



**ACTA SESIÓN ORDINARIA N °30
DE 14 DE MAYO DE 2026**

FECHA Y HORA:	14 DE MAYO DE 2026	05:29 PM
TEMA PRINCIPAL:	FÁBRICA DE LICORES DE ANTIOQUIA	
SESIÓN ORDINARIA No.:	30	
INVITADOS:	GERENTE ESTEBAN RAMOS MAYA	
PROXIMA SESIÓN:	19 DE MAYO DE 2025	07:00 PM

TIENE EL USO DE LA PALABRA EL PRESIDENTE JONATHAN HURTADO:

Siendo jueves 14 de mayo, 05:29 de la tarde, damos inicio a la sesión ordinaria número 30

Secretaría, por favor, llame a lista y verifique el quórum

SECRETARIA DANIELA:

Buenos días para todos y para todas, comenzamos con el llamado a lista con:

Concejal	Asistencia
Arango Valencia James Andrés	Presente
Baena Ramírez Juan Camilo	Presente
Bedoya Castaño Jaime	
Espinosa Castro Ángela María	Presente
Guzmán Echeverry Fabio De Jesús	Presente
Hurtado Betancur Jonathan	Presente
Jiménez Granado John Fredy	Presente
Querubín Loaiza Sebastián	Presente
Quiroz Colorado Astrid Janet	Presente
Restrepo Henao Jennifer	Presente
Rodríguez Molina José David	Presente

**ACTA SESIÓN ORDINARIA N °30
DE 14 DE MAYO DE 2026**



Acta de la sesión ordinaria número 24 de la socialización del proyecto de acuerdo número 3 y 4

Acta de la sesión ordinaria número 25, socialización del proyecto de acuerdo número 5 y número 6.

5. Presentación de la fábrica de licores y alcoholes de Antioquia a cargo de su gerente Esteban Ramos Maya.

6. Comunicaciones.

7. Propositiones y asuntos varios.

TIENE EL USO DE LA PALABRA EL PRESIDENTE JONATHAN HURTADO:

Los concejales que estén a favor con el orden del día, por favor, levantar la mano.

SECRETARIA DANIELA:

Le informo, señor presidente, que el orden del día fue aprobado por 14 concejales de 14 concejales presentes.

Tercero: Himno a Caldas.

Cuarto: Discusión y aprobación de actas.

Acta de la sesión ordinaria número 23, sesión conjunta del Concejo con el Consejo Municipal de Juventudes.

Acta de la sesión ordinaria número 24 de la socialización del proyecto de acuerdo número 3 y 4

Acta de la sesión ordinaria número 25, socialización del proyecto de acuerdo número 5 y número 6.

TIENE EL USO DE LA PALABRA EL PRESIDENTE JONATHAN HURTADO:

Los concejales que desean aprobar las actas antes leídas y enviadas al correo, por favor, levantar la mano.

TIENE EL USO DE LA PALABRA LA SECRETARIA DANIELA:

**ACTA SESIÓN ORDINARIA N °30
DE 14 DE MAYO DE 2026**

tanta ciudadanía de este gran municipio de Caldas, que hace obviamente parte del área metropolitana.

La fábrica de licores de Antioquia ha sufrido una transformación muy importante en los últimos años porque dejamos de ser una entidad adscrita a la Secretaría de Hacienda del Departamento de Antioquia y pasamos a ser una empresa industrial y comercial del Estado. Esto tiene unas consecuencias importantes desde lo jurídico y se transforma también en consecuencias importantes desde lo comercial en términos de producción, etc:

La fábrica actualmente es una fábrica, como ustedes lo saben, que está desde el año 1970 instaurada ahí en la Glorieta La Aguacatala. Muy seguramente ustedes la han visto.

Algunos tuvieron la oportunidad de acompañarnos en el recorrido que hicieron y la fábrica anteriormente estaba en la zona de la 80, llegando arriba a la glorieta de la 80, más puntualmente en el sector de Los Pinos. No sé si algunos de pronto tienen algún recuerdo, lo llaman el Sacatín.

La fábrica ha sido un instrumento por 107 años de recursos económicos, no solo para el departamento de Antioquia, sino para todas las regiones de Colombia. Y les voy a explicar un poco más adelante cómo funcionan lo que son los impuestos y obviamente la utilidad de la misma. La fábrica, ya lo he dicho, son 107 años de tradición aportando al desarrollo del departamento de Antioquia. Todos los recursos que la fábrica genera, sin excepción, van al presupuesto del departamento.

Su utilidad, por supuesto, tiene una destinación, es de libre destinación la utilidad, pero los impuestos, que son además del IVA, que es un tributo nacional que va obviamente al Gobierno nacional, el impuesto al consumo, que es un tributo cedido del Gobierno nacional a los departamentos, tienen un peso muy importante en la tributación para el departamento de Antioquia.

Pero además de esto, vale la pena decir que los impuestos que la fábrica paga no solamente quedan en Antioquia por su tributación, sino que quedan en cada departamento donde se abre una botella que nosotros vendamos. Entonces, si nosotros distribuimos una botella de aguardiente en Cundinamarca o en el Valle del Cauca, que hace poco abrimos, o en La Guajira, el tributo se queda allá.

La utilidad queda para nosotros, pero el tributo se queda en ese departamento y hay departamentos en los que esos tributos, como es el de licores, tienen un peso muy importante en el presupuesto, digamos, del departamento Antioquia



Concejo
de Caldas
Antioquia

ACTA SESIÓN ORDINARIA N °30 DE 14 DE MAYO DE 2026

Nosotros tenemos grandes compromisos, digamos, sociales, además de destinar los recursos para la inversión en los departamentos.

