



# COMUNICACIÓN SOBRE EL PROGRESO –COP- DICIEMBRE DE 2013



## **CONTENIDO**

- 1.- DECLARACION DEL GERENTE GENERAL DR. CARLOS ALBERTO MEZA REALES.**
  
- 2.- REFERENTES CORPORATIVOS**
  
- 3.- DESCRIPCION DE PRÁCTICAS Y ACTIVIDADES DESARROLLADAS.**
  
- 4.- REGISTRO FOTOGRAFICO**



## 2.- REFERENTES CORPORATIVOS

### MISIÓN

Satisfacemos el gusto de nuestros clientes con licores y alcoholes, limpios, innovadores y de alta calidad. El consumo responsable y el talento humano ético y comprometido, genera recursos para el financiamiento preferente de la salud, educación y el desarrollo social de los Cundinamarqueses.

### VISIÓN

Hacer de los licores Nectar y Santafe, patrimonio y orgullo cundinamarqués, elección predilecta de los colombianos y el mundo, por su sabor, calidad y tradición.

### VALORES

Para el cumplimiento de la Misión y Visión, la empresa acoge los valores propuestos en el Plan Departamental de Desarrollo “Cundinamarca Calidad de Vida” y los hace vivenciales para consolidar la familia Nectar y Santafe (proveedores, servidores públicos, distribuidores y consumidores entre otros).

- Tolerancia
- Compromiso
- Amor
- Responsabilidad
- Honestidad
- Fraternidad.
- Transparencia
- Respeto a la diferencia
- Ética
- Cultura de la legalidad



EMPRESA DE LICORES DE CUNDINAMARCA  
NIT 899.999.0848

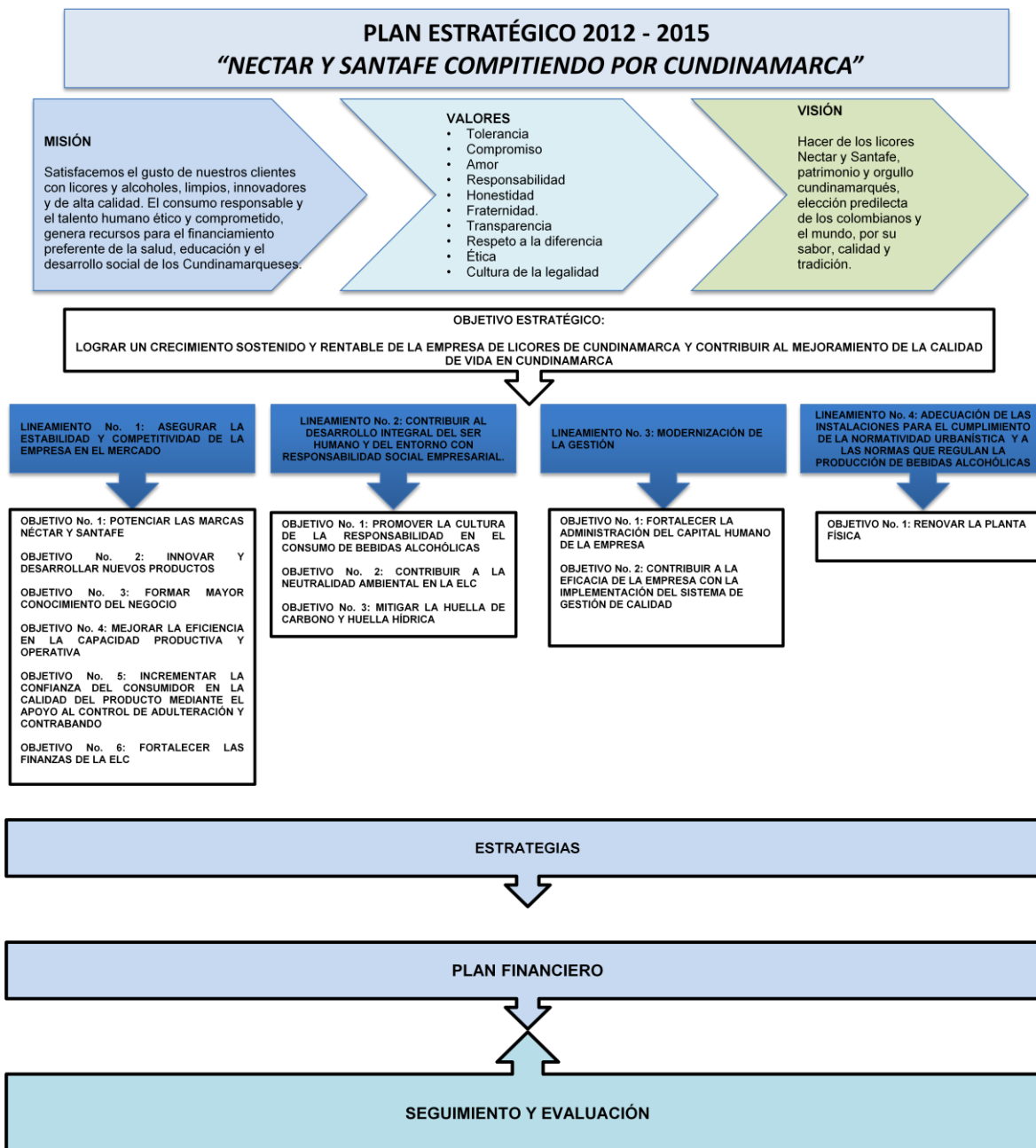


**BICENTENARIO  
DE LA INDEPENDENCIA DE  
CUNDINAMARCA**

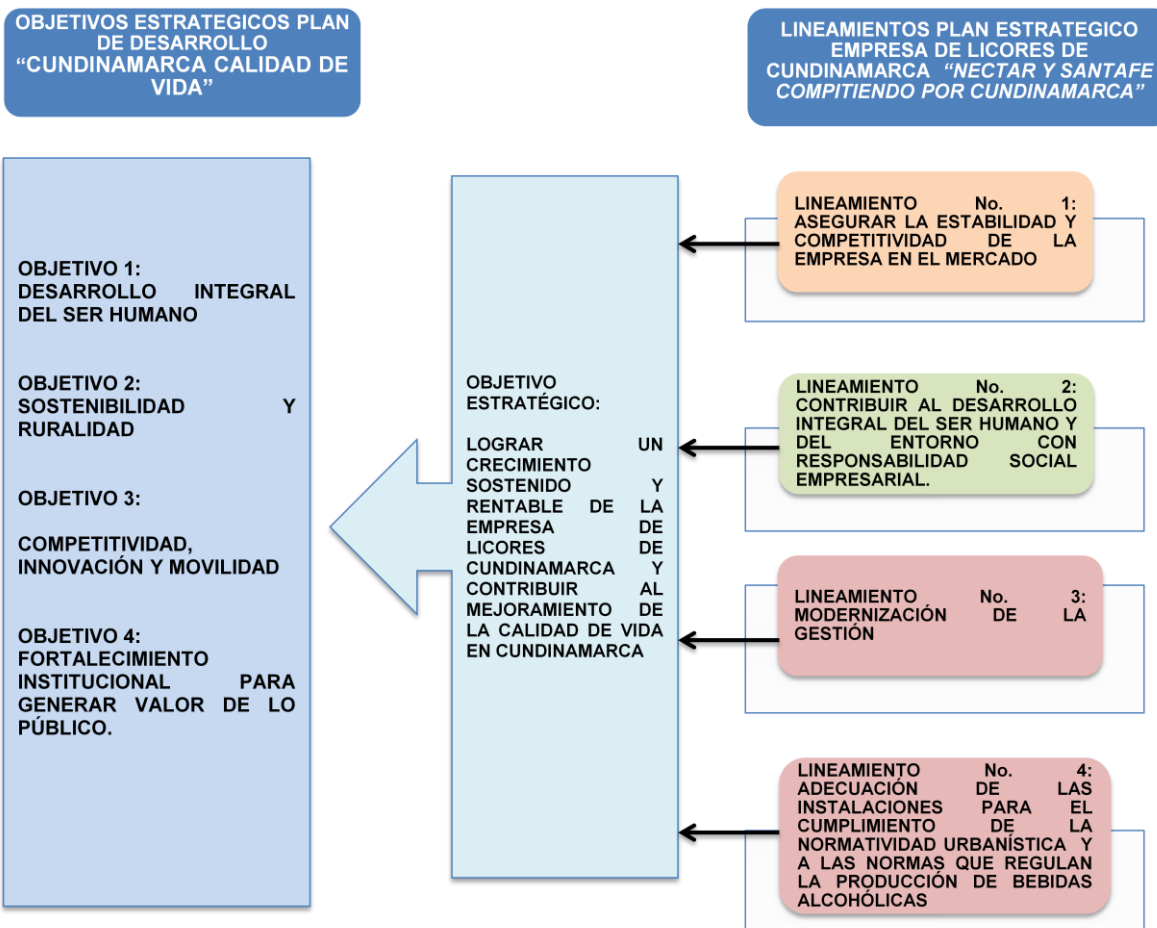
CON ANTONIO NARIÑO, EL TRIUNFO DE LAS IDEAS



## ESTRUCTURA DEL PLAN ESTRATÉGICO



## 1. ARMONIZACIÓN CON EL PLAN DE DESARROLLO DEPARTAMENTAL “CUNDINAMARCA CALIDAD DE VIDA”



## 2. OBJETIVO ESTRATÉGICO:

LOGRAR UN CRECIMIENTO SOSTENIDO Y RENTABLE DE LA EMPRESA DE LICORES DE CUNDINAMARCA Y CONTRIBUIR AL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE VIDA EN CUNDINAMARCA.

