

Cali, enero 22, 2019.
Actualizado: martes, enero 22, 2019 14:31

LA INFORMACIÓN NO TIENE PRECIO.

✉ [Suscríbete a nuestro boletín de noticias](#)



Valle Del Cauca

enero 22, 2019

Primeros signos de recuperación

Mejoramiento en ventas de la ILV



La confianza que le brindó la gobernadora Dilian Francisca Toro, y la decisión y trabajo pensando en hacer de la Licorera del Valle una gran industria con el apoyo de un equipo, funcionarios y trabajadores, son el punto de partida que permiten a la ILV mostrar cifras esperanzadoras y los primeros signos positivos del proceso de recuperación iniciado hace apenas 10 meses y proyectado a 5 años.

Así lo destaca, inicialmente, el gerente de la ILV, José Moreno, quien asumió el cargo el pasado 22 de febrero, al precisar que “estamos pensando en grande con toda la confianza y el respaldo que nos brindó la gobernadora del Valle, Dilian Francisca Toro; hemos iniciado un proceso de recuperación franca de la industria de licores, para garantizarle al departamento recursos para la salud, la educación, la recreación, el deporte y la cultura, y para tener claro que ese es el camino que tienen los vallecaucanos para conservar una de las industrias más tradicionales e importantes del departamento. Estamos metiendo todo el esfuerzo para sacarla adelante y para volverla a convertir en lo que siempre fue, un ícono de la industria del Valle del Cauca”.

La ruta

“Encontré una gran empresa en un momento muy difícil, en la transición de la terminación de un contrato de distribución de cerca de 10 años y con ventas en el 2017 de 4 millones 500 mil botellas, pero con un buen potencial y un reto de empezar la recuperación”, expresó el gerente, al referirse a la ruta en el proceso de redireccionamiento.

Luego, "nos concentramos en la revisión de las deudas a proveedores claves en el proceso productivo, que para ese momento por falta de pago generaban alertas sobre suspensión de suministros para la producción de los inventarios para la venta, situación que ponía en riesgo la operación de la empresa, esto derivado de una situación financiera compleja, en el 2017 veníamos de pérdidas con un patrimonio negativo de \$37.000 millones".

Destacó que el proceso empezó "enfocados en pilares estratégicos como ordenar la casa, recuperar la confianza de los proveedores y clientes, consolidar la parte financiera y encontrar un socio estratégico para la distribución y comercialización de nuestros productos, que nos permitiera construir un futuro mejor para la industria, empezamos el proceso de selección del nuevo distribuidor, a la par con el proceso de liquidación del anterior, las dificultades del mercado, fuimos vendiendo los productos por resolución a quienes cumplían con los requisitos, en busca de cumplir con una meta en un año complicado".

En las tiendas y ferias

El trabajo para cumplir una meta de ventas fue impulsado con una estrategia de mercadeo para el reposicionamiento del Aguardiente Blanco del Valle sin azúcar en el departamento y durante la pasada feria de Cali, en donde el Blanco fue el anfitrión.

"Con el nuevo distribuidor tuvimos presencia de marca en todas las ferias y fiestas de los municipios, especialmente en la feria de Cali, en donde de verdad fuimos los anfitriones, estuvimos patrocinando más de 13 eventos de manera puntual y participando en la mayoría de los eventos, el ejercicio nos permitió traer a la recordación de los vallecaucanos la industria de licores. El distribuidor nos deja tranquilos porque tiene ganas, dedicación y esfuerzo para realizar la tarea de poner los productos en todos los rincones del Valle del Cauca. Puedo decir que el desabastecimiento ya es historia, porque con el distribuidor se trabaja en garantizar que si el deseo es consumir los productos, los van a tener en la tienda más cercana", destacó el gerente de Indulicores.

Crecieron utilidades y bajaron pérdidas

Tras este inicio del proceso de redireccionamiento, la ILV entrega cifras esperanzadoras. "Podemos hablar de utilidades en la vigencia por encima de los \$18.000 millones, veníamos de una pérdida de \$475 millones; o sea, obtuvimos un crecimiento casi de un 4.000 %. De un patrimonio negativo de \$37.000 millones quedamos para el cierre del 2018 en -\$19.000 millones, lo que representa un paso importantísimo; es decir, estamos recuperando el patrimonio en casi un 50%", precisó el gerente.