Como ya lo he dicho, la fábrica de licores el año pasado tuvo una venta histórica de 73.2 millones de unidades medidas en 750 ml. 73.2 millones de unidades medidas en 750 ml, de los cuales Antioquia representa aproximadamente el 46% de esa venta y el resto se hace en el mercado internacional y en el mercado colombiano.

De eso es muy importante destacar que el aguardiente tapa verde representa un poco más del 56% de esas ventas, o sea, es el líder absoluto de los aguardientes, seguido por aguardiente azul y en último lugar era aguardiente rojo, pero el aguardiente rojo, tapa roja, más conocido como la tapa roja en Antioquia, sigue siendo preponderante con el 40% de la venta. O sea, tiene mucho peso en Antioquia, pero en el resto del país no se consume aguardiente rojo. Es un aguardiente muy tradicional que, digamos, en Antioquia sigue siendo muy importante porque en los municipios más tradicionales es donde más se vende. Pero en el área metropolitana, puntualmente el aguardiente verde, con las nuevas dinámicas y hábitos de consumo de la gente joven, es donde más se vende el aguardiente verde en las grandes urbes.

Esto hace pensar que hay un cambio en los hábitos de consumo de las personas frente a los licores. Y hemos visto que en los últimos años ha cambiado mucho el hábito de consumo de la gente joven. La gente joven ya no quiere consumir licores de muchos grados de alcohol como los wiskis, las ginebras, los tequilas, que son grados mayores de 40 gr, sino que la gente quiere consumir tragos de menos grados. Por eso el 24 gr es ahora tan fuerte entre los jóvenes, porque las fiestas son más duraderas. Las fiestas tienden a durar más cuando obviamente uno consume tragos con menos grados y a tener más experiencia. Por eso hay innovaciones, por eso sacamos el aguardiente amarillo.

Venimos con unos productos muy importantes para este segundo semestre.

Hablando puntualmente ya de la responsabilidad social empresarial, el año pasado nosotros, desde hace dos años que empezamos en la fábrica, nos pusimos en la tarea de hacer una transformación que realmente aportara en términos ambientales a la sociedad. Y lo primero que hicimos fue: ¿cómo lograr que los productos que nosotros vendemos sean carbono neutro?

¿Qué es un producto carbono neutro? Que todo el CO₂, o sea, los gases de efecto invernadero que nosotros producimos desde la producción hasta la comercialización, distribución, entrega, venta y consumo del producto, sea carbono neutro seado.

**ACTA SESIÓN ORDINARIA N °30
DE 14 DE MAYO DE 2026**



tenemos, obviamente, muchas circunstancias que nos ayudan desde la fábrica a socializar los diferentes aspectos para que este consumo sea responsable.

Nosotros desde la fábrica hemos hecho cosas muy importantes, pero además de eso, hoy en día podemos sacar con mucho pecho que la fábrica hoy es la única empresa industrial comercial del Estado en Colombia que aparece en el ranking Merco, que es un monitor de reputación corporativa, como ahí dice, que resalta las organizaciones con mejor reputación y credibilidad. Yo cuando vi esa noticia, nosotros no pagamos por estar en ese ranking. Yo me sorprendí de poder estar al lado de empresas súper importantes del conglomerado aquí antioqueño y de empresas muy importantes, obviamente, de orden nacional.

Eso nos llena de satisfacción y nos hace, obviamente, incentivar para seguir trabajando por cada día una empresa más eficiente, con mejor reputación, con marcas muy sólidas, etc. Esta es la evolución. Les quiero mostrar la evolución de las ventas en unidades de la fábrica durante los últimos 10 años.

Pueden ver que, obviamente, el año del COVID fue una transición muy compleja para la fábrica. Primero porque dejó de vender un sinnúmero de botellas y también porque se transformó ese año en empresa comercial del Estado y ya han visto la curva de crecimiento. Hoy estamos en 73 millones de unidades.

Tenemos una meta y un reto para este año de vender más de 76 millones de unidades.

Ahí podemos ver las ventas por productos, el aguardiente y el ron.

En aguardiente vendimos el año pasado un poco más de 63 millones de unidades y en ron un poco más de 8 millones de unidades.

Hidratado fue la otra que vendió 2 millones. Obviamente, eso se consolida y pueden ver las ventas por regiones. Pueden ver que Antioquia viene creciendo, que es la parte verde de la gráfica. El resto del país sigue constante en el 50% y las exportaciones en el 7%. Eso nos consolida a nosotros como, de lejos, la empresa número uno en Colombia, pero también la que más exporta, que es aproximadamente unos 7 millones de unidades.

El tema de los recursos es muy importante mencionarlos.

Miren esta gráfica. Esta es la gráfica de utilidad de la fábrica en los últimos años.

El año pasado fueron poco más de 309.000 millones de pesos.

**ACTA SESIÓN ORDINARIA N °30
DE 14 DE MAYO DE 2026**

departamentos. En el caso de Antioquia, fueron el año pasado 480.000 millones de pesos solo para la fábrica de licores. Todas las industrias pagan y todas las fábricas de licores. Y también en el resto de departamentos fue una cifra superior a los 570.000 millones de pesos.

O sea, que estamos hablando que en total de impuesto al consumo la cifra pasa del 1.05 billones de pesos que la fábrica le gira a los departamentos: Antioquia y resto de departamentos del país.

