



EMPRESA DE LICORES DE CUNDINAMARCA

**POLITICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
CORPORATIVA DE LA
EMPRESA DE LICORES DE CUNDINAMARCA**

**OFICINA ASESORA DE PLANEACION Y
SISTEMAS DE INFORMACION**

AÑO 2010



TABLA DE CONTENIDO

		Pág.
	PRESENTACION	
1	POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA DE LICORES DE CUNDINAMARCA	3
2	POLÍTICA DE GOBIERNO CORPORATIVO DE LA EMPRESA DE LICORES DE CUNDINAMARA	5
3	POLÍTICA DE TRABAJADORES DE LA EMPRESA DE LICORES DE CUNDINAMARCA	10
4	POLÍTICA DE GESTIÓN AMBIENTAL Y SOCIAL DE LA EMPRESA DE LICORES DE CUNDINAMARCA	14
5	POLÍTICA DE CIUDADANÍA CORPORATIVA DE LA EMPRESA DE LICORES DE CUNDINAMARCA	19
6	POLÍTICA DE PROVEEDORES Y CONTRATISTAS DE LA EMPRESA DE LICORES DE CUNDINAMARCA	23
7	POLÍTICA DE COMUNICACIONES Y TRANSPARENCIA DE LA EMPRESA DE LICORES DE CUNDINAMARCA	26



PRESENTACION

La Empresa de Licores de Cundinamarca, se une a la iniciativa del Pacto Global de las Naciones Unidas cuyo propósito es contribuir a lograr la construcción de una sociedad más justa e incluyente y de consolidar mecanismos que permitan enfrentar exitosamente los retos de la globalización.

La adopción de la Política de Responsabilidad Social Empresarial representa un cambio en el enfoque de la gestión en la entidad, a una **gestión socialmente responsable**, a contribuir con el desarrollo, el bienestar y el mejoramiento de la calidad de vida de sus empleados, sus familias y la comunidad en general, y por tanto la compromete a interiorizar, desarrollar y hacer pública la defensa de los principios, contextualizados en cuatro grandes esferas: Derechos Humanos, Derechos Laborales, Protección al medio ambiente y lucha contra la corrupción.

Principio N° 1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos.

Principio N° 2. No ser cómplice de abusos de los derechos.

Principio N° 3. Apoyar los principios de la libertad de asociación y sindical y el derecho a la negociación colectiva.

Principio N° 4. Eliminar el trabajo forzoso y obligatorio.

Principio N° 5. Abolir cualquier forma de trabajo infantil.

Principio N° 6. Eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación.

Principio N° 7. Apoyar el enfoque preventivo frente a los retos medioambientales.

Principio N° 8. Promover mayor responsabilidad medioambiental.

Principio N° 9. Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medio ambiente.

Principio N° 10. Las empresas deberán trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y criminalidad.

HERNAN VALDIVIESO LAVERDE

Gerente General



1 JUSTIFICACION DE LA POLITICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA DE LICORES DE CUNDINAMARCA

Para la construcción de la política de responsabilidad corporativa de la Empresa de Licores de Cundinamarca se han tenido en cuenta las siguientes perspectivas y premisas:

1.1 Son sujetos de la responsabilidad social de la Empresa de Licores de Cundinamarca:

Servidores Públicos, Distribuidores, Proveedores, Clientes, Consumidores, Contratistas, Subcontratistas, Junta Directiva, Asamblea Departamental, Gobiernos locales, regionales, distrital y nacional, Entes de Control, Comunidades, Competencia, Otros actores sociales y privados.

1.2 Son objetivos estratégicos de la Responsabilidad Social Corporativa en la Empresa de Licores de Cundinamarca:

- Generar el máximo posible de excedentes de operación para el financiamiento de la salud, educación, y el desarrollo social de los cundinamarqueses.
- Posicionar la marca empresarial y sus productos
- Generar cultura institucional socialmente responsable
- Producir dentro de parámetros de sostenibilidad ambiental
- Cooperar con los territorios y consolidar a Empresa de Licores de Cundinamarca como un ciudadano corporativo que participa en la formulación de políticas públicas de interés común en pro de la gobernanza.

1.3 Las bases que articulan la gestión de las distintas áreas empresariales en función de los objetivos de la responsabilidad social son:

La transparencia en la gestión empresarial y políticas anticorrupción: reforzadas con la adopción de códigos de ética y de buen gobierno corporativo como herramientas para garantizar la adecuada inversión de los recursos y la generación de valor para el departamento de Cundinamarca.

Clima organizacional y ambiente laboral comfortable: que permite la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva, la eliminación de todas las formas de trabajo forzado al



igual que la eliminación del trabajo infantil y la igualdad de condiciones laborales entre empleados con las mismas funciones.

Minimizar impactos ambientales en la producción de licor y compensar la huella de carbono: que busca reducir el impacto ambiental de la operación de la Empresa de acuerdo con los requerimientos legales y con parámetros de competitividad. Este enfoque hace que la empresa tenga en cuenta los asuntos ambientales en todos los procesos operativos, disminuye la huella de carbono, reduce costos de los servicios públicos y genera conciencia ambiental dentro y fuera de la Empresa.

Fortalecimiento de las relaciones de gobernanza: entendida como las relaciones de confianza entre las empresas, el sector público y la sociedad civil en áreas de igual influencia. La vinculación de las empresas con las comunidades se concreta en un amplio rango de acciones de inversión social de alto impacto como por ejemplo en el uso racional de recursos naturales como el agua y la compensación de efectos negativos por su aprovechamiento.

1.4 Las relaciones de responsabilidad social corporativa **RSC** requieren de definición de pauta para orientar el dialogo con las partes interesadas o grupos de interés desde la mirada de las mejores prácticas:

- Relaciones al interior de la empresa (alta gerencia y empleados)
- Relaciones con grupos de interés (proveedores, clientes, consumidores)
- Relaciones con las entidades territoriales locales, regionales y nacionales.
- Relaciones con las comunidades y sus organizaciones.

1.5 Son estrategias transversales de responsabilidad social en la Empresa de Licores de Cundinamarca:

- Comunicación con los empleados (información, formación)
- Comunicación para imagen corporativa (publicidad, posicionamiento de marca y productos)
- Formación y mejoramiento continuo.



2 POLITICA DE GOBIERNO CORPORATIVO DE LA EMPRESA DE LICORES DE CUNDINAMARCA

INTRODUCCION

La Política de Gobierno Corporativo de la Empresa de Licores de Cundinamarca contiene los lineamientos de actuación de la Empresa de Licores de Cundinamarca frente a los acreedores, los aseguradores y promueve la gestión de las mejores prácticas en materia de las inversiones y como garantía de gestión administrativa y financiera.

La Política de Gobierno Corporativo de la Empresa de Licores de Cundinamarca es una declaratoria de principios que emana de la voluntad de la administración de la Empresa de Licores de Cundinamarca y de su visión del negocio en un contexto de economía integral globalizada e internacional.