### 3. LINEAMIENTO No. 2: CONTRIBUIR AL DESARROLLO INTEGRAL DEL SER HUMANO Y DEL ENTORNO CON RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.

#### 3.1 OBJETIVO No. 1: PROMOVER LA CULTURA DE LA RESPONSABILIDAD EN EL CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS

La adopción de la Política de Responsabilidad Social en la Empresa ha representado un cambio en el enfoque de la gestión, a una socialmente responsable, que contribuye al desarrollo, bienestar y al mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad en general (empleados, clientes, proveedores etc).

Por ésta razón, promoverá estrategias en publicidad de las marcas dentro del marco de la Responsabilidad Social, que orienten al consumo responsable y al no consumo de licor por parte de los niños, adolescentes y mujeres embarazadas, entre otros, así:

#### **ESTRATEGIAS:**

- FORTALECER LA CULTURA DEL CONSUMO RESPONSABLE
- ERRADICAR EL CONSUMO POR PARTE DE MENORES DE EDAD Y MUJERES EMBARAZADAS

<b>OBJETIVO 1: METAS DE PRODUCTO</b>			
<b>META</b>	<b>NOMBRE DEL INDICADOR</b>	<b>INDICADOR DE BASE</b>	<b>INDICADOR META</b>
Promover durante cuatro años, la cultura del consumo responsable con estrategias IEC	No. de años con estrategias IEC	0	4
Promover durante cuatro años, la cultura del no consumo con estrategias IEC	No. de años con estrategias IEC	0	4

IEC: Información + educación + comunicación

### 3.2 OBJETIVO No. 2: CONTRIBUIR A LA NEUTRALIDAD AMBIENTAL EN LA ELC

La Empresa consciente de su responsabilidad con el medio ambiente implementará acciones que garanticen la conservación, preservación, restauración, uso, manejo y aprovechamiento de los bosques, el manejo integral y responsable del agua, los residuos sólidos y demás recursos naturales; adicionalmente fortalecerá la cultura y educación ambiental, para hacer más limpio y verde nuestro entorno.

En este contexto se plantean las siguientes estrategias:

#### ESTRATEGIAS:

- CONTRIBUIR AL MANEJO INTEGRAL DE AGUA
- COMPENSAR LA EMISIÓN DE CARBONO CON LA PROTECCIÓN DE BOSQUES Y LA DISMINUCIÓN DEL CONSUMO DE PAPEL
- DISMINUIR EL IMPACTO AMBIENTAL QUE GENERAN LOS RESIDUOS SÓLIDOS.

OBJETIVO 2: METAS DE PRODUCTO			
META	NOMBRE DEL INDICADOR	INDICADOR DE BASE	INDICADOR META
Disminuir al 2015 en un 10% el consumo de metros cúbicos de agua	Metros cúbicos disminuidos en un 15%	51.865	46.679
Sembrar y mantener al 2015, 500 árboles en los predios de la ELC	500 árboles sembrados	0	500
Obtener certificación al 2012, sobre el manejo y disposición de los residuos.	Certificación obtenida	0	1

OBJETIVO 2: METAS DE PRODUCTO			
META	NOMBRE DEL INDICADOR	INDICADOR DE BASE	INDICADOR META
Adelantar al 2015, Reciclaje del 100% de residuos de Tetrapack	% de reciclaje de residuos de Tetra Pack	0%	100%
Disminuir al 2015 en un 30% el consumo de resmas de papel	Resmas de papel disminuidas en un 30%	1.224	856

### 3.3 OBJETIVO No. 3: MITIGAR LA HUELLA DE CARBONO Y HUELLA HÍDRICA

*“La huella de carbono, es un certificado en el que miden las emisiones de dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>) que se realizan en la cadena de producción de bienes, desde la obtención de materias primas hasta el tratamiento de desperdicios, pasando por la manufacturación y el transporte. Por tanto la huella de CO<sub>2</sub> es la medida del impacto que provocan las actividades del ser humano en el medio ambiente y se determina según la cantidad de gases de efecto invernadero producidos, medidos en unidades de dióxido de carbono”; tomado de [www.huellacarbono.es/](http://www.huellacarbono.es/).*

*La huella hídrica o huella de agua se define como “el volumen total de agua dulce que una empresa ha usado para producir los bienes y servicios”. Tomado de [http://es.wikipedia.org/wiki/Huella\\_h%C3%ADdrica](http://es.wikipedia.org/wiki/Huella_h%C3%ADdrica).*

La Empresa está comprometida en obtener certificaciones en huella hídrica y de carbono para mitigar el impacto ambiental en su operación. Al contar con una producción limpia y menos contaminante hará que los consumidores identifiquen y opten por nuestras marcas, al estar comprometidas con la conservación del medio ambiente.

Este objetivo se alcanzará mediante el desarrollo de las siguientes estrategias:

#### **ESTRATEGIAS:**

- DISMINUIR LA HUELLA DE CARBONO
- DISMINUIR LA HUELLA HÍDRICA EN LA EMPRESA





<b>OBJETIVO 2: METAS DE PRODUCTO</b>			
<b>META</b>	<b>NOMBRE DEL INDICADOR</b>	<b>INDICADOR DE BASE</b>	<b>INDICADOR META</b>
Obtener al 2015 certificaciones de huella de Carbono	Sello obtenido	0	1
Obtener al 2015 certificaciones de huella hídrica	Sello obtenido	0	1

### 3.- DESCRIPCION DE PRÁCTICAS Y ACTIVIDADES DESARROLLADAS

#### LINEAMIENTO No. 2: CONTRIBUIR AL DESARROLLO INTEGRAL DEL SER HUMANO Y DEL ENTORNO CON RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.

##### ESTANDARES LABORALES

**PRINCIPIO 3.** Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

**PRINCIPIO 4.** Las empresas deben apoyar la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio.

**PRINCIPIO 5.** Las empresas deben apoyar la abolición efectiva del trabajo infantil.

**PRINCIPIO 6.** Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

La empresa respeta y obedece estos principios. Se reconoce y respeta a las organizaciones sindicales legalmente establecidas; existe libertad de asociación:

AGRUPACIONES SINDICALES	AFILIADOS
SINALTRALIC SUB. CUNDINAMARCA	122
SINDITELC	42
SINTRALCUN	30
SINTRELC	27

Además cada organización está afiliada a una Federación y Confederación a Nivel Nacional: SINTRATERRITORIALES, SINTRAOFICIAL, UTRADEC, FEDERACION CGT SECCIONAL BOGOTA Y CUNDINAMARCA, SINALTRALIC NACIONAL, CONFEDERACION GENERAL DEL TRABAJO CGT.

La Empresa dentro de su planta no cuenta con menores de edad, ni permite formas de trabajo forzoso y obligatorio. No existe racismo, ni discriminación alguna de religión, raza o sexo.