Hay un impuesto que es el alcohol potable, corresponde al valor del litro pagado por el alcohol extra neutro y tafia. Eso es un porcentaje mínimo, pero también es un impuesto que va al Departamento de Antioquia. El año pasado fueron 12.000 millones de pesos y esto es muy importante que sepamos, porque no solamente nos quedamos ahí, sino que también hacemos un sinnúmero importante de impuestos que van, que se pagan y que se destinan a entidades importantes como la Universidad de Antioquia. Ustedes han visto el debate de recursos de la Universidad de Antioquia. Es un debate muy importante sobre las crisis financieras de la universidad. Nosotros, digo yo, nosotros, la fábrica de licores le giró el año pasado más de 15.000 millones de pesos a la Universidad de Antioquia.

Qué bueno que eso se reconozca también a la fábrica, porque eso hace parte del presupuesto que el departamento antioqueño le entrega a la fábrica de licores.

Pero ahí está. Miren lo que hacemos.

La estampilla Universidad Digital, 1.311; la del Politécnico, 1.311; en la Universidad de Envigado, 1.311; la tasa por deportes y recreación es a Indeportes Antioquia, 7.000 millones de pesos. La estampilla se ve acá, que es al Instituto de Cultura del Departamento, 6.500 millones de pesos. Pro hospitales, 3.278.

En ese rubro hay 40.000 millones de pesos más, además del impuesto al consumo, además de la utilidad. O sea, que miren la importancia que se vuelve la fábrica de licores al momento de transferir recursos a los departamentos y más al de Antioquia, porque este es para Antioquia.

El año pasado le transferimos 1.4 billones de pesos. 1.4 billones de pesos entre utilidad e impuestos a los diferentes departamentos del país. El grueso se quedó en Antioquia. Esta es una cifra superior a los 800.000 millones de pesos para Antioquia.

Insisto, esto es casi el 25% en impuesto al consumo de todos los participantes en ese rubro del departamento para el presupuesto del departamento de Antioquia. Ahí miren, ahí es lo que

ACTA SESIÓN ORDINARIA N °30
DE 14 DE MAYO DE 2026



La gente quiere su producto. Reconoce ese producto de altísima calidad. Otros productos son productos de muy buena calidad y la gente siente identidad con el aguardiente antioqueño y los antioqueños somos muy regionalistas y muy orgullosos de lo nuestro, de lo propio. Regionalistas y muy orgullosos de lo propio.

Por eso la fábrica hoy, pese a que hace un año se abrieron las fronteras y llegó la competencia, en otras regiones del país muy seguramente la competencia ha ganado un porcentaje muy importante en esos territorios. Pero aquí en Antioquia les ha costado, les ha costado mucho porque la gente sigue queriendo su aguardiente antioqueño y sigue, obviamente, tomando aguardiente tapa roja, que es el más tradicional.

Entonces es más difícil que se emigre a tomar otro aguardiente.

Esos son los departamentos donde entramos, además de los seis que mencioné: Putumayo y Vaupés, departamentos más pequeños.

Tenemos un plan estratégico, un plan prospectivo. La fábrica está pensando en cómo crecer, cómo crecer sabiendo que tenemos una competencia muy agresiva, sabiendo que tenemos un mercado que se está contrayendo, mercado de licores que se está contrayendo y tenemos, obviamente, los objetivos muy claros. Además, obviamente, de crecer, que es dentro de sus planes de distribución, es llegar cada vez a más puntos de venta, llegar cada vez mejor a esos puntos de venta, no llegar por llegar, sino llegar mejor y que en el punto de venta los productos roten, o sea, haya más rotación de producto.

Hay una estrategia bastante consolidada desde el área de mercadeo y el área de ventas para poder lograrlo. Tenemos una instrucción 2.0 hoy, que es saber en tiempo real, en cada punto de venta, qué necesita, qué se está consumiendo, qué necesita el tendero, qué necesitan las grandes superficies, cómo hacemos para que nunca estemos desabastecidos, que la gente encuentre nuestro producto, lo encuentre bien presentado.

Hoy nosotros hicimos la fábrica hace 2 años con 8.000 puntos de venta en Antioquia. Hoy tenemos 20.000.

Estamos llegando a muchos puntos de venta y eso obviamente hace que la gente encuentre nuestros productos, el tendero en cada región del departamento, en cada municipio.

Tenemos para este año unos proyectos muy interesantes. La fábrica hace muchos años no invertía en líneas de producción. Este año hemos hecho una inversión muy importante por valor superior a los 27.000 millones de pesos en una nueva línea de producción.

**ACTA SESIÓN ORDINARIA N °30
DE 14 DE MAYO DE 2026**

tiene su ingeniería, yo no soy ingeniero, unos ductos muy interesantes y hoy en la fábrica podemos dar el parte de victoria de que hoy los empleados de nuestra fábrica tienen una mejor estadía en la fábrica, que eso era un reto muy importante que nosotros teníamos.

Sustituimos las tinas de madera por ron. El Invima, el Invima, nosotros nos vigila el Invima, nos solicitaba esos cambios. Lo hemos hecho. Las líneas de PVC por acero inoxidable, invertimos 461 millones de pesos.

En fin, 65 millones de pesos invertidos en esto.

Y para acabar, para no alargarme porque la idea es que más que todo sea contarles en qué estamos, qué tenemos para este año.

Obviamente, el propósito superior de la fábrica es generar más recursos para inversión, generar más recursos para salud y educación de los antioqueños y de los colombianos, porque finalmente es a cada uno de ellos que llegamos impactando.