Las actuaciones de los miembros de la Junta Directiva, del Gerente General, Subgerentes, Jefes de Oficina, Asesores, Profesionales, Técnicos y en general de los empleados al servicio de la Empresa de Licores de Cundinamarca están enmarcadas dentro de las disposiciones del Código de Buen Gobierno y del Código de Ética aprobados para la Empresa de Licores de Cundinamarca.

El Código de Buen Gobierno de la Empresa de Licores de Cundinamarca se fundamenta en el principio universal de cuenta y razón, que incluye reglas, principios y modelos de conducta que responden a criterios de corrección, responsabilidad y racionalidad de todos los que de una u otra manera se relacionen con la Empresa de Licores de Cundinamarca.

MARCO NORMATIVO

La Empresa de Licores de Cundinamarca es una empresa industrial y comercial del Estado, regida por la Constitución Política, la Ley 489 de 1998, el Decreto Ley 1222 de 1986, la Ordenanza 040 de 1958, la Estructura Orgánica; Decreto Ordenanzal 0272 de 2008, la Organización Interna, Decreto 106 de 2007 y la Planta de Personal, Decreto 107 de 2007.



CONCEPTOS

Auditoría ecológica: La aplicación de criterios ecológicos no financieros a las decisiones de inversión.

Auditoría ética: La aplicación de criterios éticos no financieros a las decisiones de inversión.

Auditoría social: Evaluación sistemática del impacto social de una empresa en relación con ciertas normas y expectativas.

Certificación: Sistema de evaluación que intenta proporcionar pruebas de desempeño de productos, de procesos, sociales y ambientales.

Código de conducta: Declaración formal de los valores y prácticas comerciales de una empresa y, algunas veces, de sus proveedores. Un código enuncia normas mínimas y el compromiso de la empresa de cumplirlas y de exigir su cumplimiento a sus contratistas, subcontratistas, proveedores y concesionarios. Puede ser un documento complejo que requiera el cumplimiento de normas precisas y prevea un mecanismo coercitivo complicado.

Conflicto de interés: El conflicto de interés se origina cuando colisionan los intereses personales con los de la Empresa o de terceros, y se materializa cuando una persona, en razón de su actividad o su cargo, se enfrenta a distintas alternativas de conducta con relación a intereses incompatibles.

Directivos: grupo de personas que detentan la representación de la sociedad o que ostentan facultades para tomar decisiones de gestión y administración de la sociedad. Incluye al ejecutivo principal, gerentes y directores.

Ética empresarial: Los principios éticos, están relacionados con pautas de convivencia de las empresas con el entorno social y ambiental que las rodea.

Generación de valor: Visión capitalista: El “enfoque shareholder”, o de creación de valor para el accionista, argumenta que la única responsabilidad de las empresas es conducir sus actividades, dentro de la legalidad, con el fin exclusivo de maximizar el valor revertido a sus accionistas. Según Milton Friedman, Premio Nobel de Economía 1976, una empresa solo tiene “una responsabilidad”: los resultados económicos. El rendimiento económico es la



base, sin él, la empresa no puede desempeñar ninguna otra responsabilidad; ni puede ser buen empleador, ni generar riqueza, ni ser buen vecino. Visión con enfoque RSE: La principal función de una empresa consiste en crear valor con la producción de bienes y servicios que respondan a la demanda de la sociedad y generar beneficios para sus propietarios así como bienestar para la sociedad, en particular mediante un proceso continuo de creación de empleo. La novedad aportada por el concepto **RSC** radica en que las demandas sociales de prácticas empresariales **RSC** se articulan a través de los mercados de producto, de consumo responsable; de capitales, de inversión socialmente responsable - ISR o a través de otros activismos ciudadanos no intervenidos por los Estados Generar valor social: consiste en la mejora de las condiciones de vida al remover barreras a la inclusión social, apoyar a poblaciones debilitadas o sin voz, o disminuir las externalidades negativas, como la degradación ambiental, de ciertas actividades económicas.

Gobernabilidad corporativa: Conjunto de relaciones entre la dirección de una empresa, su consejo de administración, sus accionistas y otras partes interesadas. La gobernanza de la empresa facilita también la estructura para establecer los objetivos de la empresa, establecer los medios para alcanzarlos y controlar los resultados –Código de la OCDE, 1999.

Partes interesadas/Interlocutores/Grupos de Interés: (Stakeholders) Persona, comunidad u organización afectada por las operaciones de una empresa o que influye en dichas operaciones. Las partes interesadas pueden ser internas –por ejemplo los trabajadores – o externas – por ejemplo los consumidores, los proveedores, los accionistas, los financistas, la comunidad local.

Sostenibilidad: Desarrollo sostenible: la definición más frecuentemente citada pertenece al informe Nuestro Futuro Común (también conocido como el informe Brundtland): “es el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades”. El desarrollo sostenible se enfoca hacia la mejora de la calidad de vida de todos los ciudadanos de la Tierra, sin aumentar el uso de recursos naturales más allá de la capacidad del ambiente de proporcionarlos indefinidamente.

Negocios sostenibles: son aquellos que han encontrado la manera de lograr beneficios sociales y económicos para las comunidades en donde operan. No es filantropía empresarial, altamente valorada, la misma que tiene limitaciones de alcance y presupuesto. Por el contrario, es la búsqueda de modelos de negocios sostenibles que “hacen lo correcto haciéndolo bien”



PRINCIPIOS DE APLICACIÓN

Respeto: En la Empresa de Licores de Cundinamarca, reconocemos el derecho de cada persona a tener actuaciones según sus propias convicciones y sentimientos, dentro del marco de la ley. En tal sentido el trato a los demás es amable y digno; escuchamos y consideramos las sugerencias de nuestros servidores públicos y de los clientes, con el fin de fortalecer la prestación del servicio.

Compromiso: los servidores públicos de la Empresa de Licores de Cundinamarca, realizarán sus actividades con entrega decidida, con entusiasmo constante, para convertir en realidad los objetivos y cumplir con las metas pactadas, a pesar de las dificultades y obstáculos que presente el entorno.

Responsabilidad: Los servidores públicos de la Empresa de Licores de Cundinamarca darán cuenta de sus actos a sí mismo y a los demás y en tal sentido cumplirán con los deberes asumidos con la entidad y con aquellos que han recibido de otros.

Honestidad: En sus relaciones interpersonales, los servidores públicos de la Empresa de Licores de Cundinamarca serán moderados en sus palabras y acciones, y actuarán siempre en forma veraz.

Sentido de pertenencia: Todos y cada uno de los servidores públicos de la Empresa de Licores de Cundinamarca, como parte vital de la Institución, la respetarán, preservarán su patrimonio y contribuirán a su crecimiento y consolidación.

Lealtad: Las actuaciones de los servidores Públicos de la Empresa de Licores de Cundinamarca, se enmarcan dentro de un acto de confianza y compromiso con los clientes y los objetivos de la Entidad.

