



INFORME GESTIÓN VIGENCIA 2024

INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA

MARIBEL PERAFAN GALLARDO
Gerente

INTRODUCCION

Se presenta el informe de gestión de la Industria Licorera del Cauca correspondiente a la vigencia 2024, con el fin de ofrecer un panorama integral del desempeño organizacional en sus áreas estratégicas, tácticas y operativas.

Este informe recopila y analiza los principales logros, avances y desafíos enfrentados durante el período, en alineación con los objetivos estratégicos de la factoría y los criterios de eficiencia, calidad y sostenibilidad que rigen su operación. Asimismo, se presentan las iniciativas implementadas para la mejora continua y las oportunidades de optimización identificadas en cada una de las divisiones.

Este informe proporciona una base objetiva para la toma de decisiones gerenciales, facilitando la identificación de tendencias, oportunidades de mejora y estrategias para fortalecer la competitividad y sostenibilidad de la Industria en el mercado. Además, constituye un insumo fundamental para la planificación estratégica y el cumplimiento de los requisitos normativos y de calidad que regulan la entidad.

A través de este documento, la Industria Licorera del Cauca ratifica su compromiso con la excelencia, la innovación y la transparencia en la gestión pública, garantizando un crecimiento sostenido y una mayor generación de valor para sus grupos de interés.

Tabla de contenido

INTRODUCCION	2
1. GESTIÓN DE LA DIVISIÓN FINANCIERA:.....	3
2. GESTIÓN DE LA DIVISIÓN CMERCIALIZACIÓN	10
3. GESTIÓN DE LA DIVISION PLANEACION	40
4. GESTION SECCION COMUNICACIONES.....	56
5. GESTION DIVISIÓN DE PRODUCCIÓN	86
6. GESTIÓN SECCION DE MANTENIMIENTO	93
7. GESTIÓN DIVISIÓN ADMINISTRATIVA.....	94
8. GESTIÒN SECCION CONTROL CALIDAD	101
9. GESTION DIVISION JURIDICA.....	102
10. GESTION DIVISIÓN TALENTO HUMANO	115
11. GESTION CONTROL INTERNO	128

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Estados financieros ILCauca 2.024	6
Tabla 2: Ejecución Presupuestal 2.024 ILCauca	8
Tabla 3: Asignación por División ILCauca.....	9
Tabla 4: Ejecución de Gastos ILCauca	9
Tabla 5: Comparativo Ventas 2.023 -2.024.....	12
Tabla 6: Comparativo ventas mensuales 2.023 - 2.024	13
Tabla 7: Ofertas Mercantiles.....	17
Tabla 8: Estrategia Bonificaciones 2.024	28
Tabla 9: Distribución de Patrocinios por Municipio	31
Tabla 10: Mapeo por Patrocinios.....	33
Tabla 11: Mapeo por Municipio	33
Tabla 12: Consolidado patrocinios, convenios y degustaciones con corte al 31-12-2024	34
Tabla 13: Programa actividades división comercialización 2024.....	37
Tabla 14: Contratación Estrategias de Comercialización	38
Tabla 15: Seguimiento Documental ISO 9001	43
Tabla 16: Relación Documental MIPG	45
Tabla 17: Seguimiento ISO 9001.....	50
Tabla 18: Estado de Requisitos Normativos	54
Tabla 19: Contratación Gestión Tecnológica	55
Tabla 20: Balance Campañas 2.024.....	80
Tabla 21: Producción ILCauca 2.024.....	88
Tabla 22: Meta de Aprovechamiento 2.024 Fuente División Producción	91
Tabla 23: Relación Mejoramiento Infraestructura	94
Tabla 24: Contratación de Obra.....	95

Tabla 25: Relación de Contratos	114
Tabla 26: Relación de Talento Humano	117
Tabla 27: Lista de Auditores Internos Programa Auditorias 2024	133
Tabla 28: Hallazgos Interno vigencia 2024	134
Tabla 29: Hallazgos Contraloría vigencia 2022.	135
Tabla 30: Hallazgos Contraloría vigencia 2022.	136
Tabla 31: Hallazgos SUPERSALUD Vigencia 2022.....	137
Tabla 32: Hallazgos abiertos ante la SUPERSALUD Vigencia 2022.....	138
Tabla 33: Riesgos procesos.....	138
Tabla 34: Informes de ley 2024.	140

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Giros de la IL Cauca a la Gobernación 2.024	7
Ilustración 2: Ingresos vigencia 2.024 IL Cauca	8
Ilustración 3: Ejecución de Gastos por División IL Cauca	10
Ilustración 4: Portafolio	11
Ilustración 5: Código de Portafolio	11
Ilustración 6: Comparativo ventas 2.023- 2.024.....	14
Ilustración 7: Comparativo ventas por mes 2.023 -2.024.....	15
Ilustración 8: Estrategia TAT.....	18
Ilustración 9: Estrategia articulación estanqueros	18
Ilustración 10: Estrategias Grandes Superficies.....	19
Ilustración 11: Estrategia Fortalecimiento de Mercado Local	21
Ilustración 12: Estrategia Alianza Banco Bogotá	22
Ilustración 13: Estrategia Punto de Venta Caucano	23
Ilustración 14: Estrategia Participación en Eventos.....	24
Ilustración 15: Estrategia Incentivos a Distribuidores	26
Ilustración 16: Estrategia Anticontrabando	29
Ilustración 17: Articulación Interinstitucional	30
Ilustración 18: Mapeo Estrategia de Patrocinios.....	30
Ilustración 19: Venta de Aguardientes Saborizados 2.024	38
Ilustración 20: Estrategia de Apertura de Mercados OD-Quindío Agosto 2024.....	39
Ilustración 21: Cargue de Producto con Destino a Exportación Modalidad Ex Works	40
Ilustración 22: Inventario Documental - SGC 2.024	42
Ilustración 23: Porcentaje Actualización de Documentos	43
Ilustración 24: Resultado de medición de Política MIPG 2.023.....	48
Ilustración 25: Seguimiento ISO 9001	50
Ilustración 26: Balance Ejecución de Medios:	58
Ilustración 27: Impacto Emisoras Radiales	58
Ilustración 28: Balance Ejecución de Medios Indirectos	59
Ilustración 29: Medios Aliados	60
Ilustración 30: Medios Digitales	61