La modernización de la planta, ya lo he comentado, aumentar la productividad, la eficiencia de la fábrica, disminuir los costos de producción, muy importante. La ampliación de planta de rones, cambiar una parte de las tinas de 10.000 litros por comprarlas en acero inoxidable, ya lo estamos haciendo, ya hicimos una gran parte.

carbono neutro, ya lo dije, no solamente los productos, sino que la fábrica entera sea carbono neutro. Ahí hay que llegar.

Hombre, aprovechar la internacionalización de la fábrica. Yo creo que tenemos un gran reto y es cómo hacer crecer la fábrica en el exterior, que no solamente sean los colombianos los que tomen nuestros productos, que sientan nostalgia y tomen un aguardiente, sino que sean también, obviamente, los internacionales, los extranjeros, los que consuman estos productos. Yo creo que la marca Ron Medellín tiene un potencial muy importante. Medellín está en el curubito del mundo ahora como sitio turístico. Yo creo que nuestros rones son de alta calidad. Ustedes lo vieron quienes tuvieron la oportunidad de visitar la fábrica, son rones de altísima calidad y llegar a más puntos de venta a través de comunicación.

Estamos haciendo un gran proyecto con el estudio 2.0 en punto de venta, tener claridad dónde y cuándo la gente, qué está consumiendo, qué quiere, que no haga falta producto y la investigación y desarrollo, que la fábrica es muy puntual.



**ACTA SESIÓN ORDINARIA N °30
DE 14 DE MAYO DE 2026**

Hoy hace muchos años no consumo, pero sigo siendo hincha de la tapa roja, pero además de Nacional.

Pero sí me inquieta eso porque uno ve que muchas veces hay que escoger dónde se compra el licor y me parece a mí que no debería ser así, porque si la fábrica genera tantos recursos para los antioqueños, deberíamos ser mucho más fieles a consumir nuestro aguardiente oficial.

Yo sé que en muchas partes dicen que se adultera. Yo la verdad, como no consumo hoy en día, no sé, pero eso afecta las finanzas nuestras de los antioqueños y yo no sé qué tienen desde la fábrica para mirar eso, porque creo que eso le va a generar mucha reducción.

Y también me interesa saber cómo es la estrategia de exportación.

Yo tuve la oportunidad de estar radicado en Estados Unidos y allá buscábamos el aguardiente antioqueño donde fuera y lo conseguíamos.

Entonces hoy no sé cuándo usted dice que hay que internacionalizar más los productos, cuál es la estrategia que están utilizando, por ejemplo, en un país tan grande como el americano.

Es solo eso, felicitarlos y agradecerle que esté aquí y hacer un reconocimiento a su señor padre, que fue un gran líder antioqueño y con quien el deporte creció mucho en su trabajo.

Muchas gracias.

TIENE EL USO DE LA PALABRA LA CONCEJALA JENNIFER RESTREPO:

Gracias, presidente. Darle la bienvenida, gerente, acá al recinto del Concejo del Municipio de Caldas. Siempre, de verdad, bienvenido por estos lados.

También reconocerle el buen trato y la bienvenida que nos dieron en la FLA. De verdad que fue un recibimiento y un recorrido muy grato para los que pudimos asistir.

Reconocerle también ese pensar en el medio ambiente, en el impacto, reducir los impactos ambientales desde la empresa y el pensar en el bienestar de sus trabajadores. Creo que uno tener unos empleados con buen bienestar laboral ayuda a mejorar la productividad.

Una de mis preguntas, gerente, es si en cuanto a las licitaciones que se hacen, por ejemplo, en la empresa que produce el vidrio para esos envases, si es posible cerrar esos requisitos a que sean empresas que liciten a nivel nacional, porque tengo entendido que al momento es



Concejo
de Caldas
Antioquia

ACTA SESIÓN ORDINARIA N °30 DE 14 DE MAYO DE 2026

este puesto. Entonces, agradecerle porque tiene en las manos suyas una cartera tan importante para este departamento que yo creo que ha sido pujado, como se dice, con arrieros y fuerza. Y eso lo ve también en muchas de las cabezas y dirigencias que tenemos en las grandes empresas que tenemos públicas.

Darle las gracias también por estar acá, porque, como le reiteraba ahorita, muchas de las invitaciones que hacemos a veces a esas entidades nos mandan representantes. Qué bueno que usted esté aquí teniendo esa cercanía, escuchándonos y eso a nosotros también como concejales nos da la cercanía con esas entidades públicas, disponerle y siempre abrirle las puertas de esta corporación, de cada uno de los dirigentes que estamos aquí, que representamos una comunidad, estamos prestos a aportar y a abonar por este territorio que llama Antioquia, que lo queremos con el corazón.

Y bueno, yo creo que las preguntas, básicamente una que yo quisiera hacerle, que me parece importante, es cómo la FLA también, independientemente de ser una empresa que devenga sus ingresos a la gobernación, cómo se reitera ese compromiso social también con el tema de los diferentes municipios del departamento o si quizás esos proyectos solamente ustedes giran un recurso a la gobernación y ya la gobernación se encarga de eso o si también ustedes se incorporan a un trabajo social más incorporativo también a todos los diferentes municipios y agentes que tenemos directamente en el departamento, porque bien sabe que el área metropolitana es un... tenemos municipios muy ricos, entre comillas, en el área metropolitana, pero también en el departamento hay municipios que dependen mucho de esas cargas que da el gobierno nacional y que también se gestionan proyectos en la gobernación.