Transparencia: Las actuaciones y resultados de la gestión de la Empresa de Licores de Cundinamarca y de sus servidores, son públicas y se encuentran disponibles para la consulta y revisión por parte de la ciudadanía, organismos de control y demás autoridades territoriales y nacionales.

Honradez: Los servidores públicos de la Empresa de Licores de Cundinamarca en el ejercicio de sus funciones actuarán integra y correctamente, siempre y a toda hora respetando los bienes ajenos.



Diálogo: Las relaciones de los servidores públicos de la Empresa de Licores de Cundinamarca, se realizará sobre las bases de una cultura del diálogo, en la cual cada uno de sus miembros exponga de manera libre y responsable sus puntos de vista, respetando las posiciones de los demás.

Compañerismo: Para el desarrollo de los procesos y actividades administrativas, los servidores públicos de la Empresa de Licores de Cundinamarca, se encuentran comprometidos con el trabajo en equipo, mediante la formación y consolidación de relaciones de amistad, colaboración y participación.

Participación: Proceso de construcción de toma de decisiones y adopción de mejores prácticas de gestión que genera apropiación y responsabilidad de los directivos y trabajadores en el logro de las metas empresariales y colectivas.

Corresponsabilidad: Compromisos de doble vía entre la administración y los trabajadores para aportar a la construcción colectiva del bienestar común en la Empresa de Licores de Cundinamarca

Solidaridad: Reconocimiento de condiciones y situaciones adversas y apoyo a la superación de inconvenientes.

Sostenibilidad ambiental: Logro del desarrollo actual sin comprometer el de futuras generaciones.

MARCO DE ACTUACION

La Empresa de Licores de Cundinamarca administra el monopolio de los licores, alcoholes y productos afines a través de su producción y comercialización con el fin de obtener excedentes de operación en beneficio de las rentas del Departamento de Cundinamarca, por ello, la Empresa de Licores de Cundinamarca adopta los lineamientos establecidos por el Código de Gobierno Corporativo y considera que la gestión empresarial de Empresa se guía por un marco de planeación, dirección y actuación transparente.

Como garantía de transparencia la administración de la Empresa de Licores de Cundinamarca, cuenta con órganos de control internos expresamente creados para ello, a quienes los Servidores públicos de la Empresa informan sobre su gestión, de acuerdo con los mecanismos previamente establecidos en el Código de Gobierno Corporativo, el Código de Ética, el reglamento



interno de trabajo y demás instrumentos que garantizan la transparencia del recurso humano y la Administración.

La Empresa de Licores de Cundinamarca tiene controles externos ejercidos por la Gobernación de Cundinamarca, la Asamblea Departamental y la Contraloría y Procuraduría Departamental. También, la Empresa de Licores de Cundinamarca está sujeta al control social de la ciudadanía y a la rendición de cuentas públicas. Todos estos mecanismos de control vigilan el cumplimiento de las acciones sociales de la Empresa, el estatuto social y de la Junta Directiva, de conformidad con la ley.

Los contratos que celebra la Empresa de Licores de Cundinamarca en desarrollo de su objeto social y en calidad de contratante se rigen por las normas de su Estatuto de la Contratación y para ello observa con prontitud, exactitud, diligencia e igualdad de condiciones los procesos contractuales que lleva a cabo.

INDICADORES DE GESTIÓN

La Empresa de Licores de Cundinamarca es consciente de la necesidad de planear, verificar, evaluar y ajustar sus actuaciones gerenciales y administrativas y por ello realiza seguimiento periódico a la política de gobierno corporativo mediante indicadores de gestión de transparencia y de reputación corporativa.



3 POLITICA DE TRABAJADORES DE LA EMPRESA DE LICORES DE CUNDINAMARCA

INTRODUCCIÓN

La Política de trabajadores de la Empresa de Licores de Cundinamarca establece las directrices con las que se desarrolla la gestión del recurso humano, la cual debe basarse en fortalecer el compromiso de sus trabajadores con el quehacer empresarial y en el mejoramiento de las condiciones de vida y bienestar de los mismos.

La Política de Colaboradores se soporta en la visión de la Empresa de Licores de Cundinamarca de llegar a ser una empresa reconocida como un “buen lugar para trabajar” por emplear las mejores prácticas de gestión del recurso humano. De tal manera que la Empresa de Licores de Cundinamarca entiende que la formulación y desarrollo de sistemas de gestión del recurso humano y de los procesos de mejora continua son medios para garantizar la productividad y competitividad de la Empresa de Licores de Cundinamarca.

MARCO NORMATIVO

Frente al cumplimiento de la legislación laboral la Empresa de Licores de Cundinamarca garantiza el respeto de los derechos constitucionales y garantías previstas en la legislación laboral colombiana, en los convenios internacionales ratificados por Colombia y en las normas supranacionales en materia laboral y de la seguridad social de la Comunidad Andina de Naciones–CAN.

La Empresa de Licores de Cundinamarca garantiza igualmente que en las relaciones con sus empleados se respetan y acogen los principios del Pacto Global de las Naciones Unidas que permiten y promueven la asociación de trabajadores en sindicatos y convenciones colectivas de trabajo.

CONCEPTOS

Buenas prácticas laborales: Son el conjunto de políticas e iniciativas que la Empresa de Licores de Cundinamarca gestiona y que se incorporan de forma voluntaria para promover la igualdad de oportunidades entre trabajadoras y trabajadores y tender a eliminar las brechas de género que existen.

Código de ética: Es la declaración formal de los valores y prácticas comerciales de una empresa y, algunas veces, de sus proveedores con el fin



de establecer las reglas claras y uniformes del juego empresarial. El código de ética enuncia las normas mínimas y el compromiso de la Empresa de Licores de Cundinamarca de cumplirlas y de exigir su cumplimiento a sus contratistas, subcontratistas, proveedores y Distribuidores, de acuerdo con los parámetros establecidos en la Ley.

Contrato individual de trabajo: Es aquel por el cual una persona física denominada el trabajador se obliga a prestar servicios personales para una persona física o jurídica denominada el empleador, bajo la dependencia y subordinación de éste quien, a su vez, se obliga a pagar por estos servicios una remuneración determinada.

Discriminación: Consiste en la exclusión social de uno o más grupos de la sociedad por parte de otro grupo social dominante, por razón social, racial, religiosa o sexual.

Empleador: Es aquel que arrienda los servicios del trabajador y que como Contraprestación paga la remuneración convenida.

Salario o remuneración: Es el pago que recibe en forma periódica un trabajador de mano de su empleador a cambio del trabajo para el que fue contratado. El empleado recibe un salario a cambio de poner su trabajo a disposición del empleador. Siempre debe existir una remuneración en dinero, la remuneración en especie es necesariamente adicional.

Trabajador: Es una persona que con la edad legal suficiente y de forma voluntaria presta sus servicios retribuidos. Estos servicios pueden ser prestados dentro del ámbito de una organización y bajo la dirección de otra persona física o persona moral, denominada empleador o empresario.