Ilustración 31: Balance de Ejecución de Medios Indirectos	62
Ilustración 32: Campaña Homenaje a ti Mujer	63
Ilustración 33: Campañas Sabores que Unen.....	64
Ilustración 34: Campaña Semana Santa	65
Ilustración 35: Campaña Carrera Andrés Bello.....	67
Ilustración 36: Campaña Caucano Original	68
Ilustración 37: Campaña Reconocimientos	69
Ilustración 38: Campaña el Hincha Más Fiel	70
Ilustración 39: Campaña Sabores que Unen	71
Ilustración 40: Campaña tu Pareja Perfecta	72
Ilustración 41: Campaña Alianza con Distritiendas	73
Ilustración 42: Campaña Tarjeta Banco de Bogotá.....	74
Ilustración 43: Campaña Reactivación Norte del Cauca.....	75
Ilustración 44: Campaña Celebra con los Tuyos, Brinda con Nosotros	76
Ilustración 45: Campaña Anticontrabando.....	78
Ilustración 46: Balance Campañas 2.024.....	81
Ilustración 47Alcalnce Redes Sociales:	83
Ilustración 48: Diagrama 1 Tiempos Muertos 2.023	89
Ilustración 49Diagrama 1 Tiempos Muertos 2.024	89
Ilustración 50: Comparativo Disponibilidad 2.023- 2.024	90
Ilustración 51: Porcentaje de Disponibilidad 2.024.....	93
Ilustración 52: Pruebas Analíticas	103
Ilustración 53: Fortalecimiento Panel Sensorial	104
Ilustración 54: Participación XXIII Congreso Gastronómico de Popayán.....	105
Ilustración 55: Certificación INVIMA	106
Ilustración 56: certificación ICONTEC.....	108
Ilustración 57: Perfiles de Productos Diseñados	109
Ilustración 58: Testeo de Prototipo de Licor con Consumidores.....	110
Ilustración 59: Cambio Presentación de Tapa	111
Ilustración 60: Incorporación de Numeración Consecutiva	112
Ilustración 61: Verificación Permanente de Rótulo.....	113

1. GESTIÓN DE LA DIVISIÓN FINANCIERA:

Perspectiva Financiera:	SABORES QUE UNEN EL IMPULSO ECONOMICO
Dimensión:	DIMENSION DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO
Política:	POLITICA DE GESTION PRESUPUESTAL Y EFICIENCIA EN EL GASTO PUBLICO
Meta 2024:	MARGEN BRUTO SUPERIOR O IGUAL AL 52%
Meta alcanzada 2024:	MARGEN BRUTO 52%
Responsable:	CESAR FERNANDO IMBACHÍ

La gestión financiera de la Industria Licorera del Cauca, toma como referente principal los estados financieros ya que a partir de ellos se determina su viabilidad y sostenibilidad. Por su parte los ingresos que se obtienen por venta de licores son un insumo clave para la operatividad de la gestión en un período fiscal.

1- Estados financieros a 31 diciembre de 2.024

La Industria Licorera del Cauca durante la vigencia 2.024, según información de sus estados financieros con corte a 31 de diciembre, obtuvo **UTILIDADES ANTES DE IMPUESTOS**, por valor de: **TRES MIL QUINIENTOS TREINTA Y TRES MILLONES M/CTE (\$3.533)** entre ingresos operacionales y no operacionales, recursos que serán distribuidos de conformidad con determinaciones de la Junta Directiva y normas existentes.

El total de activos de la empresa a 31 de diciembre de 2.024, asciende la suma de: 120.318 millones (*activo corriente 62% y no corriente 38%*), sus pasivos a un valor de: \$50.217 millones (*pasivo corriente 46% y no corriente 54%*), pasivos que representa un 42% del total de los activos y su patrimonio asciende a un valor de: \$70.101 millones, lo que representa un total de 58% del total de sus activos.

ACTIVOS \$ 120,318 100%	PASIVOS \$ 50,217 42%
	PATRIMONIO \$ 70,101 58%

Tabla 1 Estados financieros ILCAUCA 2.024

Ver anexo: Estados financieros Industria Licorera del Cauca vigencia 2.024.

1.1 GIROS REALIZADOS POR INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA A LA GOBERNACION DEL CAUCA.

Durante la vigencia comprendida entre el 1 de enero a 31 de diciembre la Industria Licorera del Cauca, transfirió un total de: **SENSENTA Y UN MIL SETECIENTOS SETENTA Y DOS MILLONES M/CTE (\$ 61.772)** a la Gobernación del Cauca, para apoyar las inversiones en los sectores como educación, salud, cultura, deporte y otros sectores, según el siguiente detalle:

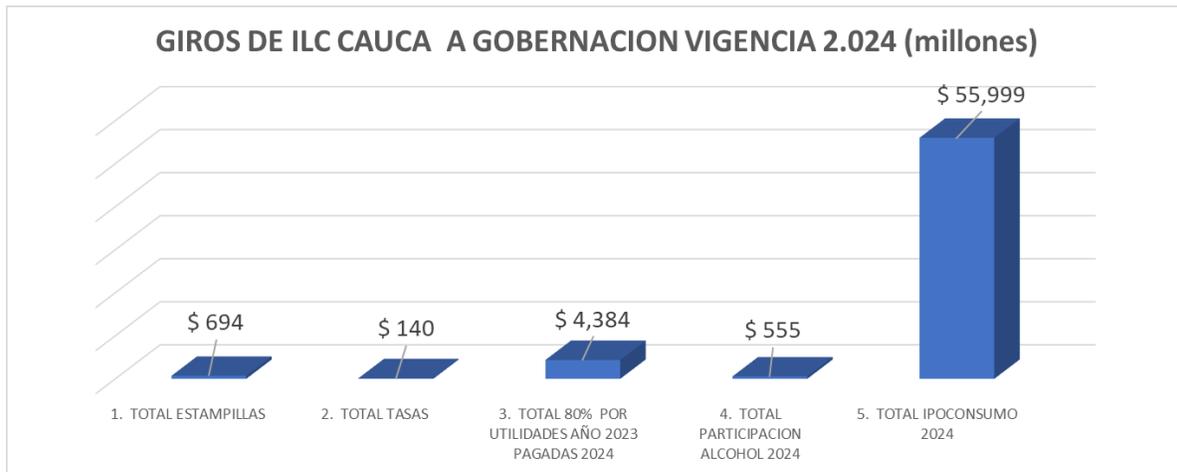


Ilustración 1 Giros de la ILCauca a la Gobernación 2.024
Fuente: Industria Licorera del Cauca 2.024

La Industria Licorera del Cauca, para la vigencia 2.024, dispuso de un presupuesto, el cual fue aprobado mediante acuerdo 006 de 28 diciembre de 2.023, por un total inicial \$102.576 millones, el cual está respaldado mediante resoluciones CONFIS 0100 28 febrero 2.023, presupuesto que fue liquidado mediante resolución 0001 de 02 de enero de 2.024.