Entonces, qué importante conocer de primera mano de usted cómo se puede articular o cómo es ese requisito o cómo es esa base que lo hace.

De resto, reiterarle el agradecimiento y bueno, gracias porque la verdad yo siento que estas cifras, incluso lo hablaba con el concejal Yepes, que realmente, o sea, 73 millones de unidades. Hombre, eso es una cosa, digamos, de locos, la verdad es muchísimo.

Entonces, bueno, seguir aquí gestionando también, incorporando y articulándolos por este departamento. Gracias, presidente.

TIENE EL USO DE LA PALABRA EL CONCEJAL JUAN CAMILO BAENA:

Gracias, presidente. Saludarle a usted, a todos mis compañeros concejales. Un saludo muy especial para el invitado de hoy. Bienvenido, doctor, al Concejo Municipal.

**ACTA SESIÓN ORDINARIA N °30
DE 14 DE MAYO DE 2026**



solamente debemos cuidar, sino también apoyar tomándonos los guaritos de vez en cuando. A mí personalmente me gusta mucho. Ojalá pudiera cada 8 días sentarse uno con la botellita de transparente a tomárselo bien bueno. A mí personalmente me encanta. Cuando los vi que vinieron manivacios, yo me preocupé un poquito, pero apenas veo las cajas allá estoy feliz, no veo la hora de destapar.

Entonces, darle la bienvenida y también quiero saber, después de que se abrieron las fronteras, si así se puede llamar, porque a mí también me inquietó y me preocupó mucho cómo nos hemos afectado o cómo se ha afectado la empresa, la Fábrica de Licores, con esta apertura, teniendo en cuenta que a nuestro departamento también entró una competencia, como ya sabemos, que no es que sea la peor y que también ha gustado, pero también nosotros con esa misma facilidad pudimos llegar a otros departamentos.

Entonces, cómo se afectó, cómo se benefició la empresa con esta apertura de fronteras, gerente. Muchas gracias, presidente.

TIENE EL USO DE LA PALABRA EL CONCEJAL ANÍBAL VERGARA:

Gracias, presidente. Un saludo muy especial a la mesa directiva en cabeza suya, a mis compañeros corporados que hoy nos acompañan en el recinto, a las personas que hoy están acá con nosotros, por supuesto, al doctor Esteban Ramos que hoy nos acompaña en gala en este recinto de la democracia, a las personas que hoy nos acompañan de las diferentes redes sociales, que siempre están muy atentos a lo que sucede aquí en este recinto de la democracia.

Bueno, lo primero, doctor Esteban, es decirle que, como ya lo han manifestado mis antecesores regidores, qué bien y qué bueno y qué importante que usted hoy nos acompañe en gala en esta corporación.

No me acuerdo que un gerente de la Fábrica de Licores, no sé, alguien de vieja data me recordará por ahí por el WhatsApp, por ahí en algún momento, cuándo vino por aquí un gerente de la Fábrica de Licores de Antioquia, pero me parece muy importante.

Resalto la gestión que hizo el presidente de esta corporación.

Yo quisiera indagarle sobre algunos temitas que me llaman la atención. ¿Cuántos trabajadores oficiales tiene la empresa en este momento?

**ACTA SESIÓN ORDINARIA N °30
DE 14 DE MAYO DE 2026**

Que no directamente tuviéramos que depender de la gobernación, sino que usted nos fuera a abrir una lucecita a los concejales. No es para decirle que vamos a ir a pedirle a cada rato de ahora en adelante, pero sería bueno saber, gerente.

No, decirle que muy contento de que esté acá y de parte del Concejo Municipal de Caldas, ya algunos antecesores manifestaron la admiración por el doctor Jorge Alfredo. Un saludo muy especial de la corporación y de esta curul de este concejal y también afincándome a lo que manifestaba el concejal Hernando Yepes, para el antioqueño de pura cepa es el aguardiente de tapa roja.

Eso es.

Y entonces, por eso, señor doctor Esteban, usted decía que el 40% del consumo de aguardiente en Antioquia está en tapa roja. Entonces ahí está la tradición.

De todas maneras, señor gerente Esteban Ramos, de verdad tiene las puertas abiertas. Qué bueno que haya venido, nos haya contado un poco de la historia de la Empresa de Licores de Antioquia, que es uno de los pilares para que Antioquia progrese y siga progresando a través de la historia, desde 1970, que me dijiste que está funcionando esta magnífica empresa. Para adelante.

Y mi augurio, doctor Esteban, es que siga siempre adelante con ese ímpetu, con esa capacidad profesional de liderar esta magnífica empresa. Muchas gracias, señor presidente.

TIENE EL USO DE LA PALABRA EL CONCEJAL JOHN JAIRO VELÁZQUEZ:

Gracias, presidente. Con las buenas noches para todos y todas. Doctor Esteban, bienvenido. Su compañero también bienvenido. Créame que es para nosotros un gran honor tenerlo la noche de hoy acá, no solamente por su calidad de persona, por la trayectoria política de su señor padre. La Fábrica de Licores de Antioquia, patrimonio de los antioqueños toda la vida, patrimonio público y social de los antioqueños.

Reconocemos grandemente el aporte que le da la Fábrica de Licores a la salud, al deporte, a la educación y a la cultura siempre. ¿Qué pasaría de todo esto que se le aporta si la Fábrica de Licores no existiera? Habían unos rumores de que la iban a privatizar o que la iban a vender, algo así, y se escandalizó grandemente la gente y el público en general, por decirlo así.