PRINCIPIOS DE APLICACIÓN

Respeto por los Derechos Humanos: La Empresa de Licores de Cundinamarca respeta los derechos humanos fundamentales y establece herramientas para promover la equidad de género, erradicar toda forma de discriminación y combatir el trabajo infantil.

Ambiente de trabajo respetuoso: En la Empresa de Licores de Cundinamarca se asegura un ambiente de trabajo respetuoso que contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de sus empleados e impulsa y apoya su formación, crecimiento y desarrollo profesional.



Confianza y seguridad física y psicológica: La Empresa de Licores de Cundinamarca genera entornos en los que la confianza, la seguridad física y psicológica, el equilibrio entre la vida personal y profesional y el respeto mutuo son la base de las relaciones de trabajo.

Comunicación y diálogo: La Empresa de Licores de Cundinamarca fomenta la comunicación, la apertura, el diálogo franco y fluido en todos los niveles; los valores éticos y la consistencia al actuar.

Eficiencia y Calidad: La Empresa de Licores de Cundinamarca impulsa la eficiencia, orientada a resultados, comprometida con la calidad, la rentabilidad y el crecimiento.

MARCO DE ACTUACIÓN

La Empresa de Licores de Cundinamarca es consciente de la importancia de contar con sistemas de gestión del recurso humano y de establecer relaciones armoniosas con sus colaboradores, por lo tanto considera que se debe velar por el desarrollo y ejecución de los procesos de gestión humana basados en el enfoque del liderazgo y de su promoción en todo el nivel empresarial.

Para la Empresa de Licores de Cundinamarca es importante generar condiciones de mejoramiento de competencias entre sus trabajadores y por lo tanto, la Empresa de Licores de Cundinamarca debe identificar, reconocer y desarrollar aquellas competencias que sean necesarias para consolidar el reconocimiento de la Empresa y valorar e impulsar el desarrollo de competencias que conducen al gerenciamiento efectivo de los procesos con el fin de obtener ventajas competitivas.

En la Empresa de Licores de Cundinamarca se respeta el derecho de asociarse libremente y a la negociación colectiva; acoge la normatividad que regula el derecho de asociación y el derecho a la negociación colectiva, mantiene relaciones cordiales con las organizaciones sindicales y con los representantes de esas organizaciones en el ejercicio de sus derechos y el cumplimiento de sus deberes y, fomenta canales de información y participación de los empleados.

Acorde con los principios del Pacto Global de las Naciones Unidas y con la legislación nacional vigente, en la Empresa de Licores de Cundinamarca se prohíbe el trabajo infantil y el trabajo forzado en empleos directos y en los de sus contratistas o proveedores. La Empresa de Licores de Cundinamarca no se opone a celebrar contratos de aprendizaje con menores de edad que



cursen estudios en instituciones autorizadas, siempre y cuando se realicen bajo el amparo de la ley y el cumplimiento de las restricciones establecidas para este tipo de contratos.

La Empresa de Licores de Cundinamarca prohíbe toda forma de discriminación por razones de raza, género, condición social, afinidad política, participación en asociaciones, creencias religiosas, origen, discapacidad, edad y orientación sexual entre otros.

La Empresa de Licores de Cundinamarca respeta las normas que prohíben toda forma de acoso laboral y se acoge a los canales definidos en los mecanismos de control internos para investigar, aclarar o sancionar las conductas que lo constituyan.

La Empresa de Licores de Cundinamarca garantiza el cumplimiento de las obligaciones que asumen con sus empleados en razón del contrato de trabajo, del Código de Ética, del Código de Buen Gobierno y de las demás normas internas o de la legislación que hacen parte de estos contratos.

INDICADORES DE GESTIÓN

La Empresa de Licores de Cundinamarca es consciente de la necesidad de planear, verificar, evaluar y ajustar sus actuaciones gerenciales y administrativas y por ello realiza seguimiento periódico a la política de gestión del recurso humano mediante indicadores de gestión debidamente seleccionados para ello.



4 POLÍTICA DE GESTIÓN AMBIENTAL Y SOCIAL DE LA EMPRESA DE LICORES DE CUNDINAMARCA

INTRODUCCIÓN

La política ambiental y social de la Empresa de Licores de Cundinamarca establece los lineamientos con los se compromete para prevenir, mitigar y compensar los impactos sociales y ambientales causados por el uso y aprovechamiento del medio ambiente y de los recursos naturales en el desarrollo de sus actividades productivas y administrativas.

La gestión ambiental y social de la Empresa de Licores de Cundinamarca se enmarca en las iniciativas del Pacto Global de las Naciones Unidas y de los principios de la Mesa Redonda de Caux que buscan involucrar al sector privado en la protección del ambiente mediante acciones preventivas, correctivas, compensatorias y favorecedoras del desarrollo y difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente y de las sociedades que impactan.

La Empresa de Licores de Cundinamarca reconoce que las actividades productivas y administrativas que realiza generan impactos sobre el ambiente y por lo tanto, formula su política y desarrolla su gestión ambiental teniendo como referencia la armonía entre el hombre y su entorno.

MARCO NORMATIVO

La Empresa de Licores de Cundinamarca conoce, ejecuta y respeta el marco constitucional, legal y regulatorio en materia ambiental para la industria de los licores y bebidas alcohólicas, así como los convenios y tratados internacionales que Colombia ha suscrito sobre la materia.

CONCEPTOS

Contabilidad Ambiental y Reportes: La inversión ambiental engloba todas aquellas acciones y actividades cuyo primer objetivo es la prevención, reducción y eliminación de la contaminación o cualquier otro tipo de degradación ambiental. El gasto ambiental corresponde al pago de bienes y servicios necesarios para la puesta en marcha, reparación y manutención de las inversiones ambientales. En esta categoría se incluye el suministro de servicios ambientales tales como la coordinación, control e investigación ambiental. La tecnología de fin de tubo se refiere a la compra de equipos e instalaciones que operan al final del proceso de producción para tratar de



prevenir, medir contaminación o disponer de emisiones y residuos de la producción.

Compensación ambiental: Acciones dirigidas a resarcir y retribuir a las comunidades, las regiones, localidades y al entorno natural por los impactos o efectos negativos generados por un proyecto, obra o actividad, que no puedan ser evitados, corregidos, mitigados o sustituidos. Medidas de corrección: Son las acciones dirigidas a recuperar, restaurar o reparar las condiciones del medio ambiente afectado por el proyecto, obra o actividad.

Medidas de mitigación: Son las acciones dirigidas a minimizar los impactos y efectos negativos de un proyecto, obra o actividad sobre el medio ambiente.

Medidas de prevención: Son las acciones encaminadas a evitar los impactos y efectos negativos que pueda generar un proyecto, obra o actividad sobre el medio ambiente.