El presupuesto de ingresos y gastos a 31 de diciembre de 2.024, culmina con un presupuesto ajustado (definitivo) por valor de: \$ 101.194 millones, representado una reducción 1.35% en el transcurso de la vigencia, proceso que incluyó traslados presupuestales, adiciones y reducciones mediante resoluciones y acuerdos de junta directiva, de conformidad con lo establecido en acuerdo 006 de 2.023 y decreto 115 de 1.996.

1.2 PRESUPUESTO DE INGRESOS 2.024

La Industria Licorera del Cauca a 31 de diciembre de vigencia 2.024, obtuvo un total de ingresos valor de: \$84.194 millones, entre ingresos corrientes y recursos de capital, según los siguientes conceptos:



Ilustración 2: Ingresos vigencia 2.024 IL Cauca
Fuente: Ejecución presupuestal de Ingresos 2.024* IL Cauca.

El nivel de recaudo de la vigencia 2.024, exceptuando los ingresos por concepto de DISPONIBILIDAD INICIAL asciende a un 75% del presupuesto ajustado. Ver anexo ejecución de Ingresos 2.024.

1.2 PRESUPUESTO DE GASTOS 2.024.

El presupuesto de gastos inicial y el presupuesto ajustado (definitivo) de la vigencia 2.024, de acuerdo con las responsabilidades de cada división presentaron la siguiente asignación de recursos:

CENTROS	INICIAL		AJUSTADO	
PRODUCCIÓN	\$ 25.876	25%	\$ 25.712	25%
ADM. INVERSION	\$ 24.521	24%	\$ 22.232	22%
NOMINA	\$ 14.622	14%	\$ 17.021	17%
FINANCIERA	\$ 14.782	14%	\$ 13.395	13%
COMERCIALIZACIÓN	\$ 10.424	10%	\$ 10.424	10%
ADMINISTRATIVA	\$ 6.508	6%	\$ 6.787	7%
TALENTO HUMANO	\$ 2.386	2%	\$ 2.155	2%
JURIDICA	\$ 960	1%	\$ 960	1%
MANTENIMIENTO	\$ 900	1%	\$ 900	1%
PLANEACION	\$ 896	1%	\$ 857	1%
CALIDAD	\$ 701	1%	\$ 751	1%
TOTAL	\$ 102.576	100%	\$ 101.194	100%

Tabla 2: Ejecución Presupuestal 2.024 IL Cauca
Fuente: Ejecución presupuestal de gastos 2.024 IL Cauca.

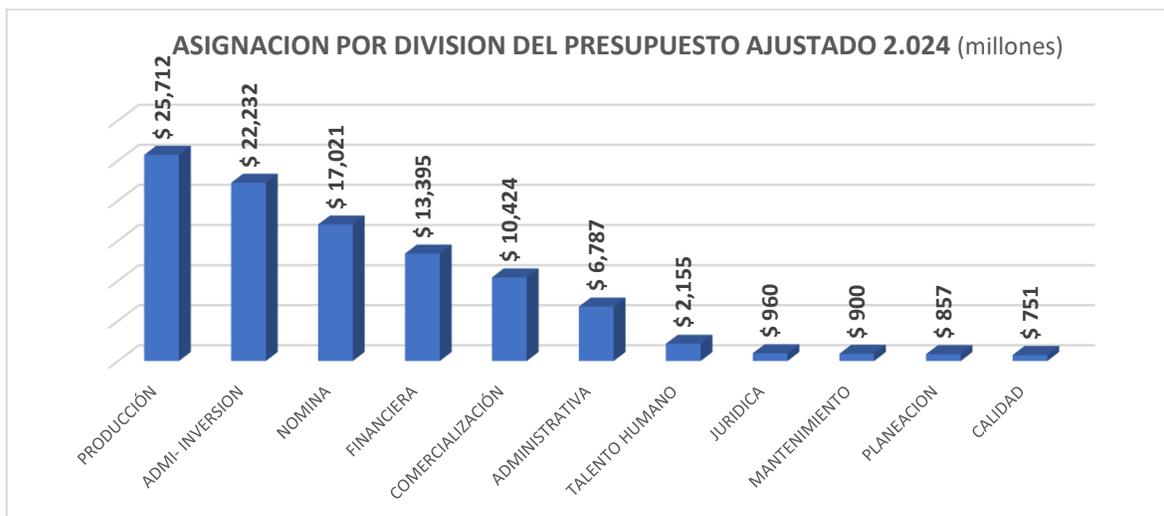


Tabla 3: Asignación por División ILCauca
Fuente: Ejecución presupuestal de gastos 2.024 ILCauca.

La ejecución de gastos de la Industria Licorera del Cauca a 31 de diciembre de 2.024, es por el valor de: \$ 66.674 millones, lo que representa un 66%, según los siguientes compromisos:

CENTROS	AJUSTADO	EJECUTADO	
PRODUCCIÓN	\$ 25.712	\$ 22.457	34%
NOMINA	\$ 17.021	\$ 15.503	23%
FINANCIERA	\$ 13.395	\$ 11.706	18%
COMERCIALIZACIÓN	\$ 10.424	\$ 8.020	12%
ADMINISTRATIVA	\$ 6.787	\$ 5.508	8%
TALENTO HUMANO	\$ 2.155	\$ 2.105	3%
PLANEACION	\$ 857	\$ 471	1%
CALIDAD	\$ 751	\$ 335	1%
ADM- INVERSION	\$ 22.232	\$ 205	0%
MANTENIMIENTO	\$ 900	\$ 186	0%
JURIDICA	\$ 960	\$ 179	0%
TOTAL	\$ 101.194	\$ 66.674	66%

Tabla 4: Ejecución de Gastos ILCauca
Fuente: Ejecución presupuestal de gastos 2.024 ILCauca.