La capacitación y el bienestar social de sus trabajadores está dentro de sus objetivos y lineamientos estratégicos:

<b>PROGRAMAS DE BIENESTAR SOCIAL</b>	
VACACIONES RECREATIVAS	27 NIÑOS
PROGRAMA DE INTEGRACIÓN FUNCIONARIOS Y FAMILIAS	300 PERSONAS
TORNEOS INTEREMPRESAS	10 EQUIPOS DE BOLOS
AGUINALDO NAVIDEÑO	52 NIÑOS
PROGRAMA DE ACONDICIONAMIENTO FISICO	52 FUNCIONARIOS

#### **OBJETIVO No. 1: PROMOVER LA CULTURA DE LA RESPONSABILIDAD EN EL CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS**

Aparte de cumplir cabalmente con el Objeto Social de la empresa, “Generar recursos preferentes para la salud y la educación de los cundinamarqueses”, la EMPRESA DE LICORES DE CUNDINAMARCA, en asocio y divulgación con sus distribuidores, ha venido destinando recursos para la divulgación de acciones encaminadas a la Responsabilidad Social Empresarial así:

- Creación y divulgación de la campaña EMPIJAMA TU CARRO, la cual fue lanzada en el año 2010 y que continúa transmitiendo un mensaje claro de responsabilidad al volante, cuyo objetivo de comunicación es “Si va a tomar licor no maneje”.
- Patrocinio del equipo de ciclismo de la Liga de Ciclismo de Cundinamarca por varios años (actualmente se llama el equipo AGUARDIENTE NECTAR – GOBERNACIÓN DE CUNDINAMARCA – CALIDAD DE VIDA), en sus diferentes competencias, aportando así, recursos para la creación de escuelas de formación deportiva de unos de los deportes insignia del país y el más importante en reconocimientos actualmente, logrando que se identifique a la EMPRESA DE LICORES DE CUNDINAMARCA y su marca NECTAR como generadores de buenas acciones y auspiciadores de una práctica sana como lo es del deporte.
- Patrocinio de eventos que estén ligados a causas de RESPONSABILIDAD SOCIAL, tales como el Bogotá Wine & Food Festival con el producto Ron Santafé 12 años Nido de Cóndores y el Torneo de Golf del Club Serrezuela con los productos Ron Santafé 8 años Reserva Exclusiva y Aguardiente 180°. Una parte de los recursos generados dichos patrocinios se invierten en causas de tipo social.



- Patrocinio por varios años de la EMPRESA DE LICORES DE CUNDINAMARCA y sus marcas NECTAR, RON SANTAFE Y AGUARDIENTE 180° en la Caminata de la Solidaridad por Colombia, un evento reconocido a nivel nacional y mundial y promovido por la Fundación Solidaridad por Colombia.
- Patrocinio de la marca Néctar de la EMPRESA DE LICORES DE CUNDINAMARCA a la Fundación Selección Cundinamarca, entidad que otorga becas a alumnos ilustres del departamento para continuar con sus labores académicas de educación superior.
- Por medio del MANIFIESTO DEL HINCHA RESPONSABLE, aliado con el patrocinio de la marca Néctar al fútbol nacional, que divulga un mensaje de responsabilidad en el consumo de licor en los diferentes escenarios ligados al fútbol como el principal deporte nacional y el más reconocido a nivel mundial.
- Por medio del MANIFIESTO DEL CONSUMIDOR RESPONSABLE y las campañas EXCESOS SOLO DE RISAS, EXCESOS SOLO DE AMOR, CUIDATE, entre otras, vinculado a la campaña PONTE NECTAR, aliado directamente a las nuevas campañas publicitarias de las marcas y productos de la ELC, comunicando de manera fresca y efectiva que beber licor es un acto de responsabilidad personal y social.
- Por medio de la vinculación con actividades de carácter ecológico como la Carrera 10K por el Planeta, promovida por el reconocido canal mundial NatGeo.

### ***¿Cómo se comunica?***

Todas estas acciones de RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL de la EMPRESA DE LICORES DE CUNDINAMARCA, se divulgan, desde siempre a través de diferentes medios de comunicación tales como radio, prensa, revistas, televisión, medios impresos (volantes, insertos, etc.), publicidad exterior (vallas, eucoles), patrocinios, acciones de free press, publireportajes, entre otros, siempre en función de cumplir con su principal objetivo que es **GENERAR LA CONCIENCIA DEL CONSUMO RESPONSABLE.**

## **REGISTRO FOTOGRAFICO DE LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS**



# COMPRA LEGAL

## JUEGALE LIMPIO A ARAUCA



Los **adulteradores** adoptan ciertos procedimientos que les facilitan lograr la colocación del producto adulterado en el comercio así:

- Ofrecen la mercancía a menores precios de los que ofertan los distribuidores autorizados
- Dan facilidades de pago
- Venden la cantidad de producto que requiere el tendero, sin importar el número de botellas
- Obsequian productos
- Hacen su distribución en vehículos de bajo perfil y sin identificación de la empresa distribuidora. Utilizan el sistema de entrega puerta a puerta, mediante transporte a la mano (Una caja).

- Se engaña al minorista, entregando facturación falsa que suplanta a la usada por los distribuidores autorizados, que al analizarla con un poco de cuidado se puede detectar su falsedad.
- Movilizan pequeñas cantidades (dos o tres cajas).

## PARA TENER EN CUENTA

### ● SEGÚN LA PRESENTACIÓN DE LA ETIQUETA

Ausencia de brillo y fijación  
Cortes irregulares.  
Textos borrosos e incompletos.  
Número de serie repetido o borroso.  
Pegante en diferente sentido

### ● SEGÚN LA PRESENTACIÓN EXTERNA DEL LÍQUIDO

Turbidez en el líquido.  
Partículas suspensión.  
Falta de transparencia

### ● SEGÚN LA PRESENTACIÓN DE LA TAPA:

#### LA TAPA GENUINA DEBE LLEVAR:

Sobre la tapa en relieve logotipo de la E.L.C. (tunjo precolombino)  
leyenda "EMPRESA DE LICORES DE CUNDINAMARCA".  
Estrellas con 6 puntas, 11 viñetas.

#### BANDA DE SEGURIDAD:

Con la leyenda "TAMPER EVDENT – PRECINTO DE GARANTIA".

#### BANDA DE SEGURIDAD:

CLIK OPEN rompe al abrir en dos (2) partes iguales.

#### LOGOTIPO DE LA E.L.C.:

Tunjo precolombino dentro de dos círculos concéntricos impreso mediante rayo láser.





EMPRESA DE LICORES DE CUNDINAMARCA  
NIT 899.999.0848



# BICENTENARIO DE LA INDEPENDENCIA DE CUNDINAMARCA

CON ANTONIO NARIÑO, EL TRIUNFO DE LAS IDEAS



MC marca registrada

## EN MARCO DEL BICENTENARIO DEPARTAMENTAL

### BRINDIS POR LA ALEGRÍA, LA SALUD Y EL DEPORTE

Para conmemorar el Bicentenario de la Independencia de Cundinamarca, el departamento se viste con sus mejores galas este año. En esta celebración, la Empresa de Licores de Cundinamarca levanta la copa y se une con sus emblemáticos productos de calidad.

**D**esde comienzos del 2015, la administración departamental inició la celebración del Bicentenario de la Independencia de Cundinamarca, fecha especial que reconoce el papel del departamento en los procesos independentistas de Colombia e Hispanoamérica. La fiesta le rinde homenaje al distinguido Antonio Nariño, figura clave en la Independencia de Colombia y traductor al español de Los Derechos del Hombre y del Ciudadano.

Administraciones locales, juntas de acción comunal y diversas entidades vinculadas a la Gobernación, están unidas en torno al Bicentenario. De igual manera, algunas de las actividades han contado con la presencia de una marca que es un sello de identidad en el departamento y en todo el país: la Empresa de Licores de Cundinamarca (E.L.C.). El mensaje que lleva consigo la empresa está enfocado a vivir momentos de alegría y diversión. Además, fomenta iniciativas de responsabilidad social empresarial.

**De cara al futuro**  
La E.L.C. está implementando el cumplimiento de los objetivos propuestos en el plan estratégico 2012 - 2016 "Néctar y Santafé cumpliendo por Cundinamarca", en armonía con el Plan de Desarrollo Departamental "Cundinamarca Ciudad de Vida".

La empresa ha sido un referente en la elaboración de licores de calidad a nivel nacional. Para lograrlo, hace más de 90 años, efectuó cambios tecnológicos en su planta de producción que le permitieron comercializar su portafolio de productos: aguardientes y ron. Para el presente año se prevé la intervención de su estructura física. Con esto se busca consolidarla como una compañía más eficiente

y amigable con el medio ambiente, que trabaja bajo los esquemas de responsabilidad social empresarial, dando vital importancia al mejoramiento de la plataforma tecnológica y la adecuación de los procesos de producción y almacenamiento.

Frente a la competencia, el gerente general de la E.L.C., Carlos Alberto Meza, señala que "el dinamismo que se ha presentado en el mercado durante estos años ha hecho que se tenga que luchar fuertemente ante las marcas de la competencia, y se tenga buena participación en el mercado". El directorio destaca que, al corte de marzo (2016), la empresa tenía una participación del 66% en el mercado con aguardientes (Néctar). En el cierre de diciembre del 2012, indicaba un 22%.