Hemos sido fieles de los Fábrica de licores, como lo mencionó Hernando, pero desafortunadamente esa competitividad que ustedes tienen, no solamente a nivel



Concejo
de Caldas
Antioquia

ACTA SESIÓN ORDINARIA N °30 DE 14 DE MAYO DE 2026

También aprovechar la oportunidad de manifestar mi respeto y admiración para con su señor padre, a quien tuve la oportunidad de verlo presente acá en Caldas cuando fue gobernador de Antioquia en el mandato de Luis Guillermo Escobar. Es reconocerle mi admiración y muchas gracias por estar acá.

Con gusto, concejal. ¿Algún otro concejal?

TIENE EL USO DE LA PALABRA EL PRESIDENTE JONATHAN HURTADO:

Listo. Gerente, bueno, yo creo que todos estamos en el mismo tono y es agradecerle también por lo que hace hoy desde la Fábrica de Licores, desde la gerencia, porque es una de las empresas que queremos todos los antioqueños y que nos da orgullo decir que está en el departamento de Antioquia.

Entonces, nuevamente agradecerle y también por tomarse el tiempo y estar acá en el Concejo. Yo creo que es muy importante esa muestra de respeto por el municipio de Caldas y por el Concejo. Muchas gracias, gerente.

Entonces, demos uso de la palabra para las respuestas.

TIENE EL USO DE LA PALABRA EL GERENTE ESTEBAN RAMOS MAYA:

Bueno, muchas gracias. Voy a tratar de ser muy conciso porque quiero responderles a todos. Primero, agradecerles de nuevo la invitación al presidente Jonathan y, obviamente, a todo el honorable Concejo de este gran municipio. Me siento muy honrado por las palabras que me han dirigido en lo personal y, por supuesto, en lo familiar, reconociéndole, obviamente, a mi papá la trayectoria. Me siento muy honrado de que lo mencionen y, obviamente, les agradezco esas generosas palabras en nombre de toda mi familia.

Insisto que la presencia mía en estos lugares es porque yo quiero que la gente se acerque a la fábrica. Por eso es que es muy importante que la gente sepa nosotros qué hacemos y qué más que un honorable Concejo como este, que ustedes sean el día de mañana multiplicadores de opinión de lo que hace la fábrica. Estos espacios.

Nosotros vamos a los medios de comunicación, nos reunimos con gremios, hacemos muchas actividades para que la gente venga y conozca la fábrica. Pero, ¿quién más que ustedes, que son líderes de opinión en estos importantes municipios del departamento, para que ustedes le cuenten el día de mañana a la gente la importancia que es la fábrica de licores para todo? Que no solamente son estas marcas tan importantes que consumimos con mucha felicidad, muy

**ACTA SESIÓN ORDINARIA N °30
DE 14 DE MAYO DE 2026**



No sé cuánto, no sé la próxima administración entrante qué decisión tomará, pero realmente es una necesidad para el departamento.

Luis Hernando habló de un tema muy importante, que también lo habló Jaime y John Jairo, sobre el tema del licor adulterado. Es un tema que yo no puse en la presentación, pero lo voy a poner.

Muy importante. Hay estudios de la Federación Nacional de Departamentos que señalan que el 30% del licor que se consume en Colombia es licor adulterado. O sea, imagínense, nosotros, el mercado de aguardientes en Colombia es un mercado de 110 millones de botellas de aguardiente. Si el 30% es adulterado, estamos hablando de un mercado de más de 30 millones de botellas de licor adulterado. A uno no le cabe en la cabeza eso.

30 millones de botellas de licor adulterado, con graves consecuencias para las finanzas de los departamentos, porque ya las hemos visto, pero con graves consecuencias para la salud pública. El año pasado, en Barranquilla, no sé si se dieron cuenta, 15 personas fallecieron por consumir licor adulterado. No pasaba hace 30 o 40 años.

Compraron un alcohol.

¿Quiénes aquí alguno sabe de metanol y etanol?

Compraron un alcohol con gasolina pensando que era un alcohol extra neutro, al 96%.

Y produjeron un licor, no aguardiente, un licor, un cóctel, no sé qué habrá sido, y la gente lo consumió.

Se murieron 15 personas en Barranquilla.

Barranquilla es un sitio históricamente reconocido por producir licor adulterado, como es un municipio del Valle de Aburrá, también muy reconocido porque allá es donde se encuentran los alambiques más conocidos y más reconocidos.

¿Cómo se combate eso, John Jairo? Que también lo estabas preguntando. ¿Qué hace la fábrica para eso? Hombre, nosotros todo lo que esté a nuestro alcance lo hacemos. Explico: las tapas detectadas, todo lo que sea tapas con toda la seguridad. La única forma en que usted se da cuenta si un licor está adulterado es con la tapa.

Porque ellos compran las botellas. Nosotros no usamos botellas retornables.



Concejo
de Caldas
Antioquia

ACTA SESIÓN ORDINARIA N °30 DE 14 DE MAYO DE 2026

Bueno, Jennifer, hablaste de capital humano. Dos años nosotros al frente de la fábrica, el capital humano es prioritario para nosotros. Yo tengo una política en mi vida. Yo nunca he estado en el sector público, pese a que en mi vida y en mi familia sí, yo no, pero siempre tomé una decisión y dije: "Hombre, yo quiero que la gente se acuerde de mí porque yo soy una buena persona".