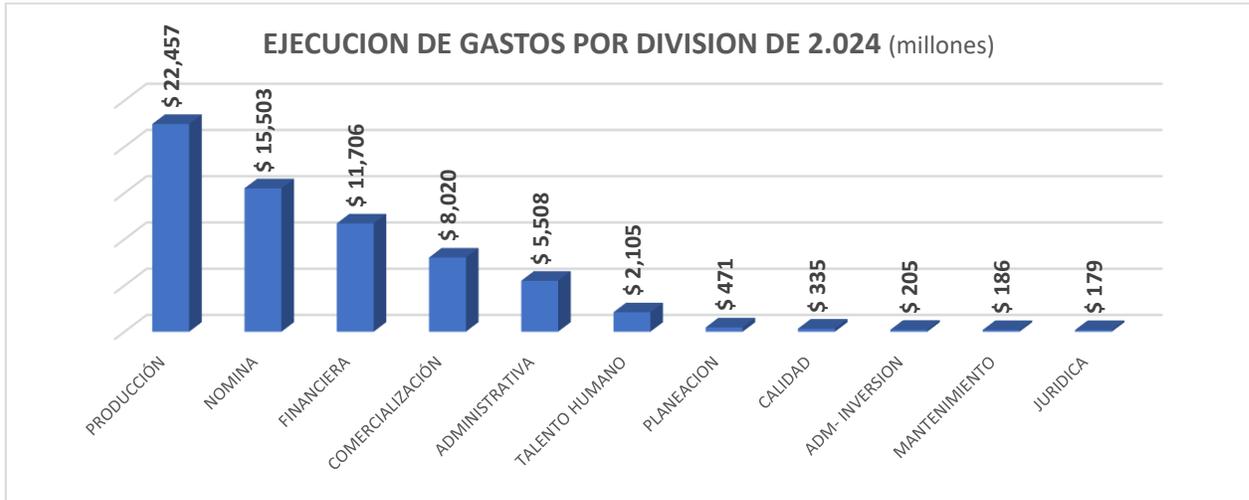


Ilustración 3: Ejecución de Gastos por División IL Cauca
Fuente: Ejecución presupuestal de gastos 2.024 IL Cauca.
Ver anexo ejecución de gastos a 31 diciembre de 2.024.

2. GESTIÓN DE LA DIVISIÓN COMERCIALIZACIÓN

Perspectiva Clientes:

Dimensión:

Política:
CIUDADANO

Meta 2024:

Meta alcanzada 2024

Responsable:

**SOMOS LA INDUSTRIA DE LOS
SABORES QUE UNEN
DIMENSION GESTION CON
VALORES DE RESULTADOS
DIMENSION INFORMACION Y
COMUNICACIÓN
POLITICA DE SERVICIO**

**Incrementar 6.25% (4.000.000 de
unidades 750 c.c Vendidas)
Disminución Meta de Venta a
3.400.000 unidades 750 c.c
3.203.463 unidades 750 Vendidas
750 c.c. Disminución del 17.8%
respecto a las ventas de la vigencia
2023**

ALBERT BIAFARA VANGUERO

La división de comercialización centró su gestión en la implementación de estrategias de mercado con el objetivo de dinamizar la rotación de los productos del portafolio:

NUESTROS PRODUCTOS



Ilustración 4 Portafolio

CÓDIGO QR DEL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS



Ilustración 5: Código de Portafolio
Fuente: Área de Comunicaciones y Prensa

El cumplimiento de la meta de venta se vio afectado sustancialmente por diversos factores, entre otros, las tendencias de licores sustitutos, las preferencias por licores saborizados y coloridos, la crisis económica, el orden público en el contexto local, el contrabando y la adulteración de licores y la incertidumbre de la decisión del fallo de la demanda de inconstitucionalidad Artículo 28¹ de la Ley 1816 de 2016 “ Por la

¹ **ARTÍCULO 28. Protección especial al aguardiente colombiano.** Los departamentos que ejerzan el monopolio de la producción directamente, o por contrato, quedan facultados para suspender la expedición de permisos para la introducción de aguardiente, nacional o extranjero, en sus respectivas jurisdicciones. Dicha suspensión no podrá ser superior a seis (6) años y se otorgará exclusivamente por representar amenaza de daño grave a la producción local, sustentado en la posibilidad de un incremento súbito e inesperado de productos similares, provenientes de fuera de su departamento a su territorio. Esta medida no tendrá como finalidad restringir arbitrariamente el comercio y no será discriminatoria, es decir, se aplicará de manera general para todos los licores de dicha categoría. En cualquier momento, esta suspensión podrá volver a aplicarse bajo el presupuesto normativo antes señalado. Así mismo, a solicitud de los departamentos, el Gobierno nacional aplicará una salvaguardia a las importaciones de aguardiente, independientemente de su origen, sustentado en la posibilidad de un incremento súbito e inesperado en las

cual se fija el régimen propio del monopolio rentístico de licores destilados, se modifica el impuesto al consumo de licores, vinos, aperitivos y similares, y se dictan otras disposiciones” introduce variables que si bien emergen de entornos externos y por tanto la industria no puede ejercer control sobre ellas con sus estrategias empresariales, generan fuertes impactos en las dinámicas del mercado local si el fallo permite la pérdida del monopolio, pero paradójicamente ofrece oportunidades para el crecimiento empresarial con la posibilidad de la competitividad en nuevos mercados. Las ventas logradas en la vigencia 2024 comparadas con la vigencia 2023 por producto fueron las respectivamente: 3,203,464 y 3,896,831 unidades de botella de 750 c.c. Las ventas denotan una disminución del 17.8% entre 2023 y 2024.

UNIDADES DE BOTELLAS 750 C.C. Tipo de Licor	VIGENCIA		
	2023	2024	Variación Porcentual %
AGUARDIENTE ANISADO LIMON 750 X 12	10,764	20,043	86.2
AGUARDIENTE ANISADO MANDARINA 750 X 12	4,896	12,694	159.2
AGUARDIENTE CAUCANO SIN AZUCAR 1000 CC TETRAPACK	7,504	1,753	-76.64
AGUARDIENTE CAUCANO TRADICIONAL 1000 CC TETRAPACK	45,872	41,016	-10.59
AGUARDIENTE PREMIUM 700X11	251		
AGUARDIENTE SIN AZUCAR 375	149,076	138,851	-6.86
AGUARDIENTE SIN AZUCAR 750	116,280	130,104	11.8
AGUARDIENTE SIN AZUCAR PET 375 X 24	9,576	8,335	-12.96
AGUARDIENTE SIN AZUCAR. 1750 X 6	42	14,236	33.7
AGUARDIENTE TRADIC. 1750 X 6	281,106	139,809	-50.2
AGUARDIENTE TRADIC. 375 x 24	1,312,908	1,008,433	-23.1
AGUARDIENTE TRADIC. 375 X 24 MUNICIPIOS	468	1,191	154.4
AGUARDIENTE TRADIC. 750 CC EXPORT.		19,872	
AGUARDIENTE TRADIC. 750 X 12	1,951,614	1,652,399	-15.33
AGUARDIENTE TRADIC. PET 375 X 24	4,560	12,359	171
AGUARDIENTE TRADICIONAL ED ESPECIAL AMERICA DE CALI 750 CC DETAL	1,056		
CREMA ANIS ESCARCHADA 375 X 6	267	713	167
CREMA CURACAO ESCARCHADA 375X 6	288	776	169.4
CREMA MENTA ESCARCHADA 375X 6	303	772	154.7
GINEBRA VIKER S 750 X 6		109	
Total general	3,896,831	3,203,464	-17.8