Con base en la renovación de su portafolio, la E.L.C. se ha tomado los apurados con productos premiados a nivel mundial. Aparte de lograr como medallas del Monde Selection (ver información adicional), el portafolio de productos fue premiado por el International Taste & Quality Institute (2015). Además, en el Congreso Mundial de Hombres (Madrid - España) los rones Santafé de 4, 8 y 12 años recibieron sendos reconocimientos.

LA CAMPAÑA EMPUJAMA TU CARRO ES UNA INICIATIVA DE LA E.L.C. QUE TRASMITTE UN MENSAJE CLARO DE RESPONSABILIDAD AL VOLANTE. SU LEMA ES CLARO Y CERTERO: "SIVA A TOMAR, NO MANEJE".



Ron SANTAFÉ

AGUARDIENTE NECTAR



Foto Linda Sarmiento, kienyke.com

"CON LOS RESULTADOS SE ESTÁ MOSTRANDO QUE SE COMPITE CON PRODUCTOS DE CALIDAD Y CON ESTRATEGIAS QUE DAN TRANQUILIDAD A LOS CONSUMIDORES"

CARLOS ALBERTO MEZA, GERENTE GENERAL E.L.C.



#### CELEBRANDO EN GRANDE

Este año, en la celebración del Bicentenario de la Independencia de Cundinamarca, y con iniciativas de la Gobernación Departamental, se rescata el legado de don Antonio Nariño, destacado en la historia colombiana como El Gran Precursor de la Independencia Nacional y declarado en 2003 como el Hombre de todos los tiempos.

Así mismo, teniendo en cuenta la celebración del Bicentenario, el Gobernador Álvaro Cruz, apoyado en el Plan de Desarrollo Cundinamarca Ciudad de Vida, busca promocionar las expresiones artísticas y culturales del departamento. Por medio de eventos regionales, nacionales e internacionales, se proyecta afianzar la identidad cundinamarquesa.

Este objetivo se enmarca en el consolidado general del Plan que se enfoca en programas y proyectos que reducen en el desarrollo integral del ser humano.

Cundinamarca Ciudad de Vida

## LICENCIA DE RUMBEAR NO DE MANEJAR

EMPUJAMA TU CARRO

AGUARDIENTE NECTAR Ron SANTAFÉ

06.2013 | Digital | patito

PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. LEY 124 DE 1994.

EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. LEY 30 DE 1986.

22/73



EMPRESA DE LICORES DE CUNDINAMARCA  
NIT 899.999.0848



# BICENTENARIO DE LA INDEPENDENCIA DE CUNDINAMARCA

CON ANTONIO NARIÑO, EL TRIUNFO DE LAS IDEAS





**POLITÉCNICO  
SANTAFÉ DE BOGOTÁ**

Tel: (571) 745 0230/0231-Calle 71 No. 13-10-Bo9otó, D.C. - Colombia

Formamos los mejores **TECNOLOGOS**

Matriculas Abiertas  
Opciones De Financiación

---



## HSBNOTICIAS.COM

EL PERIÓDICO **EL PERIÓDICO** **DIARIO DEL SUR** **DIARIO DEL PUTUMAYO** **DIARIO DEL CAUCA**

INICIO GENERAL BOGOTÁ JUDICIAL DEPORTES POLÍTICA ECONOMÍA ENTRETENIMIENTO OPINIÓN CONTACTENOS
REGIONALES   

---

Actualidad
Actualidad

---

Fecha publicación: 5/May/2013 3:40 PM

### Competencia se enfrenta con calidad: Meza



La empresa ha patrocinado deportes como el ciclismo.

Comparta la noticia en:

**En Twitter @HSBnoticias**

HAMMERRENGIFO A LAS 4PM NOS VISITA EL PRESIDENTE @JuanManSantos EN @ExtraPasto YA ESTÁ LISTO EL FORMULARIO DE PREGUNTAS... @HSBNOTICIAS @HAMMERRENGIFO  
3 minutes ago · reply · retweet · favorite

2 new tweets

CRISTIANPOL10 El Diario de Poli. Is out paper!! CRISTIANPOL10... Top stories today via @CanalTR3CE @HSBNOTICIAS @Pachovelez10  
12 hours ago · retweet · favorite · favorite

**Búscanos en Facebook**

**HSB** Hsbnoticias  
 Me gusta

**HSB** Hsbnoticias preguntó: "El presidente Santos debería pronunciarse sobre las declaraciones de Nicolás Maduro Contra Alvaro U..."  
 Sí  No  No / Nr  
 8+  1+

Hace 36 minutos

**HSB** Hsbnoticias Mojito Lite, la revelación musical de Colombia  
A 1.838 personas les gusta Hsbnoticias.



Plug-in social de Facebook

**Publicidad**



**Publicidad**



**Publicidad**



La Empresa de Licores de Cundinamarca – ELC - ha venido implementando sus procesos de transformación de la marca ante las expectativas de los clientes, dándole un vuelco al mercado de los productos, dijo su gerente general Carlos Alberto Meza.

El directivo dijo a ELPERIÓDICO/HSBNOTICIAS.COM cómo está el mercado y qué se ha hecho para enfrentar la competencia de productos extranjeros; destacó los reconocimientos a nivel internacional, como el obtenido recientemente, como el Monde Selection.

**¿Cómo está este mercado en el país?**

El dinamismo que se ha presentado en este mercado durante estos años ha hecho que se tenga que luchar fuertemente ante las marcas extranjeras, y se tenga una participación buena en el mercado.

Por ejemplo, con la empresa estamos al corte de marzo con una participación del 34 por ciento en el mercado con aguardientes – Nectar -. En el cierre de diciembre teníamos el 22 por ciento, por lo que estamos mostrando un crecimiento, mientras que otras compañías no tienen la misma dinámica.

Desafortunadamente hay unas prácticas comerciales que no son muy buenas y eso en el primer semestre se revela en las estadísticas de la industria licorera, lo que hace que unas suban y otras bajen.

Además, estamos creciendo un 14 por ciento en volumen e ingresos, en impuestos al Departamento, entre otros, por lo que venimos mostrando un **desempeño** importante.

**¿Cómo se está enfrentando la competencia extranjera, por ejemplo vinos o Whisky?**

Con los resultados se está mostrando, que se compite con productos de calidad, con estrategias que dan **tranquilidad** a los consumidores.

Además, manejando a través de los distribuidores la dinámica de mantenernos en el mercado, y haciendo los esfuerzos que a nivel comercial se requieren para mantenerse al frente.

Además, hay un tema de precios que es muy importante, que nos ha permitido seguir creciendo los volúmenes.

**¿Tienen planeado lanzar nuevos productos al mercado?**

Dentro del plan estratégico nosotros tenemos proyectado el lanzamiento de por lo menos tres productos de aquí al 2015. La idea es hacerle este año una conmemoración al bicentenario de Cundinamarca, y estamos trabajando un proyecto para sacar un aguardiente que en su momento se conocerá.

**¿Qué se está haciendo en el tema de Responsabilidad Social?**

Todo lo que estamos construyendo como marca alrededor del deporte; se ha estado financiando o patrocinando equipos de ciclismo, la temporada de equestre o al equipo Santa Fe. Son acciones que la empresa viene desarrollando porque entiende que es muy importante inculcar a las personas el sentido de la responsabilidad en el consumo.

Es decir, nosotros estamos en escenarios deportivos para que la gente sepa que debe haber un consumo responsable, y en el hogar o en los lugares indicados para tal efecto.

**¿Qué viene para el próximo semestre?**

Básicamente seguir en la tarea de venimos construyendo alrededor de nuestras marcas. Al interior de la firma, seguir haciendo una transformación en temas como el de la eficiencia, hacer inversiones en materia de construcción, de buenas prácticas de manufacturas. Son unos restos bien interesantes e importantes, que finalmente buscan garantizar que el consumo sea dentro de los parámetros aceptables en el ser humano.





EMPRESA DE LICORES DE CUNDINAMARCA  
NIT 899.999.0848



**BICENTENARIO  
DE LA INDEPENDENCIA DE  
CUNDINAMARCA**

CON ANTONIO NARIÑO, EL TRIUNFO DE LAS IDEAS







EMPRESA DE LICORES DE CUNDINAMARCA  
NIT 899.999.0848



**BICENTENARIO  
DE LA INDEPENDENCIA DE  
CUNDINAMARCA**

CON ANTONIO NARIÑO, EL TRIUNFO DE LAS IDEAS



DISTRIBUYE **repeco** 425 2111

**EXCESOS  
SOLO  
DE RISAS.**

**PONTE**

AGUARDIENTE  
**NECTAR**  
SIN AZUCAR

AGUARDIENTE  
**NECTAR**  
SIN AZUCAR

E.L.C.

PROHIBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD, LEY 124 DE 1994.  
EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD, LEY 30 DE 1986.





EMPRESA DE LICORES DE CUNDINAMARCA  
NIT 899.999.0848



**BICENTENARIO  
DE LA INDEPENDENCIA DE  
CUNDINAMARCA**

CON ANTONIO NARIÑO, EL TRIUNFO DE LAS IDEAS



**3**

**COSAS  
QUE UN HINCHA  
RESPONSABLE  
DEBE HACER**



**1**

**GANES O PIERDAS,  
EL FUTBOL SE GOZA  
CON MODERACION.**



**2**

**AL ESTADIO VAS  
CON AMIGOS,  
NO CON TRAGO.**



**3**

**LA MEJOR CELEBRACIÓN  
ES LA QUE SE HACE CON  
RESPONSABILIDAD.**



**EL FUTBOL SE DISFRUTA EN CASA  
CON NECTAR, PORQUE GANAR O PERDER  
ES MOTIVO PARA CELEBRAR.**



DISFRUTA CON NECTAR Y TUS AMIGOS. GOZA RESPONSABLEMENTE.  
PROHIBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD, LEY 124 DE 1994. EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD, LEY 30 DE 1986.









EMPRESA DE LICORES DE CUNDINAMARCA  
NIT 899.999.0848



# BICENTENARIO DE LA INDEPENDENCIA DE CUNDINAMARCA

CON ANTONIO NARIÑO, EL TRIUNFO DE LAS IDEAS







EMPRESA DE LICORES DE CUNDINAMARCA  
NIT 899.999.0848



# BICENTENARIO DE LA INDEPENDENCIA DE CUNDINAMARCA

CON ANTONIO NARIÑO, EL TRIUNFO DE LAS IDEAS







EMPRESA DE LICORES DE CUNDINAMARCA  
NIT 899.999.0848



# BICENTENARIO DE LA INDEPENDENCIA DE CUNDINAMARCA

CON ANTONIO NARIÑO, EL TRIUNFO DE LAS IDEAS









EMPRESA DE LICORES DE CUNDINAMARCA  
NIT 899.999.0848



# BICENTENARIO DE LA INDEPENDENCIA DE CUNDINAMARCA

CON ANTONIO NARIÑO, EL TRIUNFO DE LAS IDEAS



## **OBJETIVO No. 2: CONTRIBUIR A LA NEUTRALIDAD AMBIENTAL EN LA ELC**

**PRINCIPIO 7.** Las empresas deben apoyar un criterio de precaución respecto de los problemas del medio ambiente.

**PRINCIPIO 8.** Las empresas deben fomentar las iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.

**PRINCIPIO 9.** Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Las interior de la empresa de han desarrollado las siguientes acciones:

### Campañas:

- Uso responsable del agua.
- Manejo de los residuos sólidos llamada "Tu ayuda si cuenta y no te cuesta".

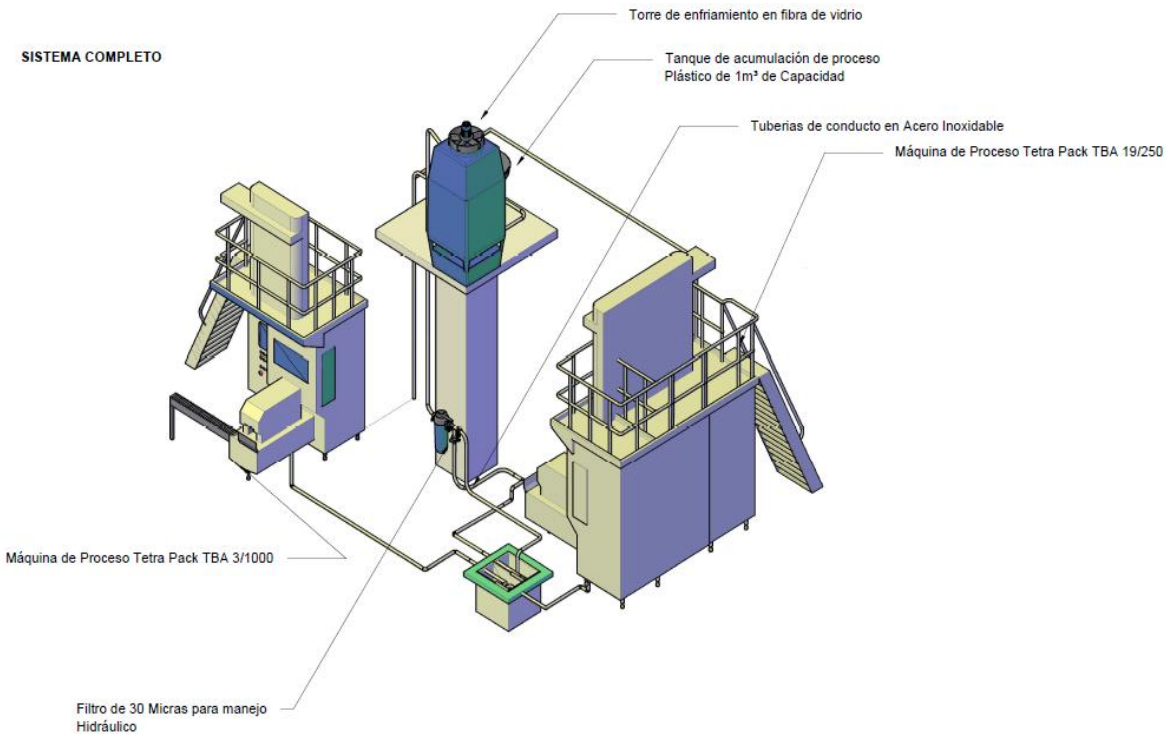
### Capacitación:

- Manejo de residuos químicos e hidrocarburos ofrecida por la ARL Colpatria.
- Manejo sobre kit de derrame para hidrocarburos y residuos peligrosos, ofrecida por la firma Imexfrance S.A.S.

### Proyectos:

- Adecuación del área de almacenamiento de residuos peligrosos.
- Montaje e implementación del sistema de recirculación de agua de las líneas Tetra Pak.
- Alquiler de una planta de tratamiento de agua residual industrial.

## **REGISTRO FOTOGRAFICO**



Diseño del sistema de recirculación de agua líneas Tetra Pak.



Foto: Tanque subterráneo de almacenamiento de agua.



Foto: Capacitación Imerfrance S.A.S.





Foto: Capacitación Imerfrance S.A.S.



Foto: Capacitación Imerfrance S.A.S.



Foto: campaña: Uso responsable del agua.



Foto: Planta de tratamiento de agua residual industrial.



CONSUMO DE COMBUSTIBLES AÑO 2012				
AÑO 2012	GALONES GASOLINA	GALONES A.C.P.M.	PRECIO GASOLINA	PRECIO ACPM
Enero	409,961	84,898	\$ 3.806.488	\$ 691.494
Febrero	308,814	475,949	\$ 2.898.219	\$ 3.924.200
Marzo	416,746	295,155	\$ 3.952.836	\$ 2.463.068
Abril	364,709	181,734	\$ 3.503.030	\$ 1.516.570
Mayo	438,571	75,837	\$ 4.196.247	\$ 632.860
Junio	541,631	572,122	\$ 5.101.081	\$ 4.717.146
Julio	422,984	261,196	\$ 3.924.446	\$ 2.127.441
Agosto	454,870	143,434	\$ 4.220.284	\$ 1.182.613
Septiembre	500,754	161,280	\$ 4.676.041	\$ 1.350.720
Octubre	500,261	40,787	\$ 4.706.455	\$ 346.486
Noviembre	612,144	152,242	\$ 5.697.836	\$ 1.287.206
Diciembre	419,568	82,115	\$ 3.863.382	\$ 693.461
<b>Total Galones</b>	<b>5.391,013</b>	<b>2.526,749</b>	<b>\$ 50.546.345</b>	<b>\$ 20.933.266</b>

GASOLINA	GALONES	VARIACION (%)	VALOR(MILES DE PESOS)	VARIACION VALOR
2011	7.816		69.462	
2012	5.391	-44,97%	50.546	-37,42%