Los resultados hablan por sí solos y está bien mostrar resultados, que la fábrica crezca. Eso es lo que a mí obviamente más me interesa, que la fábrica crezca, que la gente consuma nuestros productos de forma responsable, lo que sea, pero que al final la gente diga: "Hombre, mi empleado diga, ese gerente, ¿cómo era de querido? ¿Cómo era de buena gente de gerente? Si nos ayudó, nos dio confort técnico".

Voy a decir una cosa, imagínense que la fábrica, cuando yo llegué a la fábrica, lo primero que me pidieron los empleados fue una mesa de ping pong.

No había una mesa y querían otra.

Llegamos, yo llegué en enero, y yo dije: "Félix, que es mi director de división, Félix, compremos una mesa de ping pong". Ah, qué problema comprar una mesa de ping pong. Vaya, pues, haga un estudio previo, cree la necesidad, ¿de dónde salen los recursos? Haga la licitación para una mesa de ping pong. Cada vez que yo diga, hagamos una vaca y compremos la mesa entre los directores. Porque, de verdad, pensando siempre en los empleados, eso es lo que yo quiero para los empleados.

La fábrica tiene muchos beneficios, el fondo de vivienda lo crecimos, lo multiplicamos por cinco, en fin, hemos hecho muchas cosas, pero el capital humano para mí sigue siendo lo más importante.

Y yo les he dicho a ellos: yo estoy de paso, quedan las instituciones. Aquí muchos concejales serán reelegidos, otros no, pero quedan las instituciones. Y eso es lo que hay que defender, las instituciones, la gente que queda ahí, que queda años, 30 años. ¿Cómo así que hay gente que lleva en la fábrica y no conocía la gerencia?

Cada 8 días yo sentaba a 20 personas.

Cada jueves a las 8 de la mañana me sentaba una hora y media con todos los empleados. Primero, para conocerlos, para que me conocieran y, segundo, hablar de lo humano, saber cuáles eran las necesidades de la gente y sobre eso trabajar. Entonces, Jennifer, comparto mucho ese punto de vista.



Concejo
de Caldas
Antioquia

ACTA SESIÓN ORDINARIA N °30 DE 14 DE MAYO DE 2026

Antioquia, no solamente los antioqueños, sino los colombianos. Su top es aguardiente antioqueño, nos buscan.

James habló de la apertura de frontera. James, yo hablé de un gran reto que teníamos cuando abrimos la frontera y era cómo defendíamos el mercado antioqueño, porque el mercado antioqueño representaba el 46% de nuestra venta.

El 25% de las botellas que se consiguen en Colombia se consumen en Antioquia. El 25% de las botellas. Aquí se consume 2.5 veces más promedio de botella de aguardiente que en el resto del país, ¿de acuerdo? O sea, mientras en el resto del país se consume uno, aquí se consumen 2.5 veces más.

Y confidencialmente somos el penúltimo mercado de cervezas en Colombia. Aquí la gente no toma tanta cerveza como el resto del país. Aquí la gente toma aguardiente porque es una tradición tomar aguardiente.

Entonces, nuestro principal reto era, ¿cómo defendemos Antioquia? Y vos tenés el 46% de la venta, además porque nosotros hasta hace un año, teníamos el 100% del mercado en Antioquia. El 100 no, el 99. Es decir, de cada 100 botellas, 99 eran de antioqueño porque no había competencia.

Entonces, ¿cómo hacemos? Llegó la competencia.

La competencia trae también cosas buenas. ¿Por qué? Porque la categoría se expande.

¿Qué pasó con el aguardiente antioqueño y qué pasó con la categoría de aguardientes?

A diferencia del resto de categorías, wiskis, rones, ginebras, inclusive la cerveza, todas decrecieron el año pasado, todas sin excepción. La única que creció fue la categoría de aguardiente en Colombia.

Claro, dos temas: la competencia. Cuando hay más competencia y hay más publicidad y hay más mercadeo, la gente consume más. Y segundo, la capacidad de desembolso. La gente está buscando productos. Mientras usted con 100.000 pesos se compra dos botellas de aguardiente a 50.000, no se compra ni media botella de whisky.

Entonces, la gente prefiere tener una capacidad de desembolso mayor, por ende consume más productos y eso lo hemos visto, mucha migración de esos productos al aguardiente.

ACTA SESIÓN ORDINARIA N °30
DE 14 DE MAYO DE 2026

Hombre, nosotros recibimos ese problema, pero mirar para atrás en esto no es conveniente, hay que mirar para adelante. Pero más de eso es porque reputacionalmente la fábrica, hay que cuidar la fábrica, hay que proteger la fábrica. Esto es un activo de todos los antioqueños. Lo que la administración anterior hizo o no hizo, ya vamos a proteger nuestra fábrica. Llevamos un proceso de 3 años con ese tema.

Hoy está en la superintendencia, recusamos al superintendente.

Estamos defendiendo los intereses de la fábrica. Tenga la certeza que hasta el último día que yo esté en la fábrica voy a defender los intereses de la fábrica. Hoy en día hubo una medida cautelar sobre una primera botella, la modificamos, fuimos responsables, teníamos 400,000 botellas ya serigrafadas, les pusimos como una opacidad, le cambiamos la tapa, le pusimos café. Bueno, el hecho es que la sacamos al mercado, seguimos en la lucha. Estamos pensando que muy seguramente sale de la superintendencia y pasa a la justicia ordinaria. En eso estamos.

Y John Jairo, último tema, privatización. Hombre, bueno que lo mencionaste.