Tabla 5: Comparativo Ventas 2.023 -2.024

importaciones de aguardiente que haya causado o amenace causar un daño grave a la producción nacional de aguardiente. A solicitud de los departamentos, el Gobierno nacional aplicará una salvaguardia a las importaciones de ron independientemente de su origen, sustentado en la posibilidad de un incremento súbito e inesperado en las importaciones de ron que haya causado o amenace causar un daño a la producción nacional de ron.

Aunque las ventas en general disminuyeron, se observa que las estrategias de venta de los aguardientes saborizados, aguardiente sin azúcar y las cremas escarchadas dieron como resultado la superación de unidades vendidas de estos licores respecto a la venta en 2023.

Mayores crecimientos:

- AGUARDIENTE SIN AZÚCAR 1750 X 6 (+33,7%)
- AGUARDIENTE TRADIC. PET 375 X 24 (+171.03%)
- CREMAS ESCARCHADAS (+167%-169%)

▼ Mayores caídas:

- AGUARDIENTE CAUCANO SIN AZÚCAR 1000 CC TETRAPACK (-76.64%)
- AGUARDIENTE TRADIC. 1750 X 6 (-50.26%)
- AGUARDIENTE TRADIC. 375 X 24 (-23.19%)

Las estrategias de venta implementadas en el segundo y cuarto trimestre, evidencian impactos en las ventas donde se observa que para la vigencia 2024 aunque bajaron ventas respecto a la vigencia 2023, se superaron las ventas durante el mes diciembre con 1.080.901 unidades respecto a 1.015.686 en 2023 y en julio 243.196 de 2024 respecto a las ventas de 170.721 en 2023, en unidades de 750 c.c.

Suma de BOTELLAS 750	VIGENCIA		Variación Porcentual
	2023	2024	
Mes			
FEBRERO	17,204		
MARZO	328,580	137,888	-58%
ABRIL	418,955	173,666	-59%
MAYO	260,789	257,588	-1%
JUNIO	346,142	245,498	-29%
JULIO	170,721	243,196	42%
AGOSTO	321,664	289,738	-10%
SEPTIEMBRE	263,638	200,886	-24%
OCTUBRE	354,888	234,586	-34%
NOVIEMBRE	398,564	339,516	-15%
DICIEMBRE	1,015,686	1,080,902	6%
Total general	3,896,831	3,203,464	-17.8%