Desarrollo comunitario: Proceso encaminado a aumentar opciones de las personas, a desarrollar capacidades y libertades en lo político, económico y social en un marco de respeto de la dignidad personal y de los derechos humanos.

Desarrollo de base: es la capacidad de los grupos y organizaciones de las poblaciones para auto convocarse, definir sus necesidades, identificar las alternativas de acción, y ejecutar y evaluar programas y proyectos.

Gestión comunitaria: Empoderamiento de las comunidades para que sean capaces de administrar, operar y mantener los servicios con criterios de equidad y eficiencia, en un marco de interés público, siendo el punto de partida las necesidades de la comunidad y el reconocimiento de sus capacidades para el control directo de los recursos y su destino.

Desarrollo sostenible: Según el informe Nuestro Futuro Común (también conocido como el informe Brundtland): “es el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades”. El desarrollo sostenible se enfoca hacia la mejora de la calidad de vida de todos los ciudadanos de la Tierra, sin aumentar el uso de recursos naturales más allá de la capacidad del ambiente de proporcionarlos indefinidamente.

Eficiencia ecológica: Modo en que se utilizan los recursos naturales no renovables para reducir el deterioro ambiental y los costos de su uso. Es un



proceso que busca agregar valor a un producto reduciendo el uso de recursos, los desechos y la contaminación.

Ética empresarial: Los principios éticos, están relacionados con pautas de convivencia de las empresas con el entorno social y ambiental que las rodea.

Impacto ambiental: Cualquier alteración en el sistema ambiental biótico, abiótico y socioeconómico, que sea adverso o beneficioso, total o parcial, que pueda ser atribuido al desarrollo de un proyecto, obra o actividad.

Evaluación del impacto ambiental: Análisis del impacto de un proyecto u operación empresarial sobre el ambiente.

Plan de Manejo Ambiental: Es el conjunto detallado de actividades, que producto de una evaluación ambiental, están orientadas a prevenir, mitigar, corregir o compensar los impactos y efectos ambientales que se causen por el desarrollo de un proyecto, obra o actividad. Incluye los planes de seguimiento, monitoreo, contingencia y abandono según la naturaleza del proyecto, obra o actividad.

Riesgo Ambiental: Evento potencial generado por actividades productivas de las empresas que requieren de un plan de acción.

Negocios sostenibles: Son aquellos que han encontrado la manera de lograr beneficios sociales y económicos para las comunidades en donde operan. No es filantropía empresarial, altamente valorada, la misma que tiene limitaciones de alcance y presupuesto. Por el contrario, es la búsqueda de modelos de negocios sostenibles que “hacen lo correcto haciéndolo bien”.

PRINCIPIOS DE APLICACIÓN

Autonomía: respeto a la capacidad y criterio de las comunidades y las personas frente a la toma y realización de decisiones, ligada a los intereses colectivos, que no admite injerencia para determinar los destinos de los pueblos o las personas.

Equidad: igualdad en oportunidades y en las relaciones con los actores con los que se relaciona la Empresa de Licores de Cundinamarca.

Reconocimiento a la diversidad y a la diferencia: relaciones basadas en la valoración y respeto de las diferencias que implica no atentar contra la dignidad, integridad y condición humana de los otros.

Participación: fortalecer la acción ciudadana y el desarrollo de capacidades para la autogestión comunitaria.



Corresponsabilidad: compromisos de doble vía y a la mutua responsabilidad por el logro de objetivos comunes, sobre la base del reconocimiento a la capacidad de todos para aportar en la construcción colectiva del bienestar común.

Coordinación institucional: la Empresa de Licores de Cundinamarca establece y mantiene los espacios y mecanismos para una buena y permanente relación con los actores involucrados con su gestión.

Cultura Ambiental: la Empresa de Licores de Cundinamarca genera conciencia sobre los temas ambientales a nivel individual y colectivo.

Legalidad: la Empresa de Licores de Cundinamarca aplica la reglamentación y normativa ambiental vigente y estimula la gestión ambiental responsable de los grupos de interés con los que se relaciona.

Mejoramiento continuo: la Empresa de Licores de Cundinamarca establece objetivos y metas ambientales en los instrumentos de planeación que utiliza lo cual le permite generar un mejoramiento continuo.

Producción más limpia: la Empresa de Licores de Cundinamarca desarrolla sus actividades en el contexto de la producción más limpia de manera tal que estas se realizan previniendo o minimizando los impactos ambientales negativos y maximizando los positivos.

Solidaridad: Interés social y colectivo que expresa el reconocimiento de la condición y situación del otro, especialmente frente a la adversidad.

Sostenibilidad ambiental: la Empresa de Licores de Cundinamarca logra su desarrollo actual sin comprometer el desarrollo de las generaciones futuras.

MARCO DE ACTUACIÓN

La Empresa de Licores de Cundinamarca es consciente de la necesidad de respetar y proteger el medio ambiente en el desarrollo de actividades operativas y administrativas y en ese sentido considera que es fundamental establecer procesos para identificar y diagnosticar los impactos ambientales generados por sus actividades e implementar acciones necesarias para su prevención, mitigación y remediación.

Para la Empresa de Licores de Cundinamarca es importante desarrollar instrumentos de evaluación y seguimiento del sistema de gestión ambiental y social que contribuyan a mejorar la gestión ambiental y social de la Empresa.

Igualmente la Empresa de Licores de Cundinamarca conoce la importancia de crear, divulgar e incentivar la cultura ambiental y social entre sus trabajadores y de esta manera multiplicar por fuera de sus instalaciones las prácticas de uso racional e inteligente de los recursos no renovables y de aquellos con posibilidad de reciclaje.



La Empresa de Licores de Cundinamarca cree que es fundamental definir mecanismos de formación e información de los temas sociales y ambientales de la Empresa en las comunidades del área de influencia de la Empresa de Licores de Cundinamarca, en especial aquellas relacionadas con el cuidado y conservación de las fuentes de agua y la participación en formulación de políticas públicas sectoriales que incentiven el turismo sostenible y el respeto por el ambiente.

La Empresa de Licores de Cundinamarca reconoce que para el desarrollo de la gestión ambiental y social que se propone ejecutar es importante disponer de recursos financieros y humanos necesarios.

INDICADORES DE GESTIÓN

La Empresa de Licores de Cundinamarca es consciente de la necesidad de planear, verificar, evaluar y ajustar sus actuaciones gerenciales y administrativas y por ello realiza seguimiento periódico a la política de gestión ambiental y social mediante indicadores de gestión de transparencia y de reputación corporativa.



5 POLÍTICA DE CIUDADANÍA CORPORATIVA DE LA EMPRESA DE LICORES DE CUNDINAMARCA

INTRODUCCIÓN

La Empresa de Licores de Cundinamarca entiende la responsabilidad social como la adopción de las mejores prácticas de gestión en todos los ámbitos del trabajo corporativo y frente a los grupos de interés que se relacionan con la empresa.