Jamás el gobernador de Antioquia, jamás ni se le ha pasado por la cabeza privatizar la fábrica y menos a mí en la gerencia. Todo lo contrario. Nosotros tenemos dos miembros de junta privados y tres públicos. ¿Qué queremos hacer? Fortalecer la junta directiva. ¿Por qué? Porque llegó la competencia y nosotros necesitamos gente que nos aporte y por eso el gobernador dijo: "Traigamos otro privado a fortalecer esta fábrica de licores y a que obviamente con su experiencia y conocimiento y con su idoneidad demos competitividad al desarrollo de la misma". ¿Por qué? Porque los otros tres son empleados públicos que muy seguramente no tienen el conocimiento ni la experiencia de los mercados en competencia. Entonces, queremos una fábrica muy fortalecida. Sí, eso se da para interpretaciones y los diputados salen y hacen política con eso, gajes del oficio, pero ni se ha pensado ni se va a privatizar la fábrica en esta administración. Tenga la certeza, Jairo.

Y termino con Jaime, que habló de las tendencias de consumo.

Jaime, sí, no hay duda. No hay duda que hoy la población entre 18 y 25 años es otra. Muy seguramente nosotros hemos consumido el aguardiente tradicional en sus diferentes presentaciones, pero hoy los consumidores de 18 a 25 años quieren consumir productos de menos grados de alcohol. Venimos con una iniciativa muy bacana que muy seguramente la vamos a tener dentro de muy poquito, pero la gente quiere tener más experiencias, que las fiestas sean más duraderas, más largas. Eso porque la gente hoy está en modo fit, modo cuidarse, hacer ejercicio. Nosotros pensamos que hoy puede haber un equilibrio: hacer

**ACTA SESIÓN ORDINARIA N °30
DE 14 DE MAYO DE 2026**



Cordial saludo.

De manera atenta, nos permitimos informar que, en atención a la solicitud elevada por ustedes, la Comisión Accidental de Salud adelantará debate de control político al gerente del Hospital San Vicente de Paúl de Caldas, con el propósito de abordar diferentes inquietudes relacionadas con la situación administrativa, financiera y de prestación del servicio de la institución hospitalaria.

En ese sentido y con el fin de estructurar el correspondiente cuestionario, se solicita respetuosamente a los honorables concejales que, en caso de tener preguntas o inquietudes que deseen sean incluidas dentro del debate, las remitan a este mismo correo electrónico a más tardar el martes 19 de mayo de 2026.

Lo anterior permitirá consolidar oportunamente el cuestionario que será remitido al citado funcionario conforme a los términos reglamentarios aplicables.

Cordialmente,

Jorge Alonso Correa Betancur, presidente de la Comisión Asamblea Departamental de Antioquia.

presidente, de esta manera terminó la lectura de la comunicación y finalizamos con séptimo, proposiciones y asuntos varios.

TIENE EL USO DE LA PALABRA EL CONCEJAL JOSÉ DAVID RODRÍGUEZ:

Gracias, señor presidente.

Durante estas sesiones del mes de mayo, con los concejales que somos miembros de la Comisión Accidental de Salud, como Ángela, Yepes, Jaime, Fabio, hemos venido manifestando nuestro inconformismo sobre las presuntas irregularidades que se vienen presentando en el Hospital San Vicente de Paúl y de cómo no ha sido posible tener un espacio de diálogo constructivo con el señor gerente.

Por tal motivo, en días anteriores solicitamos, a través de un oficio a la Asamblea Departamental de Antioquia, a su presidente y Dr. Juan Carlos Palacio y a la comisión que se encarga de los temas de salud y a la corporación, que citaran a debate de control político al gerente del hospital, dado que la Asamblea de Antioquia sea competente para citarlo y que nos permitieran a nosotros como concejales participar.



**ACTA SESIÓN ORDINARIA N°30
DE 14 DE MAYO DE 2026**

allí han radicado quejas en Procuraduría y muchas otras personas que hoy están, pero se callan por temor a perder su empleo.

Qué bueno que en esta oportunidad que tenemos de hacernos visibles como Concejo allí en la Asamblea, le demos ese apoyo a la comunidad caldeña y al suroeste que necesitan tanto de este hospital.

El servicio del hospital nos importa a todos, la salud nos importa a todos.

Entonces sí, de verdad, reiterar esta invitación que hace el concejal José David a toda la comunidad del suroeste, a la comunidad caldeña, a ustedes como concejales, que apoyemos esta iniciativa de citación para que allí manifiesten sus inconvenientes o sus disgustos en cuanto a la forma como se gerencia o se administra el hospital.

Gracias, presidente.

TIENE EL USO DE LA PALABRA EL PRESIDENTE JONATHAN HURTADO:

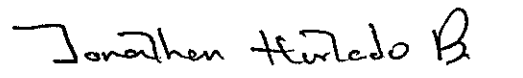
¿Algún concejal desea el uso de la palabra?

Bueno, no viendo más intervenciones, siendo las 7:07 de la noche, damos por terminada la sesión del día de hoy y citamos para el martes, 7 de la noche.

La sesión del día de mañana se canceló por unos inconvenientes de los profesores, entonces reprogramamos la sesión para la próxima semana. ¿Listo? Entonces, volvemos martes, 7 de la noche, aquí en el recinto. ¿Listo?

Concejales, feliz fin de semana, que descansen


DANIELA VALENCIA ZAPATA
SECRETARIA GENERAL


JONATHAN HURTADO BETANCUR
PRESIDENTE