Tabla 6: Comparativo ventas mensuales 2.023 - 2.024

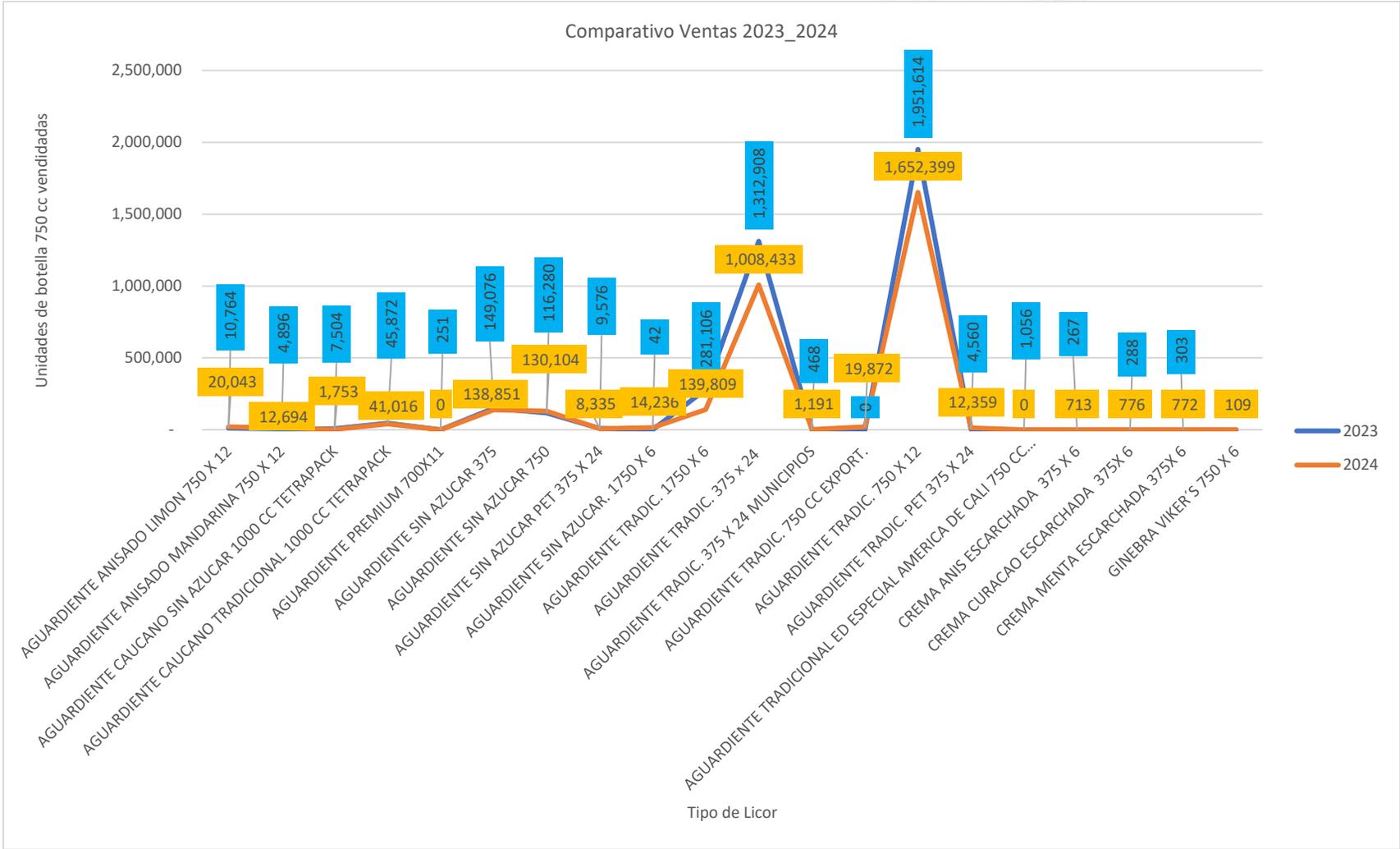


Ilustración 6: Comparativo ventas 2.023- 2.024

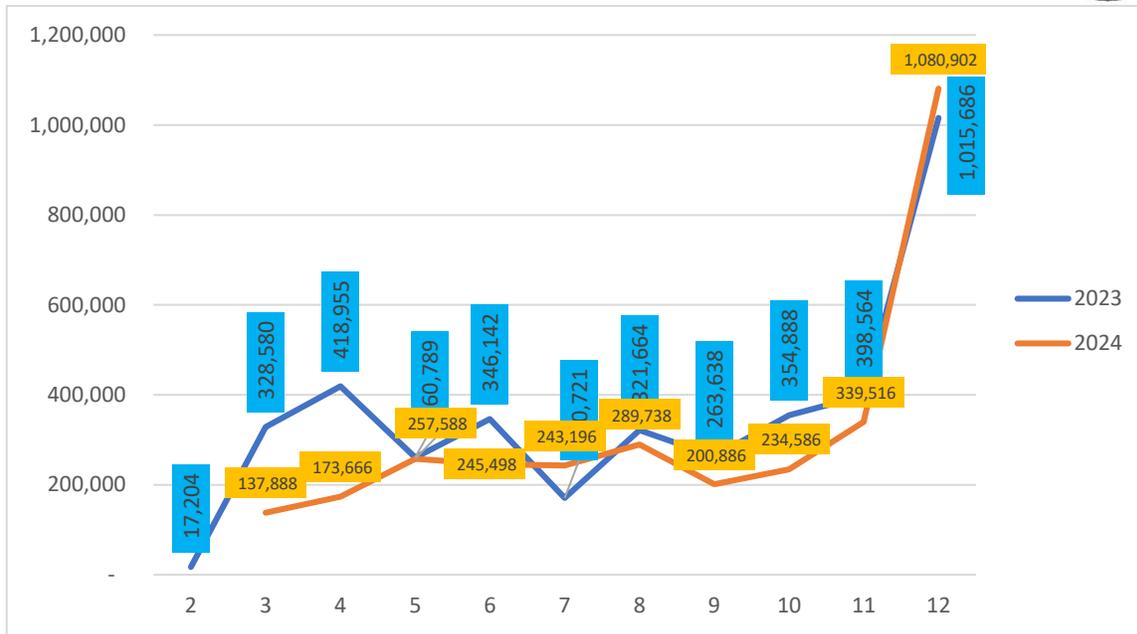


Ilustración 7: Comparativo ventas por mes 2.023 -2.024

Si bien factores externos afectaron sustancialmente el comportamiento del mercado local impidiendo el logro de las meta propuesta en venta de licores en la vigencia 2024, las directrices gerenciales a través de la división de comercialización, aquella que centra la gestión misional esencial de la Industria Licorera del Cauca, enfocó sus esfuerzos al diseño e implementación de las estrategias comerciales y de mercadeo para promover la venta de los productos del portafolio de licores direccionadas de la siguiente manera:

- **Estrategia de reconocimiento por calidad y excelencia**

Reconocimiento internacional Monde Selection 2024

Desde su fundación en 1961 en Bruselas, Bélgica, Monde Selection se ha destacado como un Instituto Internacional de Selecciones de Calidad que evalúa productos de todo el mundo para otorgarles un distintivo de excelencia.

El jurado internacional ha evaluado cuidadosa y minuciosamente cada producto de la Industria Licorera del Cauca bajo estrictos estándares de calidad, y este año, en la prestigiosa ceremonia de premiación Monde Selection 2024, que se celebró en Viena, Austria, honró con el máximo reconocimiento a varios de los productos de la factoría, siendo galardonados como el mejor aguardiente del mundo.

El Monde Selection 2024 fue otorgado a:

- a) Aguardiente Caucano Tradicional
- b) Aguardiente Caucano Sin Azúcar
- c) Escarchado de Anís
- d) Escarchado de Menta
- e) Escarchado de Curacao

Este reconocimiento destaca la excelencia en su calidad y resalta el compromiso y la dedicación del equipo de la Industria Licorera del Cauca.

Industria Licorera del Cauca galardonada en los 'Superior Taste Awards 2024'.

El "International Taste Institute", fundado en 2005 en Bruselas, Bélgica, se dedica a evaluar y certificar la calidad de alimentos y bebidas de todo el mundo. Este proceso es llevado a cabo por chefs y sommeliers de renombre internacional, quienes prueban los productos de manera anónima y otorgan el reconocimiento final. El máximo galardón, tres estrellas, se otorga a los productos excepcionales que obtienen una puntuación superior al 90%. Dos estrellas son para los productos notables, con puntuaciones entre el 80% y el 90%, y una estrella se concede a los productos destacados, con puntuaciones entre el 70% y el 80%.

La industria Licorera del Cauca, obtuvo el prestigioso galardón "International Taste Institute 2024", que destaca la calidad y excelencia de los productos de la factoría como lo son : el Aguardiente Caucano Tradicional, el Aguardiente Caucano Sin Azúcar y los escarchados de Anís, Menta y Curacao.

- **Estrategia de Venta mediante Ofertas Mercantiles”**

A 31 de diciembre de 2024, por ofertas mercantiles 1 y 2 se vendió el 85% de la venta total que fue de 3.203.464 unidades de botellas, estas cuantificadas en cajas tienen el siguiente balance:

ESTADO DE LAS VENTAS POR OFERTAS MERCANTILES A DICIEMBRE 31 DE 2024						
Distribuidores Oferta Mercantil 1	Oferta Mercantil 1	Total Caja	Total Cajas Nueva Oferta	%	Total comprada a 31 de dic	%
A	Oferta Inicial	60,000.00	30,000.00	50.00%	38,367.00	100%
B	Oferta Inicial	75,000.00	56,250.00	25.00%	56,250.00	100%
	Oferta Adicional		13,655.00		13,655.00	100%
C	Oferta Inicial	60,000.00	40,000.00	33.33%	40,000.00	100%
	Oferta Adicional		4,630.00		4,630.00	100%
D	Oferta Inicial	55,000.00	20,000.00	63.64%	20,000.00	100%