La participación de las empresas en la gestión del desarrollo permite ejercer la llamada ciudadanía corporativa, en donde los intereses empresariales se suman a los intereses sectoriales y estos, a los de otros tantos actores que buscan generar políticas públicas en torno a temas comunes.

La Empresa de Licores de Cundinamarca es consciente de su aporte a la consecución de los Objetivos de desarrollo del Milenio – ODM, al desarrollo del país y a las finanzas públicas del Departamento de Cundinamarca, gestiona sus actividades sobre los principios de las mejores prácticas; actúa con transparencia, acorde con el objeto social, con criterios de beneficio económico, sin descuidar el entorno laboral, ambiental y social de los territorios de influencia directa de la Empresa.

La Empresa de Licores de Cundinamarca conoce su territorio y ejerce la ciudadanía corporativa como una manera de participación en los asuntos relacionados con el consumo de licor responsable y la educación de sus clientes en torno a la compra de licor legal y en establecimientos debidamente adaptados para ello; todo ello en el marco de las relaciones de gobernanza, en donde hay confianza entre la empresa, la sociedad civil y las autoridades locales.

La Política de Ciudadanía corporativa está enfocada en sus empleados, accionistas y socios, frente al actuar corporativo que involucra a clientes, proveedores, comunidades y gobiernos de los territorios en los que la Empresa de Licores de Cundinamarca actúa, mediante el desarrollo de compromisos, estrategias y prácticas operativas que permiten la ejecución, gestión y evaluación de la conducta económica, social, y ambiental.

MARCO NORMATIVO

La Empresa de Licores de Cundinamarca conoce la regulación nacional del sector de las bebidas alcohólicas en asuntos de salud pública, ambientales; a



la vez que conoce los asuntos departamentales y municipales que rigen la distribución y venta de los licores en el país.

CONCEPTOS

Aguardiente: Es el genérico de bebidas alcohólicas destiladas, de entre 29 y 40 grados, aunque pueden pasar los 70 grados que pueden ser bebidos, ya sea puros, añejados, aromatizados o mezclados. Se obtiene por destilación del vino o de determinados cereales, frutas o semillas, como centeno, cebada, bayas de enebro, cereza, uvas y el anís, entre otras. El nombre deriva del latín aqua ardens, término con el que se llamaba al alcohol obtenido por destilación.

Bebidas alcohólicas: Son bebidas que contienen etanol (alcohol etílico). Se pueden distinguir entre bebidas producidas por fermentación alcohólica (vino, cerveza, hidromiel, sake) en las que el contenido en alcohol no supera los 18-20 grados, y las producidas por destilación, generalmente a partir de un producto de fermentación (licores, aguardientes, etc.). Las especies alcohólicas aptas para el consumo humano son las provenientes de la fermentación, destilación, preparación o mezcla de productos alcohólicos de origen vegetal, salvo las preparaciones farmacéuticas, jarabes o similares. Entre ellas se encuentran bebidas de muy variadas características, y que van desde los diferentes tipos de brandy y licor, hasta los de whisky, anís, tequila, ron, vodka, cachaça y ginebra entre otras. La cantidad de alcohol de un licor u otra bebida alcohólica se mide bien por el volumen de alcohol que contenga o bien por su grado de alcohol. La dependencia de las bebidas alcohólicas se denomina alcoholismo.

Capital social: Conjunto de valores y expectativas comunes de una comunidad determinada. El capital social es una condición previa para la cooperación y la organización de actividades humanas, incluidos los negocios. El capital social puede transformarse, consumirse o reponerse, igual que el capital financiero.

Ciudadanía corporativa: Es la relación participativa de una empresa en la formulación de políticas públicas de gobiernos del nivel local, regional, nacional y mundial. Es el derecho similar al de un ciudadano, que implica a su vez deberes y corresponsabilidad.

Desarrollo de base: Es la capacidad de los grupos y organizaciones de las poblaciones para auto convocarse, definir sus necesidades, identificar las alternativas de acción, y ejecutar y evaluar programas y proyectos. Bajo esta



concepción del desarrollo, el reto está en crear sociedades inclusivas, organizaciones que respondan a las necesidades de sus miembros, e instituciones públicas que faciliten los vínculos entre las organizaciones de ciudadanos con otras organizaciones.

Licor Adulterado: El licor adulterado es un licor o una bebida espirituosa adulterados de manera intencionada o natural, convirtiéndolos generalmente en nocivos para el consumo. La adulteración artificial se consigue con la adición de ciertos compuestos químicos, perjudiciales para el ser humano, pero de bajo coste como el alcohol metílico o alcohol industrial, que son vendidos sin ningún tipo de control en determinados establecimientos para obtener más beneficio. Una práctica frecuente, no perjudicial para la salud pero sí fraudulenta, es añadir agua a la botella de la bebida. Con ello se difumina y aclara el color de la bebida. Un ron oscuro (de color natural marrón) podrá tornarse amarillo, disminuyendo también su graduación alcohólica. Las administraciones públicas y organismos sanitarios aconsejan, para evitar la adulteración artificial, la compra en establecimientos autorizados, sin partículas flotando y con timbre bien adherido a la botella y sin rasgaduras

Menor de Edad: Es, legalmente, un individuo que aún no ha alcanzado la edad adulta. La minoría de edad comprende toda la infancia y, a menudo, la adolescencia o parte de ella. En muchos países occidentales, la mayoría de edad se alcanza a los 18 o 20 años. Un menor de edad sería por tanto aquella persona que, por razón de su edad biológica, no tiene todavía plena capacidad de obrar. La ley específica de cada lugar será la encargada de establecer la edad a partir de la cual una persona deja de ser menor de edad. La minoría de edad y, por extensión, la ausencia de plena capacidad de obrar, suponen una serie de límites a los derechos y responsabilidades de la persona. Se establecen límites sobre actuaciones que se considera que el menor no tiene capacidad suficiente para hacer por su cuenta, y se exige de responsabilidad de actos que se entiende que no se le pueden imputar por su falta de capacidad.

Ron: Es una bebida alcohólica que se obtiene a partir de la caña de azúcar por fermentación, destilación y envejecimiento, generalmente en barricas de roble. Esta bebida se menciona por primera vez en documentos de origen nazarí (antiguo reino de Granada), pero con mayor consistencia, por su fama entre los marineros, en documentos provenientes de Barbados en 1650. Se le llamaba "kill-devil" ('mata-diablo') o "rumbullion" (una palabra de Devonshire, Inglaterra, que significa 'un gran tumulto'). En las colonias antillanas francesas, se le llamó "guildive" (modificación de "kill-devil") y posteriormente "tafia", un término africano o indígena. Ya en 1667 se le



llamaba simplemente "rum", término derivado de la palabra española ron (palabra de raíz árabe) y la francesa rhum (que deriva de la anterior). La primera mención oficial de la palabra "rum" aparece en una orden emitida por el Gobernador General de Jamaica con fecha 8 de julio de 1661.