A.C.P.M.	GALONES	VARIACION (%)	VALOR(MILES DE PESOS)	VARIACION VALOR
2011	3.529		27.306	
2012	2.527	-39,64%	20.933	-30,44%

### **OBJETIVO No. 3: MITIGAR LA HUELLA DE CARBONO Y HUELLA HÍDRICA**

La Empresa de Licores de Cundinamarca en su campaña de disminución de la Huella de Carbono, colaboró con la Iniciativa de Nat Geo, la Car y Cundinamarca Calidad de vida en el patrocinio de la Carrera 10K por el planeta. Con el fin de reforestar Cundinamarca y en especial la Sabana Centro. Si bien, los productos de la Empresa de Licores de Cundinamarca no aparecen como patrocinadores oficiales de la carrera (los Licores no entran dentro de la categoría de patrocinadores de actividades deportivas) la empresa realizo un contrato con GRUPO FOX (grupo dueño de canales como Fox, Fox Sports, NatGeo, Universal) para No solo patrocinar la carrera sino volver a pautar en televisión, con dos objetivos fundamentales:

1. Que la Empresa de Licores de Cundinamarca sea reconocida por su misional de conservar el medio ambiente y minimizar la huella de carbono
2. En su misional comercial, la Empresa de Licores de Cundinamarca es la única licorera nacional en pautar en televisión, (mayor recordación y psocionamiento de la marca Aguardiente Nectar)

La CAR certificara que la siembra de los 8000 arboles es gracias a la participación de la Empresa de Licores de Cundinamarca en la carrera NatGeo 10k Por el planeta.

### **CARRERA 10K POR EL PLANETA**

En efecto, NatGeo se comprometió a sembrar un árbol por cada competidor inscrito y uno más por cada uno de los atletas que terminara la competencia. Al final la fiesta fue completa, porque el atletismo volvió a ser protagonista y ahora contribuye al medio ambiente, pues NatGeo sembrará antes de que termine octubre un total de 8.600 árboles.

“Fue algo muy emocionante, ver esa mancha amarilla corriendo por una causa, que es la de sembrar un bosque, por eso estamos muy contentos de hacer este evento”, destacó Ánderson Ortiz, gerente de marketing de Fox Colombia, quien agregó: “vamos a hacer la segunda versión el doble de grande de esta”.



Ahora, el paso a seguir de NatGeo es que “antes de que termine octubre vamos a hacer el evento con la Gobernación de Cundinamarca y su Unidad de Bosques, quienes ya tienen la zona lista para ir a sembrar los árboles, que es lo más importante y la causa final de la carrera.

Al final, el ganador en masculino fue Alexander Bello, quien terminó con un tiempo de 31 minutos y 10 segundos, mientras que en femenino se impuso la experimentada de Yolanda Fernández con un tiempo de 34:28: “La carrera estuvo muy dura, de principio a fin, con la compañía de varios compañeros, pero al final me decidí a atacar y pude ganar. Es muy chévere que hagan este tipo de carreras, porque se hacen más difíciles, como en la arena, pero es fabuloso porque aportamos para que NatGeo siembre árboles”, dijo Bello.

Por su parte, Yolanda Fernández afirmó que “significa mucho ganar esta carrera por el medio ambiente, porque fue muy bonito todo y bien organizado. Ojalá el próximo año tenga más cupos”.

Esta fue la primera edición en Colombia de esta carrera, que ya se ha hecho en Venezuela y el gran proyecto de NatGeo es a tres años, cuando esperan hacer una carrera mundial por el medio ambiente.

Con la plantación de mil árboles en la reserva ecológica San Marino de la vereda Teneria de este municipio, la gobernación de Cundinamarca inició la siembra de 8.000 árboles para reforestar la cuenca del río Bogotá, compromiso asumido por el departamento en el marco de la carrera atlética “Un día por el Planeta”, en la cual se determinó sembrar dos árboles por cada uno de los 4.000 participantes que asistieron al evento deportivo.

La jornada de reforestación fue presidida por el gobernador de Cundinamarca, Álvaro Cruz, la Unidad Administrativa Especial Bosques de Cundinamarca (UAEB) en coordinación con la Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca (CAR) y el canal de televisión National Geographic (Nat Geo).

Con estas acciones la administración departamental busca crear conciencia de la necesidad de transformar nuestros hábitos de vida y de compensar la huella de

carbono que dejamos en el planeta. “Que mejor Calidad de Vida que la protección al medio ambiente a través de la reforestación para mitigar los efectos del cambio climático” puntualizó el gobernador, Álvaro Cruz.

Cundinamarca trabaja para ser un departamento neutro ambientalmente, con actividades como la siembra simultánea del árbol de la Libertad el 24 de abril, con más de once mil árboles plantados. El reto del Plan de Desarrollo Cundinamarca Calidad de Vida es llegar a un millón de árboles. El año anterior se sembraron cerca de 270 mil, se espera ir creciendo en esta política de reforestación.

El primer mandatario, Álvaro Cruz brindo todo el apoyo del gobierno departamental para convertir el predio San Marino en un Parque Ecológico y en una Escuela Didáctica Ambiental. A la fecha Cundinamarca ha adquirido cerca de 30 mil hectáreas de zonas productoras y protectoras de fuentes hídricas.





## ANTICORRUPCION

**PRINCIPIO 10.** Las empresas deben apoyar la lucha contra la corrupción, incluyendo la extorsión y el soborno.

Por parte de la Oficina de Gestión Contractual de la entidad se informa a los contratistas, proveedores y terceros, la política de responsabilidad social corporativa, respecto a los derechos humanos y gestión empresarial libre de corrupción.

Se difundió la adhesión de la Empresa de Licores de Cundinamarca y de la Gobernación de Cundinamarca al Pacto Mundial.

Participó en eventos que fortalecen el compromiso frente al pacto global:

- SEGUNDA SEMANA DE LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA
- TERCER CONGRESO INTERNACIONAL DE DERECHOS DISCIPLINARIO
- SEMINARIO ESCENARIOS PARA LA ANTICORRUPCIÓN TERRITORIAL.

## **PARTICIPACIÓN 4º ENCUENTRO DE RESPONSABILIDAD Y DESARROLLO SOCIAL CORFERIAS 2013, 14, 15 Y 16 DE AGOSTO DE 2013**

En el Centro Internacional de Negocios y Exposiciones de Bogotá CORFERIAS se llevó a cabo el encuentro COLOMBIA RESPONSABLE, donde empresas del sector privado, público, local y nacional mostraron sus mejores prácticas, programas y proyectos, adelantos y oportunidades en responsabilidad social y desarrollo social.

La empresa fue invitada como CLIENTE ESPECIAL por parte de la FUNDACION SELECCIÓN CUNDINAMARCA quien participó como expositor.

La información de la Empresa se pudo presentar en dos stand y fue de vital importancia porque se informó a la sociedad civil y ciudadanía en general que aparte de cumplir cabalmente con el objeto social, “Generar recursos preferentes para la salud y la educación de los cundinamarqueses”, la EMPRESA DE LICORES DE CUNDINAMARCA, han venido desarrollando acciones en el marco de nuestra esfera, con el fin de contribuir a la construcción de una sociedad más justa.

### Pabellón 6, Nivel 1 Stand 402- Gobernación de Cundinamarca.

En este stand donde se encontraban las diferentes entidades descentralizadas y secretarías de la Gobernación de Cundinamarca, se proyectó e informó a los visitantes que en asocio con sus distribuidores la Empresa ha destinado recursos para la divulgación de campañas en diferentes medios de comunicación tales como radio, prensa, revistas, televisión, medios impresos (volantes, insertos, etc.), publicidad exterior (vallas, eucoles), patrocinios, acciones de free press, publireportajes, entre otros, siempre en función de cumplir con su principal objetivo que es **GENERAR LA CONCIENCIA DEL CONSUMO RESPONSABLE**. Campañas presentadas:

- EMPIJAMA TU CARRO, la cual transmite un mensaje claro de responsabilidad al volante, cuyo objetivo de comunicación es “Si va a tomar licor no maneje”.
- Patrocinio del equipo de ciclismo de la Liga de Ciclismo de Cundinamarca, NECTAR – CALIDAD DE VIDA – LOTERIA DE CUNDINAMARCA, en sus diferentes competencias, aportando así, recursos para la creación de



escuelas de formación deportiva de unos de los deportes insignia del país, logrando que se identifique a la EMPRESA DE LICORES DE CUNDINAMARCA y su marca NECTAR como generadores de buenas acciones y auspiciadores de una práctica sana como lo es del deporte.