	Oferta Adicional		7,514.00		7,514.00	100%
E	Oferta Inicial	20,000.00	13,000.00	35.00%	13,000.00	100%
	Oferta Adicional		4,816.00		4,816.00	100%
F	Oferta Inicial	10,000.00	7,063.00	30.00%	7,063.00	100%
	SUBTOTAL OFERTA 1	280,000.00	216,928.00		205,295.00	
Distribuidores Oferta Mercantil 2	Oferta Mercantil 2	Total Caja Oferta Inicial	Total Cajas Nueva Oferta	%	Total Compra a 9 de Diciembre	%
G	Oferta Inicial	14,000.00	5,028.00	64.09%	5,028.00	100%
H	Oferta Inicial	6,500.00	5,182.00	20.28%	5,182.00	100%
I	Oferta Inicial	5,500.00	3,500.00	36.36%	3,500.00	100%
J	Oferta Inicial	5,500.00	1,503.00	88.18%	1,503.00	100%
K	Oferta Inicial	13,500.00	3,000.00	77.78%	3,000.00	100%
	Oferta Adicional	13,500.00	2,954.00	78.12%	2,954.00	100%
	SUBTOTAL OFERTA 2	58,500.00	21,167.00		21,167.00	
	SUBTOTAL OFERTAS	338,500.00	238,095.00	-	226,462.00	
	Nueva Oferta Ajustada				100%	
	Si la oferta inicial se mantuviera				67%	

Tabla 7: Ofertas Mercantiles

Fuente: Apoteosys

El 15% de las ventas alcanzadas corresponden a nuevos negocios, que equivalen a una venta de 475.958 botellas, el 14.8% de estas ventas es el resultado de estrategias de mercadeo implementadas en el segundo semestre de 2024, el 0.2% corresponde a las ventas realizadas en el Punto de Venta que se implementó en el segundo trimestre de la vigencia 2024.

Las ofertas iniciales concertaron ventas que fueron modificadas a solicitud de los distribuidores en una baja de cajas del 33% del total pactado, hecho que impactó la meta de venta de la vigencia.

La meta establecida luego del análisis del mercado local que se aprueba en Junta Directiva en el mes de diciembre de 2024 fue de 3.400.000 unidades de botellas 750 cc, meta que no alcanzó como se indicó en párrafos anteriores.



- **Estrategia de Venta T.A.T**

Esta estrategia desplegó la distribución de productos con un enfoque clave para promover y vender en todo el territorio de manera eficiente a través de puntos de venta en diferentes localidades. La venta T.A.T permitió llevar al barrio, a la cuadra, al a vecindad los productos más apetecidos por los consumidores caucanos, como el aguardiente tradicional, sin azúcar, saborizados en sus diferentes presentaciones.



Ilustración 8: Estrategia TAT

- **Estrategia de Venta de Articulación con Estanqueros de la Comuna 1 de Popayán.**

Esta estrategia permitió a los propietarios de estancos medianos y pequeños de la comuna 1 de la ciudad de Popayán, realizar compras directas a la industria licorera del Cauca.



Ilustración 9: Estrategia articulación estanqueros

- **Estrategia de Venta en Alianza con Grandes Superficies**

Esta estrategia permitió la distribución del Aguardiente Caucano en las tiendas de la cadena en el Departamento del Cauca. Esta articulación comercial facilita la compra de estos licores a los consumidores con mayor comodidad y tranquilidad.



Ilustración 10: Estrategias Grandes Superficies

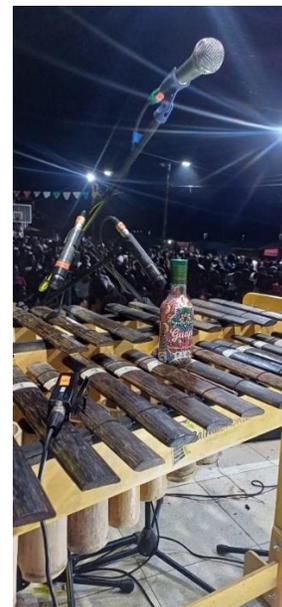
- **Estrategia de Fortalecimiento del Mercado Local**

En el marco la reactivación de zonas estratégicas se lideró una campaña de acompañamiento dirigida a clientes de ofertas mercantiles, propietarios de bares, discotecas, tenderos y estanqueros y alcaldías, en varios municipios de la región, este acompañamiento se dio a través de patrocinios, convenios, degustaciones, incentivación, mediante la entrega de material P.O.P entre otros.

- **Reactivación Zona Norte**



- **Reactivación Costa Cauca**



• ESTRATEGIA PIAMONTE



Ilustración 11: Estrategia Fortalecimiento de Mercado Local

- **Estrategia Alianza Comercial Mediante Tarjeta Digital Banco de Bogotá**

Con el objetivo de facilitar la compra de licores, y disminuir las limitantes que la crisis económica genera a los tenderos y estanqueros por falta de liquidez para surtir sus negocios con licores, la Industria Licorera del Cauca y el Banco de Bogotá signaron una alianza estratégica que generó la facilidad de adquisición de la Tarjeta Virtual por parte de tenderos y estaqueros o pequeños distribuidores permitiendo la compra de los productos con facilidades de pago.

Beneficios de la Tarjeta Virtual:

- **Comodidad:** Los clientes pueden adquirir el Aguardiente Caucano sin necesidad de desplazarse a puntos de venta físicos.
- **Seguridad:** La tarjeta virtual ofrece una forma segura de realizar transacciones en línea.
- **Accesibilidad:** Disponible para todos los clientes del Banco de Bogotá, facilitando el acceso al producto.



Ilustración 12: Estrategia Alianza Banco Bogotá

- **Estrategia Punto de Venta Caucano.**

Mediante la emisión de la resolución 0167 del 12 de marzo del 2024, por medio del cual se crea el punto de venta al detal de los productos de la industria licorera del Cauca, como estrategia de aumentar las ventas, para la vigencia 2024 se obtuvo la venta de aproximadamente 500 cajas convertidas a 750 c.c. de los productos de la



Industria Licorera del Cauca. Gracias a las acciones estratégicas desde marketing y comunicaciones se logró interactuar directamente con el consumidor final, por medio de concursos, obsequios y entrega de entradas a los diferentes conciertos patrocinados por la Industria Licorera del Cauca.



Ilustración 13: Estrategia Punto de Venta Caucano

- Estrategias de Participación en eventos de Tradición Regional:
- Semana Santa, Festival Gastronómico y Tablados Decembrinos

Se participó activamente en dos de los eventos tradicionales del departamento del Cauca: Semana Santa y Festival Gastronómico. Con la instalación de puntos de venta se generó identidad y reconocimiento de la Industria Licorera del Cauca, desplegando a propios y visitantes el portafolio de productos.