Crecieron ventas y transferencias

El total de las ventas en 2018 fueron de 8 millones 138 mil unidades, convertidas a 750 cc, sumando las ventas en el departamento, en el exterior, en otros departamentos y en maquila; es decir, precisó el gerente, "tuvimos ventas por encima de los 8 millones de botellas. En el Valle alcanzamos una meta 7 millones 493 mil botellas vendidas, lo que nos dio para ingresos totales de \$152.000 millones, de los cuales \$83.000 millones se transfirieron al departamento (transferidos en el 2018 fueron \$74.000 millones y \$9.000 millones en el 2019). Esos \$83.000 millones comparados con los \$65.000 millones transferidos en el 2017 implican un crecimiento de casi un 27%. Recursos que llegaron a las arcas del departamento para fortalecer proyectos de salud, educación, recreación, deporte y cultura. En términos reales, la industria le cumplió al departamento y a los vallecaucanos para atender estos sectores".

En materia de ingresos, la industria creció por las ventas en el Valle, pasando de 4 millones 515 mil botellas en 2017 a 7 millones 493 mil en 2018, "con un crecimiento cercano al 67 %; son cifras esperanzadoras que nos permiten soñar en un año que fue muy complicado, cerrando una vigencia con dificultades en el tema de transición de un nuevo distribuidor que llegó a ordenar un mercado convulsionado, con un volumen importante de productos en los canales de distribución. Hicimos presencia institucional y exposición de la marca".

Retos y realidades del mercado

El plan de redireccionamiento de la Industria de licores del Valle enfrenta sus propias realidades al interior de la empresa y las del exterior que impone el mercado nacional, en donde el departamento ocupa el cuarto lugar después de las licoreras de Antioquia, Caldas y Cundinamarca.

En planeación iniciamos el proceso agarrando los mangos bajitos, o sea los mangos del Valle del Cauca para ir ahora por los otros -compara el gerente-, para explicar que "la ley de licores permite incursionar nacionalmente en el mercado de rones y que también se hará con el aguardiente mediante los permisos que hemos solicitado y ya nos han dado algunos departamentos, vamos a empezar a explotar esos permisos con socios estratégicos. Esa misma dinámica se hará para los mercados del exterior y estamos abiertos a negocios de maquila".

"En producción tenemos que modernizar nuestra planta y ampliar nuestra capacidad instalada que hoy es suficiente para el mercado del Valle, pero que se requiere para atender la demanda y la exploración de nuevos mercados. Tenemos un plan para invertir en nuevos equipos para actualizar las líneas de producción, ampliación de bodegas de producto terminado, reactivar el añejamiento de tafias y complementar la seguridad de los productos".

En comercialización la ILV se impuso metas claras y fijas, pero también el cumplimiento de acuerdo con las condiciones del mercado que está castigado y viene decreciendo: "Las metas fijas en los contratos de distribución han demostrado que no son el mejor mecanismo para impulsar el crecimiento de las empresas, es un modelo revaluado porque hay que atender la realidad del mercado".

A esto se suma el comportamiento de los precios; "con la expedición de la resolución No. 3098 de 2018 el Dane certificó los precios de venta al público de los licores para el 2019, encontramos que la base gravable en algunos casos es de un 100%,110% y hasta un 130% lo que implica un crecimiento importante en el precio. Estamos en una industria con régimen propio, con una carga impositiva alta y un impuesto al consumo que llega al 50% del valor, más el Iva del 5%. Tenemos que proteger la industria nacional mejorando el tema de precios, el incremento significativo del precio implica sacrificar volumen, tenemos que construir entre todos mecanismos que permitan que la industria nacional en este sector crezca", argumentó.