PRINCIPIOS DE APLICACIÓN

Cumplir la normatividad: adoptar y estimular el cumplimiento de la normatividad que regula al sector de las bebidas embriagantes en materia de consumo responsable, venta y distribución responsable y mitigación, prevención y compensación de daños ambientales de la huella de carbono que se deriva de la actividad productiva de la empresa.

Coordinación interinstitucional y Cooperación con la Política Pública: establecer y mantener los espacios, mecanismos y herramientas de gestión para una buena y permanente relación con los actores públicos involucrados en los asuntos de salud pública y la seguridad relacionados con las bebidas alcohólicas.

Contribuir al crecimiento ordenado del territorio: participar en la formulación de políticas públicas y acuerdos sectoriales que permitan compensar la huella de carbono de la Empresa de Licores de Cundinamarca en los territorios del departamento de Cundinamarca.

Sostenibilidad: integrar el respeto y la protección del ambiente en la planificación territorial orientada por el desarrollo sostenible, el uso racional de los recursos y la innovación.

MARCO DE ACTUACIÓN

Para la Empresa de Licores de Cundinamarca es fundamental participar en la formulación de políticas públicas del sector de bebidas alcohólicas, por lo tanto considera que es importante articular la gestión de la ciudadanía corporativa y la atención de sus clientes con las directrices nacionales que sobre salud pública frente al consumo de licores sea expedida por el Gobierno.

La Empresa de Licores de Cundinamarca es consciente de la necesidad de consolidar la participación de distribuidores y comercializadores de sus productos entorno a campañas de consumo responsable del licor y de compra y adquisición de bebidas en establecimientos legales con el fin de evitar excesos en el consumo y el consumo de bebidas adulteradas.



La Empresa de Licores de Cundinamarca sabe de la necesidad de vincular a la fuerza pública en las campañas sobre el consumo responsable y la adquisición de licor legal, en especial en aquellos picos del año en que los jóvenes se encuentran en periodos de vacaciones.

INDICADORES DE GESTIÓN

La Empresa de Licores de Cundinamarca es consciente de la necesidad de planear, verificar, evaluar y ajustar sus campañas divulgativas y educativas sobre el consumo responsable de licores legales y por ello realiza seguimiento periódico a la política de ciudadanía mediante indicadores de gestión que miden el impacto de sus comunicaciones externas.



6 POLÍTICA DE PROVEEDORES Y CONTRATISTAS DE LA EMPRESA DE LICORES DE CUNDINAMARCA

INTRODUCCIÓN

La Política de Proveedores y Contratistas de la Empresa de Licores de Cundinamarca genera los lineamientos de actuación de la Empresa en relación con sus proveedores y contratistas y de la manera cómo se fomentan las mejores prácticas de gestión y de gobierno corporativo con terceros con quienes la Empresa mantiene relaciones contractuales.

La Política de Proveedores y Contratistas de la Empresa de Licores de Cundinamarca tiene como fin prevenir y mitigar riesgos causados por terceros que realicen trabajos específicos para la Empresa. Esta política se enmarca en el respeto por los derechos humanos, los derechos laborales, los derechos ambientales y las prácticas de transparencia administrativa.

MARCO NORMATIVO

Al igual que con sus propios colaboradores, la Empresa de Licores de Cundinamarca exige a sus proveedores y contratistas el cumplimiento de la legislación laboral colombiana, de las normas derivadas de convenios internacionales ratificados por Colombia y de las normas supranacionales en materia laboral y de la seguridad social de la Comunidad Andina de Naciones–CAN.

En consecuencia, la Empresa de Licores de Cundinamarca exigirá igualmente que proveedores y contratistas garanticen a sus empleados el cumplimiento de la legislación laboral vigente.

CONCEPTOS

Auditoria: aplicación de criterios financieros y contables para la verificación de mejores prácticas relacionadas con la inversión. Auditoria ecológica: la aplicación de criterios ecológicos no financieros a las decisiones de inversión.

Auditoria ética: la aplicación de criterios éticos no financieros a las decisiones de inversión. Auditoria social: evaluación sistemática del impacto social de una empresa en relación con ciertas normas y expectativas.



Certificación: sistema de evaluación que intenta proporcionar pruebas de desempeños de productos, de procesos gerenciales, de planificación, sociales y ambientales.

Conflicto de interés: el conflicto de interés se origina cuando colisionan los intereses personales con los de la Empresa o de terceros, y se materializa cuando una persona, en razón de su actividad o su cargo, se enfrenta a distintas alternativas de conducta con relación a intereses incompatibles.

Buenas prácticas laborales: son el conjunto de políticas e iniciativas que ELC gestiona y que se incorporan de forma voluntaria para promover la igualdad de oportunidades entre trabajadoras y trabajadores y tender a eliminar las brechas de género que existen.

Discriminación: consiste en la exclusión social de uno o más grupos de la sociedad por parte de otro grupo social dominante, por razón social, racial, religiosa o sexual.

Salario o remuneración: es el pago que recibe en forma periódica un trabajador de mano de su empleador a cambio del trabajo para el que fue contratado. El empleado recibe un salario a cambio de poner su trabajo a disposición del empleador. Siempre debe existir una remuneración en dinero, la remuneración en especie es necesariamente adicional.

Aportes parafiscales: aporte que todo empleado u contratista por orden de servicio debe realizar para pensión y salud, que corresponde a un porcentaje determinado del valor del contrato.

PRINCIPIOS DE APLICACIÓN

Cumplir con la normatividad: La Empresa de Licores de Cundinamarca debe aplicar y fomentar el cumplimiento de la reglamentación y normativa laboral y la gestión de prácticas sostenibles de los actores con los que se relaciona.

Legalidad: La actividad de la Empresa de Licores de Cundinamarca se realiza en estricto cumplimiento al marco legal vigente.

Respeto a los derechos humanos, laborales y del medio ambiente: La Empresa de Licores de Cundinamarca prioriza al trabajador y se alinea con la búsqueda del desarrollo sostenible de los territorios donde tiene presencia y



promueve entre sus proveedores y contratistas su visión de responsabilidad social corporativa.

Transparencia: La Empresa de Licores de Cundinamarca mantiene organizada, disponible y oportuna la información relevante de la empresa, incluyendo su situación financiera, desempeño, propiedad y gobierno de la compañía. De igual manera espera que sus proveedores y contratistas provean a la Empresa la información relacionada con el contrato y que le sea solicitada formalmente.

MARCO DE ACTUACIÓN

La Empresa de Licores de Cundinamarca asegura transparencia y las mejores prácticas en materia de contratación de proveedores y contratistas, de manera tal que sigue las normas establecidas por el manual de contratación de la Empresa que contempla las modalidades de contratación y que es de público conocimiento para terceros interesados.

La Empresa de Licores de Cundinamarca verifica los procesos contractuales y garantiza la transparencia y publicidad de todos ellos.

