores.

ARTÍCULO CUARTO. REUNIONES: Las reuniones del comité podrán ser de carácter ordinario o extraordinario. De manera ordinaria el COMITÉ DE MERCADEO de la Industria Licorera de Caldas, deberá reunirse una vez por semana, previa citación del Secretario. De manera extraordinaria, previa citación del Secretario por instrucción del Presidente del Comité, cuando menos con un día de anticipación, para tratar temas de suma urgencia.

ARTÍCULO QUINTO. ACTAS: De cada reunión del comité se levantará un acta firmada por los integrantes del comité. En las actas deberá quedar consignado los temas objeto de deliberación y las recomendaciones del comité. Cada acta deberá llevar número consecutivo y contendrá por lo menos:

- a. Lugar, fecha y hora de la reunión
- b. Forma de la convocatoria y antelación de la misma
- c. Lista de los miembros asistentes
- d. Lista de los invitados
- e. Orden del día
- f. Relación de la documentación presentada como soporte de cada uno de los temas

g. Las deliberaciones y recomendaciones adoptadas.

ARTICULO SEXTO QUORUM: Para deliberar, se requiere de la asistencia de por lo menos tres (3) de sus miembros, para decidir, se requiere la aprobación de tres de los cinco miembros que conforman el comité de mercadeo.

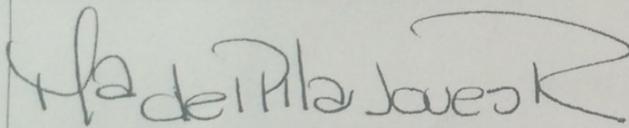
ARTICULO SEPTIMO PRESIDENTE: PRESIDENTE: El Comité será presidido por el Gerente de Mercadeo.

ARTICULO OCTAVO SECRETARIA: La Secretaría del Comité, la ejercerá la asistente de mercadeo, quien tendrá las siguientes funciones:

1. Convocar las reuniones ordinarias del Comité, suministrando a sus miembros los documentos e informaciones necesarias para su adecuada intervención.
2. Convocar a las reuniones extraordinarias por instrucción del Presidente del Comité.
3. Preparar el orden del día y presentar al Comité los temas a tratar.
4. Proyectar los informes que deba presentar al Comité.
5. Elaborar las actas de las reuniones que efectúe el Comité.
6. Proyectar los informes que le sean solicitados al Comité de Mercadeo.

ARTÍCULO NOVENO: Copia de esta Resolución se enviará a: Gerencia de Mercadeo, Gerencia Comercial, Gerencia Financiera, Oficina Jurídica.

COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE: Dada en Manizales, a los 17 FEB. 2011



MARIA DEL PILAR JOVES RAMIREZ
Gerente General

Revisó: Jorge Enrique Velasquez Y. Asesor Jurídico.
Proyectó: Nayarith Alarcón.