Entre las metas y retos, explicó el gerente, "tenemos como proyección crecer entre el 5% y el 10 % cada año para el mercado del Valle, este año debemos estar en cerca de 8 millones de botellas convertidas a 750 cc y así sucesivamente. Si las condiciones se dan, al cabo de 5 años tenemos que estar en una cifra cercana a las 12 millones de botellas, es nuestro sueño y propósito, aunque el punto de equilibrio está más o menos entre 5 millones 800 mil y 6 millones 200 mil botellas; de allí hacia arriba es ganancia, gana la industria y el departamento porque cuando logremos revertir el patrimonio negativo que viene del 2015, podemos pensar en excedentes, de los cuales el 80% le pertenece al departamento, adicional a la participación que ya le estamos transfiriendo".

La toma del Valle y el mercado nacional

El 2019 marcará la ruta de lo que el gerente de la licorera, José Moreno, denomina "la toma del Valle del Cauca".

En ese propósito regional considera que con el impulso que se dio el año anterior se continuará la tarea con resultados que nos dejan muy contentos e implican un reto mayor.

"Tenemos que trabajar muy duro para recuperar un mercado que estuvo estancado cerca de 5 años y poder recuperar los niveles de ventas de 12 o 13 millones de botellas frente a la realidad nacional, en donde el mercado de aguardiente se viene contrayendo en cerca de un 10%, es muy alentador nuestro comienzo al crecer en 66% frente a lo que se recibió. En lo regional vamos a incentivar a los vallecaucanos para consumir lo nuestro, por eso nuestro lema 'ponéle Blanco, ponéle alegría y sabor'. Estamos garantizando que nuestros productos van a llegar hasta el último rincón del Valle del Cauca estamos patrocinando todas las fiestas patronales de los 42 municipios y las fiestas importantes en veredas y corregimientos".

A nivel nacional, la Industria de licores está en el propósito de abrir mercados, para lo cual "estamos buscando socios que nos permitan entrar de manera importante en los mercados que nos interesan, por regiones o por departamentos, estamos evaluando el costo y oportunidad de introducción".

"La licorera seguirá enfatizando en el mercado con el Aguardiente Blanco que genera cerca del 96% de los ingresos de la industria y enfrentará con una estrategia concreta el mercado del ron con su Ron Marqués y con su excelente producto aguardiente Origen, que es el papá de los aguardientes, dándole la oportunidad de que esté al alcance de los vallecaucanos".

Así mismo, el gerente reveló que entre los proyectos está producir el aguardiente Blanco sin azúcar a 24 grados, "es una tarea pendiente que tenemos que concretar en este primer semestre del año, al igual que bebidas saborizadas, cremas de ron y aguardiente, porque estamos en el mercado de las sensaciones, los jóvenes están

buscando otros sabores, otros gustos y tenemos que sintonizarnos con los jóvenes y en general con los consumidores”.

Sobre el presupuesto para este año 2019, expresó que “está por los \$90.000 millones, de los cuales casi \$18.000 millones serán orientados a publicidad y mercadeo, el resto a administración y proyectos de inversión”.

Al destacar el buen clima laboral en la empresa, el apoyo de los trabajadores, el potencial humano e incluso funcionarios que están sobrecalificados porque aprovecharon los beneficios que brinda la licorera, el gerente expresó finalmente que “se está construyendo un sueño que se identifica con el propósito de la industria, que es diseñar el camino, explotar su verdadero potencial con pasos firmes, para lograr que esta sea la industria no solamente de los vallecaucanos, sino de los colombianos y estar entre las primeras del país.”

Facebook

Twitter

Messenger

WhatsApp

Sponsored Links

What Will Happen if You Eat 2 Bananas a Day – Food Prevent

Food Prevent

Foods That Are Good For Your Heart

Food Eat Safe

Los mejores países para invertir en bienes raíces

Expat Pass

Read This If You Are Not Sleeping On The Left Side

Health & Human Research

11 alimentos que hay que evitar con la artritis

Relocation Target

The Easiest Ways to Immigrate to the United States from Colombia

DestinationON

¿Qué te pareció?

0 Responses

Interesante
 Increíble
 Triste

0 Comentarios

Diario Occidente

Acceder

Recomendar

Tweet

Compartir

Ordenar por los más nuevos



Sé el primero en comentar...

INICIAR SESIÓN CON

O REGISTRARSE CON DISQUS

Nombre

Sé el primero en comentar.