- Patrocinio de eventos que estén ligados a causas de RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, tales como el Bogotá Wine & Food Festival con el producto Ron Santafé 12 años Nido de Cóndores y el Torneo de Golf del Club Serrezuela con los productos Ron Santafé 8 años Reserva Exclusiva y Aguardiente 180°. Los recursos de dichos eventos se invierten en causas de tipo social, al igual que el patrocinio por varios años de la EMPRESA DE LICORES DE CUNDINAMARCA y sus marcas NECTAR, RON SANTAFÉ Y AGUARDIENTE 180° en la Caminata de la Solidaridad por Colombia, un evento reconocido a nivel mundial y promovido por la Fundación Solidaridad por Colombia.
- MANIFIESTO DEL HINCHA RESPONSABLE, aliado con el patrocinio de la marca NECTAR al fútbol nacional, que divulga un mensaje de responsabilidad en el consumo de licor en los diferentes escenarios ligados al fútbol como el principal deporte nacional y el más reconocido a nivel mundial.
- MANIFIESTO DEL CONSUMIDOR RESPONSABLE, vinculado a la campaña PONTE NECTAR, aliado directamente a las nuevas campañas publicitarias de las marcas y productos de la ELC, comunicando de manera fresca y efectiva que beber licor es un acto de responsabilidad personal y social.

#### Pabellón 1, Nivel 1 Stand 306- Fundación Selección Cundinamarca.

Se dio a conocer el objetivo de la fundación, sus patrocinadores y en forma directa la experiencia vivida por cada uno de los jóvenes favorecidos con las becas durante los años 2011 y 2012. El proyecto impactó a los visitantes, por cuanto se promueve la calidad de la educación como pilar de los pueblos y se estimula el talento y premia el esfuerzo de los estudiantes, en este caso Cundinamarqueses a través de becas a los mejores bachilleres egresados de la educación pública de cada provincia.

Para resaltar, el acto de adhesión de la Gobernación de Cundinamarca a la iniciativa y apoyo al Pacto Global de las Naciones Unidas y sus principios; con ella y la Empresa de Licores de Cundinamarca adherida desde 2011, 399 organizaciones Colombianas hacen parte del Pacto Global.



En la ceremonia que fue presidida por el Sr. Gobernador de Cundinamarca Dr. Alvaro Cruz Vargas, estuvieron presentes el General Rodolfo Palomino, director de la Policía Nacional, Roberto Vergara, Director Comercial y de Mercadeo de Corferías, Gustavo Galvis Hernández, Presidente de Andesco y Mauricio López González Director Ejecutivo del Pacto Global en Colombia; además los directivos de la Empresa de Licores de Cundinamarca, presididos por el Dr. Carlos Alberto Meza Reales, Gerente General.

El Dr. Cruz enfatizó el compromiso de la Gobernación de Cundinamarca en materia de Responsabilidad social y Ambiental que ha venido jalando la sostenibilidad de la región y multiplicando esfuerzos en el sector público, el sector privado, la sociedad civil y la academia con resultados altamente positivos para el desarrollo del país y se ofreció a hacer gestión para que los municipios hagan lo propio por parte de sus alcaldías.

El participar en este evento permitió:

- Comunicar al público en general el compromiso de la Empresa como participante activo de la iniciativa de las Naciones Unidas.
- Dar a conocer las campañas publicitarias y eventos que patrocina la Empresa, en materia de responsabilidad social.
- Presentar el programa FUNDACION SELECCIÓN COLOMBIA.
- Conocer e intercambiar experiencias en responsabilidad social.
- Actualizarse en las innovaciones y avances relacionados con los temas de responsabilidad social.
- Conocer programas y proyectos desarrollados en diferentes entidades en temas de responsabilidad social.
- La importancia de invertir en responsabilidad social, por cuanto crecen las empresas y se proyecta el bienestar de todo un país.

**CUARTO ENCUENTRO DE RESPONSABILIDAD Y DESARROLLO SOCIAL  
COLOMBIA RESPONSABLE  
Corferias 2013  
14 al 16 de Agosto**

**FORMULARIO DE INSCRIPCION DEL PROYECTO**

**1. DATOS DE LA ORGANIZACION**

<b>Nombre de la Iniciativa y/o Proyecto</b>	NECTAR y SANTAFE, un brindis responsable por la alegría, la educación, el medio ambiente y el deporte.
<b>Entidad o Dependencia que se postula:</b>	Empresa de Licores de Cundinamarca
<b>Actividad principal:</b>	Administración, producción y comercialización de licores, alcoholes y productos afines
<b>Dirección</b>	Cra. 36 No. 10-95
<b>Ciudad:</b>	Bogotá, DC.
<b>Página Web:</b>	www.licoreracondinamarca.com.co
<b>Nombre del Contacto:</b>	Carlos Alberto Meza Reales
<b>Cargo:</b>	Gerente
<b>Teléfono y Celular:</b>	2377777 ext.
<b>E-mail:</b>	cmeza@licoreracondinamarca.com.co

<b>Otras Organizaciones que apoyan el Proyecto</b>	
<b>Empresa:</b>	Representaciones Continental y distribuidores
<b>Academia:</b>	Instituciones de Educación
<b>Fundación y/o Corporación</b>	Fundación Selección Cundinamarca
<b>Otros</b>	Alianza+18

**2. DESCRIPCION DE LA INICIATIVA O PROYECTO**

**2.1 Contexto**

Se reconoce que Colombia es un país alegre, de fiestas y celebraciones, en los cuales el consumo de bebidas embriagantes es parte de su cultura; en este sentido, el carácter monopolístico que tiene el Departamento en la administración, producción y comercialización de licores, alcoholes y productos afines, debe propender por la consecución del máximo posible de excedentes de operación para el financiamiento de la salud, la educación y el desarrollo social de los Cundinamarqueses.



Este proyecto busca integrar los esfuerzos de la ELC, Representaciones Continental y la cadena distribuidores, gobierno departamental, distrital y de la comunidad, por un consumo responsable al momento de brindar y departir, igualmente, dedicar recursos financieros adicionales a los que exige la ley, para impulsar la educación, el deporte y la protección al medio ambiente. Se destacan las siguientes iniciativas:

- + Campañas que llaman la atención sobre el consumo responsable, tales como “Empijama tu carro”: campaña enfocada en la responsabilidad al volante, si va a tomar no maneje; excesos sólo de risas y ponte Néctar.
- + Patrocinio del equipo de ciclismo Aguardiente Néctar – Gobernación de Cundinamarca– Calidad de vida. Además, aportes a escuelas de formación en este deporte.
- + Patrocinio de eventos ligados a la responsabilidad social empresarial que redundan en recursos para población vulnerable, se destaca la alianza con Representaciones Continental y la Fundación Selección Cundinamarca.
- + Patrocinio al equipo Santa Fe, iniciativa que a su vez, lleva un mensaje de consumo responsable de licor por fuera de los escenarios deportivos y ventas a mayores de edad.
- + Campaña Ponte Néctar, cuyo mensaje manifiesta que ingerir bebidas con contenido alcohólico es un acto de responsabilidad personal y social.
- + Contribución a la neutralidad ambiental en la ELC y a la mitigación de la huella del carbono y huella hídrica

La conmemoración del Bicentenario de La Independencia de Cundinamarca se ha constituido en espacio para reafirmar la identidad de los cundinamarqueses. Identidad que está ligada al estilo de vida que les brinda una copa de los licores producidos por la ELC. Así que, ¡salud! Y que sea un motivo más para celebrar responsablemente.

## 2.1 Objetivos y población beneficiaria

- 1.- integrar los esfuerzos de la ELC, Representaciones Continental (REPCO) y los distribuidores, gobierno departamental, distrital y de la comunidad, por un consumo responsable al momento de brindar, departir y celebrar y lograr que la venta se efectúe mayores de edad.
- 2.- Apoyar financieramente a jóvenes con talento y con evidente esfuerzo a 16 bachilleres anuales provenientes de Instituciones de Educación Departamental para su educación superior en alianza con la Fundación Selección Cundinamarca. La selección de los becarios se

hace mediante los mejores puntajes ICFES provenientes de IED oficiales.

3.- Impulsar el deporte mediante el patrocinio de equipos y escuelas de formación

4.- Implementar acciones que garanticen la conservación, preservación, restauración, uso, manejo y aprovechamiento de los recursos naturales, al mismo tiempo fortalecer la cultura y educación ambiental en pro de un entorno limpio y verde.

