

Inicio

**ECONOMÍA**

HOY: Feria de Cali 2018 | ILV

# Licorera del Valle recuperó mercado en la Feria de Cali y otros eventos de la región

Diciembre 27, 2018 - 11:40 p.m. |

Por: Redacción de El País



La Industria de Licores del Valle está patrocinando un poco más de diez eventos de la Feria de Cali además de ventas en discotecas, estaderos y espectáculos.  
Foto: Raúl Palacios / El País

Tras meses de dificultades, la Industria de Licores de Valle logró nuevamente recuperar mercado, no solo en la actual Feria de Cali, sino en otros eventos festivos, al aumentar sus ventas del aguardiente Blanco y Ron Marqués en la región.

Fue el resultado de una estrategia comercial que se puso en marcha antes y luego de la llegada del nuevo comercializador Disblanco, aseguró Freddy Erazo, gerente de Mercadeo y Ventas de la ILV.

“Logramos recuperar 3000 clientes que habíamos perdido gracias a una estrategia de 360 grados que le dio un vuelco a la comercialización de

## NOTICIAS RELACIONADAS



nuestros productos”, anotó.

Por ello, subrayó, la meta es cerrar con ocho millones de botellas de aguardiente vendidas al cierre del 2018, de las cuales ya se han vendido 700.000 en las últimas dos semanas, incluyendo la Feria de Cali.

Bajo ese marco, la empresa, agregó Erazo, patrocina un poco más de diez eventos en el evento ferial más importante de la ciudad, contando con aliados como los medios de comunicación de la región, Telepacífico y una promoción a través de las redes sociales como Twitter y Facebook.

Uno de los eventos patrocinados fue el Salsódromo donde hubo una carroza de Ron Marqués, mientras espectáculos artísticos, conciertos, discotecas, estaderos, estancos y hasta tiendas de barrio se han convertido en canales de ventas fundamentales junto a las grandes superficies donde los productos de la ILV nuevamente se codificaron, informó el directivo.

“Volvimos a ser protagonistas y los verdaderos anfitriones de la Feria, no solo para los turistas extranjeros sino para nuestros consumidores locales”, destacó Erazo.

En cuanto al Ron Marqués, cuyas ventas eran muy bajas, la estrategia busca colocar unas 450.000 botellas al cierre el segundo semestre del 2018 gracias solamente a codificación más una alta rotación. “Es una categoría de licor muy reconocido por su calidad que merecía competir con otras marcas importantes”, añadió.

Pero no solo el mercado local es clave, ya que la Industria de Licores del Valle proyecta cerrar el año con un poco más de 240.000 botellas vendidas, especialmente en Estados Unidos, México, Ecuador, Perú y Bolivia al igual que en España.

Lea además: [La agroindustria azucarera del Valle creció un 3% durante el 2018](#)

---

## Las nuevas metas

La Industria de Licores del Valle proyecta cerrar el año con un poco más de 240.000 botellas vendidas, especialmente en Estados Unidos, México, Ecuador, Perú y Bolivia al igual que en España.

Para el 2019 la meta es lograr la venta de 8,7 millones de botellas como mínimo, superando los resultados del 2018 de la mano del

Licorera del Valle espera cumplir meta de ventas de aguardiente con la Feria y Navidad



Precio de licores causa un duro impacto a las finanzas de las regiones del país

comercializador Disblanco, el que según afirmó Erazo, “se convirtió en un aliado estratégico para la recuperación de la empresa a través de un efectivo trabajo con los clientes”.

La estrategia de expansión busca llegar a otros departamentos, para lo cual ya se adelantan los trámites.

En Bolivia existe una especial predilección por el Ron Marqués del Valle, y el objetivo para el 2019 es ampliar las ventas hacia ese mercado del sur de América Latina.

2 [VER COMENTARIOS](#) ▼

CONTINÚA **LEYENDO**

## AHORA EN PORTADA



▶ 2018

**Marc Anthony en Delirio: las fotos y el video de su visita sorpresa a la rumba caleña**



▶ COLOMBIA

**Gobierno destina \$80.000 millones para la compra de cartera de las IPS**