La Empresa de Licores de Cundinamarca publicará por escrito y en su página de internet el instructivo para que proveedores y contratistas conozcan las normas y requisitos de contratación desde el momento en que se firma un contrato u orden de servicio con la empresa. El instructivo contendrá información acerca del registro de proveedores, los documentos necesarios para el pago, la información de las pólizas que debe expedir el proveedor, las fechas y horarios de giros y las formas de pago, entre otros.

Por último, la Empresa de Licores de Cundinamarca es consciente de la importancia de contar con sistemas de control de las obligaciones de sus proveedores y contratistas derivadas del contrato con Empresa de Licores de Cundinamarca, por lo tanto verifica que estos actúen dentro del marco de la legalidad y el respeto por los derechos laborales y por ello no permitirá el trabajo infantil ni en empleos directos ni en los de sus contratistas o proveedores.

INDICADORES DE GESTIÓN

La Empresa de Licores de Cundinamarca es consciente de la necesidad de planear, verificar evaluar y ajustar sus actuaciones y diálogos con su grupo



**POLITICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
DE LA EMPRESA DE LICORES DE CUNDINAMARCA**

de interés de proveedores y contratistas y por ello le hace seguimiento periódico a sus compromisos mediante medición con indicadores de gestión de proveedores y contratistas.



7 POLÍTICA DE COMUNICACIONES Y TRANSPARENCIA DE LA EMPRESA DE LICORES DE CUNDINAMARCA

INTRODUCCIÓN

La Política de Comunicaciones y Transparencia de la Empresa de Licores de Cundinamarca establece lineamientos para diseñar y poner en marcha estrategias de comunicación interna y externa, con el propósito de garantizar la divulgación, difusión y promoción de información de carácter institucional y comercial a los públicos de interés.

Esta política se soporta en la gestión transparente de la Empresa de Licores de Cundinamarca como empresa del sector de bebidas alcohólicas, por ello, la Empresa garantiza la puesta en marcha de estrategias de comunicación dirigida a promover el consumo responsable de bebidas embriagantes.

MARCO NORMATIVO

La Empresa de Licores de Cundinamarca es una empresa industrial y comercial del Estado, regida por la Constitución Política, la Ley 489 de 1998, el Decreto Ley 1222 de 1986, la Ordenanza 040 de 1958, la Estructura Orgánica; Decreto 0272 de 2008, la Organización Interna, Decreto 106 de 2007 y la Planta de Personal, Decreto 107 de 2007.

La Empresa de licores de Cundinamarca conoce la legislación vigente en materia de producción de bebidas alcohólicas y la verifica y cumple a cabalidad.

CONCEPTOS

Comunicación: conjunto de los procesos mediante los cuales se efectúan la operación de interrelacionar una o varias personas con una u otras personas buscando alcanzar determinados objetivos mediante una respuesta eficaz, a través de diferentes medios.

Comunicación empresarial: es el conjunto de mensajes que una institución proyecta a un público determinado con el objeto de informar su misión, visión y mensajes institucionales. Para que surta efecto, la comunicación debe ser dinámica, planificada y concreta.

Comunicación interna: es aquella comunicación que define el direccionamiento de una empresa y tiene como propósito dar a conocer



asuntos de interés para sus trabajadores. La comunicación interna debe ser bidireccional con el fin de recibir retroalimentación de los trabajadores.

Comunicación externa: son las actividades que generan mensajes dirigidos a crear, mantener o mejorar la relación con los diferentes públicos externos de las empresas, así como a proyectar una imagen favorable o promover actividades, productos y servicios.

Crisis: estado temporal de trastorno y desorganización que se caracteriza por la necesidad de abordar situaciones particulares y mediante métodos no acostumbrados para solucionar problemas que pueden ser potencialmente positivos o negativos para la imagen corporativa de una Empresa.

Identidad corporativa: es la personalidad de una empresa que se muestra mediante el conjunto de símbolos, comunicación y comportamiento basados su visión y misión.

Imagen corporativa: es el conjunto de símbolos que una empresa utiliza para identificarse ante sus distintos públicos. Es la expresión visual de la organización de acuerdo con la visión que tiene de sí misma y según como le gustaría ser vista por otros.

Logotipo: elemento que forma parte de la marca porque contribuye a que ésta sea fácilmente identificada y rápidamente reconocida por un público determinado.

Marca: es el signo que representa una empresa y permite que ésta se diferencie de la competencia. Ayuda a establecer una determinada posición en la mente de sus públicos y clientes.

Información: es un conjunto de datos organizados de acuerdo a un interés y que buscan cierto resultado una vez transmitida. Mensaje: el conjunto de ideas, sentimientos, acontecimientos expresados por el emisor de la comunicación para que sean captados de la manera que se desea. Es el contenido de la información.



Medios de comunicación: son los instrumentos mediante los cuales se transmite información y mensajes de forma masiva a un público determinado. Son el canal mediante el cual la información se obtiene, se procesa y, finalmente, se expresa, se comunica.

Canal: Es el medio a través del cual se transmite la información-comunicación, y se establece una conexión entre el emisor y el receptor. Es conocido como el soporte material o espacial por el que circula el mensaje.

Publicidad: es el conjunto de mensajes emitidos a través de los distintos medios masivos de comunicación que tienen como fin incrementar la venta de los productos o servicios de una empresa.

Publicidad institucional: es el conjunto acciones e instrumentos a través de los cuales se presenta al público de interés imágenes favorables de la empresa.

Promoción: actividades que se realizan para comunicar un mensaje a un público objetivo con la finalidad de lograr un efecto frente a la percepción de la empresa o persona que las realiza.

Público: es el grupo de personas que recibe un mensaje a través de cualquier medio de comunicación.

Reputación corporativa: es el conjunto de percepciones que tienen sobre la empresa, los diversos grupos de interés con los que se relaciona, tanto internos como externos. Es resultado de la gestión desarrollada por la empresa a lo largo del tiempo.

MARCO DE ACTUACIÓN

La política de Comunicación y Transparencia de la Empresa de Licores de Cundinamarca establece los estándares de calidad y coordina toda comunicación interna y externa que se genera en la E.L.C.

La Empresa de Licores de Cundinamarca tiene procedimientos para interactuar con los medios masivos de comunicación; cuenta con un vocero oficial designado por la Gerencia General de acuerdo con la clase de información que se debe divulgar.



Las políticas establecidas para las comunicaciones comerciales de la Empresa de Licores de Cundinamarca se realizan de acuerdo con las estrategias acordadas con los representantes comerciales de la Empresa y por lo tanto, la E.L.C analizará y diagnosticará el efecto de sus comunicaciones con el fin de ajustar la manera cómo informa a los diferentes públicos de interés.

INDICADORES DE GESTIÓN

La Empresa de Licores de Cundinamarca es consciente de la necesidad de planear, verificar evaluar y ajustar su reputación corporativa y por lo tanto realiza seguimiento periódico a la Política de Comunicaciones y Transparencia mediante indicadores que miden la percepción y la gestión de los grupos de interés.