**Población Beneficiaria**

Asociada a cada uno de los objetivos:

- 1.- Comunidad en general: consumidores potenciales y reales de bebidas alcohólicas en Colombia
- 2.- Estudiantes talentosos de IED de Cundinamarca
- 3.- Corporaciones y ligas deportivas
- 4.- Comunidad en general

### 2.3 Descripción del proceso de Ejecución

1.- Planeación de actividades a patrocinar, cobertura, alcance, determinación de alianzas y viabilización de presupuesto. Dentro de las actividades a patrocinar están las campañas publicitarias y de comunicación tendiente a generar consumo responsable de bebidas alcohólicas y embriagantes; el apoyo a 16 bachilleres talentosos, por cada una de las provincias de Cundinamarca, para cursar sus estudios de educación superior; promover el deporte a través de apoyos a diferentes selecciones deportivas y por último, la protección del medio ambiente a través de proyectos de reciclaje, actividades de neutralidad ambiental en la ELC y la mitigación de la huella del carbono y huella hídrica.

2.- Formalización de alianzas, convenios interinstitucionales y celebración de contratos diferentes a los propios de la funcionalidad de la Empresa de Licores de Cundinamarca, esto es, los relativos a campañas publicitarias para el consumo responsable; el mantenimiento del convenio de apoyo financiero a la Fundación Selección Cundinamarca; la continuidad de los contratos de apoyo comercial a diferentes entidades deportivas que llevan el nombre de las marcas de la ELC y Cundinamarca por lo alto y cuya acción se puede vincular al consumo responsable y continuar con las relaciones comerciales con proveedores de insumos que incluyan en sus políticas de producción el manejo adecuado de los recursos ambientales, igualmente, proyectar la formalización de la alianza con la CAR – Secretaría del Ambiente - IED – ELC – ECOPOSITIVA – ECODESARROLLO y demás empresas a que haya lugar,



para hacer del reciclaje una oportunidad ambiental y de paso, la consecución de mobiliario y kits estudiantiles.

3.- Ejecución del programa de campañas y publicidad por el consumo responsable en alianza con entidades del gobierno departamental y distrital, A+18, IED y universidades. La ejecución de estas campañas divulgadas a través de medios masivos de comunicación a nivel nacional ha logrado una mayor sensibilización, control y publicidad sobre el tema del consumo de bebidas alcohólicas, a tal punto, que la sociedad, las autoridades y los medios de comunicación, están percibiendo la dimensión real del problema y en tal sentido, la ELC se proyecta como una empresa comprometida con el consumo responsable.

4.- Patrocinio del Programa de Becas de la Fundación Selección Cundinamarca para estudios superiores; de concursos de literatura, cultura, expresión artística, entre otros; conformación de grupos de estudio, elaboración y edición de documentos que estén acordes con los objetivos de la Fundación. El programa no sólo pretende una acción de apoyo financiero a los becarios, adicionalmente quiere generar un proceso de corresponsabilidad social, en este se busca que los becarios se conviertan en multiplicadores de capacitación, buenas prácticas y ejemplo. En este contexto, los becarios han sido gestores de capacitación en temas ambientales, literatura, cuento y poesía en sus provincias de origen.

5.- Prórroga del patrocinio al equipo de fútbol Santafé y de Ciclismo, así como de las escuelas de formación deportivas en Cundinamarca. La ELC viene patrocinando la Selección de Ciclismo de Cundinamarca promoviendo las semillas en este deporte, impulsando las marcas de los productos de la ELC y liderando el consumo responsable de las bebidas alcohólicas.

6.- Actividades de la ELC para contribuir a la neutralidad ambiental y a la disminución de la huella del carbono y de la huella hídrica.

La ELC viene realizando programas tendientes a la disminución del consumo de agua (plan de manejo integral del agua) , el apoyo en la siembra de árboles en los predios de la ELC, el proceso de reciclaje de envases tetrabrik que resultan de procesos internos en la ELC y que actualmente se comercializan, la disminución del consumo de papel y residuos sólidos mediante el uso intensivo de los medios de comunicación virtuales y por sobre todo, la austeridad en el gasto, adquiriendo lo exclusivamente necesario para el funcionamiento de la ELC.

### **2.3 Territorio donde se interviene e impacta con el proyecto**

Las campañas por un consumo responsable impacta a toda Colombia  
El apoyo financiero a la educación a Cundinamarca



El patrocinio del deporte y escuelas de formación a comunidades de Cundinamarca  
El impacto ambiental en Cundinamarca

#### 2.4 Costo y Financiamiento: (en miles)

Concepto	Entidad aportante	Valor proyectado 2013 - 14
Campaña y publicidad por un consumo responsable	ELC -REPCO	\$850.000
Apoyo a la educación superior a través de la Fundación Selección Cundinamarca	ELC - REPCO	\$560.000
Patrocinio del deporte: Santafé, Equipo de Ciclismo Néctar Cundinamarca, ligas y escuelas de formación	ELC - REPCO	\$1.300.000
Contribución a la neutralidad ambiental, mitigación de la huella del carbono y la hídrica	ELC	\$200.000
<b>Total</b>		<b>\$2.910.000</b>

#### 2.5 Innovación Social

- 1.- Generación de una población alegre, solidaria y socialmente responsable en su consumo de bebidas con contenido alcohólico y embriagante.
- 2.- Reconocimiento del talento y del esfuerzo de estudiantes de IED para que se conviertan en promotores de valores y experiencias ejemplarizantes para la sociedad, a través de la selección de becarios para educación superior, las escuelas de formación deportiva y el liderazgo de las campañas de reciclaje.
- 3.- Promoción del medio ambiente y generación de espacios para construir una cultura cundinamarquesa comprometida con la sostenibilidad ambiental y de paso, la oportunidad para conseguir kits escolares y parques infantiles para la provincia. .

#### 2.6 Resultados e Impactos

- 1.- Sensibilización, concientización y divulgación entre la sociedad colombiana por la obligación que tiene la comunidad por un consumo responsable.
- 2.- Patrocinio del equipo Santafé, de Ciclismo Aguardiente Néctar de Cundinamarca y Escuelas de formación deportivas, llamando la atención sobre el consumo responsable

3.- En 2012 se premió el esfuerzo de 15 estudiantes que están realizando sus estudios de educación superior con el apoyo financiero de la Fundación Selección Cundinamarca

## 2.6 Lecciones aprendidas

1.- Las campañas que promueven el consumo responsable están llegando a Cundinamarca y Bogotá y mediante los medios de comunicación se está replicando a nivel nacional, en pro de la reducción de acciones negativas asociadas con el consumo de bebidas embriagantes.

2.- La Fundación Selección Cundinamarca se encuentra patrocinada por la Empresa de Licores de Cundinamarca y por Representaciones Continental, cuyo aporte es en partes iguales en lo que respecta a programas académicos, manutención de becarios y publicidad de todos los proyectos, mientras que los costos administrativos son asumidos en su totalidad por Representaciones Continental.

El apoyo no sólo es económico, sino que, conforme a la gran familia institucional que se ha formado en este año, ha brindado a todos los miembros de la fundación, un acompañamiento integral y humano, siendo entonces de gran relevancia para todos, la unión e integración que entre estas tres entidades se ha consolidado.

3.- El patrocinio del equipo de fútbol Santafé y de Ciclismo Aguardiente Néctar – Cundinamarca le ha permitido a la ELC llamar la atención sobre el consumo responsable fuera de los escenarios deportivos, así mismo, se ha logrado rescatar el deporte insignia de Colombia a nivel mundial. Por otra parte, estas campañas han permitido el reconocimiento del nuevo producto néctar rojo sin azúcar, que permiten canalizar mayores recursos para la salud y la educación a través del impuesto al consumo.

4.- La ELC viene realizando esfuerzos para contribuir con la neutralidad ambiental mediante la disminución del 15% en el consumo de agua (plan de manejo integral del agua) , el apoyo en la siembra de árboles en los predios de la ELC, el proceso de reciclaje de envases tetrabrik que resultan de procesos internos en la ELC y que actualmente se comercializan generando unos recursos para la ELC y la disminución de un 30% en el consumo de papel y de residuos sólidos durante el periodo 2012 a 2013 y que se proyecta sostener hasta 2015.



EMPRESA DE LICORES DE CUNDINAMARCA  
NIT 899.999.0848



# BICENTENARIO DE LA INDEPENDENCIA DE CUNDINAMARCA

CON ANTONIO NARIÑO, EL TRIUNFO DE LAS IDEAS



PROHIBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD, LEY 124 DE 1994. EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD, LEY 30 DE 1986.