Ilustración 14: Estrategia Participación en Eventos

En alianza comercial estratégica con Radio 1 se logró implementar acciones para promover el consumo y la rotación de productos durante las festividades decembrinas.



- **Estrategia de Incentivos a Distribuidores- Entregas de Material Pop**

Una estrategia de material POP exitosa para la industria licorera del Cauca fue centrarse en la visibilidad, la conexión cultural con la región y la creación de experiencias que atraigan al consumidor en. Con un diseño atractivo y promociones adecuadas, puedes aumentar tanto el reconocimiento de la marca como las ventas en la región, el material publicitario P.O.P con el propósito de respaldar el proceso de comercialización, llevando a cabo diversas actividades destinadas a fortalecer el posicionamiento y la recordación de la marca de la industria licorera del cauca. Bajo el proceso contractual 081 del 2024 se adquirió estos materiales para fortalecer todas las acciones de mercadeo.



Ilustración 15: Estrategia Incentivos a Distribuidores

Estrategia de Venta con Bonificación

Como estrategia de estimular y reconocer la fidelidad de nuestros clientes de Ofertas Mercantiles, la Industria Licorera del Cauca no sólo debe atraer a los consumidores, sino también a los grandes, medianos y pequeños distribuidores, creando un vínculo emocional con ellos, promoviendo la cultura y el patrimonio de la región. Ofreciendo descuentos atractivos, promociones de temporada, ofertas combinadas y fidelización ayudará a aumentar las ventas y a consolidar tu marca como un referente en la industria licorera.

- El impacto de las bonificación es significativo en materia financiera, especialmente en la carga impositiva (AD valorem, Específico e IVA)



- Durante la vigencia 2024 se dio cumplimiento a las bonificaciones de la vigencia 2023 Bon 23 reconocidas en la vigencia 2024. Las bonificaciones de la Vigencia Bon Exp y Bon 24, que corresponden a las ventas Ex Works y a las ventas de Teetrapak por la campaña pague 12 lleve 13 respectivamente.
- El total de las bonificaciones asciende a la suma de: DOS MIL SETECIENTOS CUARENTA Y CUATRO MILLONES TRESCIENTOS DIEZ Y NUEVE MIL NOVENTA Y TRES PESOS M/CTE 2,744,319,093, cifra que impacta notablemente el presupuesto para la implementación de las estrategias de mercadeo y comercialización.

INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA

NIT. 891500719-5



	BEX4		BM23		BON4		Total Suma de Cantidad Unidades	Total Suma de VALOR_TOTAL_CON_IMPTOS
Descripción	Suma de Cantidad Unidades	Suma de VALOR_TOTAL_CON_IMPTOS	Suma de Cantidad Unidades	Suma de VALOR_TOTAL_CON_IMPTOS	Suma de Cantidad Unidades	Suma de VALOR_TOTAL_CON_IMPTOS		
AGUARDIENTE CAUCANO SIN AZUCAR 1000 CC TETRAPACK			708	15,823,800	99	2,212,650	807	18,036,450
AGUARDIENTE CAUCANO TRADICIONAL 1000 CC TETRAPACK			15,864	347,405,736	2,323	50,915,175	18,187	398,320,911
AGUARDIENTE SIN AZUCAR 375			14,040	120,758,040			14,040	120,758,040
AGUARDIENTE SIN AZUCAR 750			9,000	154,107,000			9,000	154,107,000
AGUARDIENTE SIN AZUCAR. 1750 X 6			780	31,034,640			780	31,034,640
AGUARDIENTE TRADIC. 1750 X 6			3,360	130,833,540			3,360	130,833,540
AGUARDIENTE TRADIC. 375 x 24			126,720	1,064,954,880			126,720	1,064,954,880
AGUARDIENTE TRADIC. 750 CC EXPORT.	1,092	-					1,092	-
AGUARDIENTE TRADIC. 750 X 12	5,364	2,157,600	49,248	824,116,032			54,612	826,273,632
Total general	6,456	2,157,600	219,720	2,689,033,668	2,422	53,127,825	228,598	2,744,319,093

Tabla 8: Estrategia Bonificaciones 2.024

Como estrategia de estimular y reconocer la fidelidad de nuestros clientes de Ofertas Mercantiles, la Industria Licorera del Cauca no sólo debe atraer a los consumidores, sino también a los grandes, medianos y pequeños distribuidores, creando un vínculo emocional con ellos, promoviendo la cultura y el patrimonio de la región. Ofreciendo descuentos atractivos, promociones de temporada, ofertas combinadas y fidelización ayudará a aumentar las ventas y a consolidar tu marca como un referente en la industria licorera.

- **Estrategias Anticontrabando**

Como estrategia de prevención de ventas y comercialización de licores que no están permitidos en el Departamento, la industria licorera del Cauca trabaja en conjunto con la institucionalidad local y realiza las acciones desde control de calidad para el desarrollo de campañas con enfoque integral que involucre a todos los actores de la cadena institucional, productiva y comercial, desde los productores y distribuidores hasta los consumidores y las autoridades. El uso de tecnologías de rastreo, el fortalecimiento de la colaboración con las autoridades locales, y la concientización pública son piezas clave de esta estrategia. Con el tiempo, esta lucha puede contribuir a la creación de un mercado más justo, seguro y transparente para la industria licorera.



Ilustración 16: Estrategia Anticontrabando

Adicionalmente, se han generado reuniones con Fuerza Pública para aunar esfuerzos que permitan disminuir el tráfico de Licor adulterado en el Departamento del Cauca.



Ilustración 17: Articulación Interinstitucional

- Estrategia de Patrocinio, Degustaciones y Convenios



Ilustración 18: Mapeo Estrategia de Patrocinios

En el desarrollo de acciones para mejorar las ventas, posicionamiento y recordación la marca de licores, la Industria Licorera del cauca realizó apoyos importantes en eventos en el departamento del Cauca haciendo presencia en eventos, celebraciones, carnavales, ferias, conciertos, bingos, fiestas patronales, entre otros con una inversión total de TRES MIL QUINIENTOS SETENTA Y TRES MILLONES DOSCIENTOS CATORCE MIL SEISCIENTOS TREINTA Y CINCO PESOS (\$3.573.214.635).

La estrategia se implementó en 38 municipios del departamento del Cauca.

DISTRIBUCIÓN DE PATROCINIOS POR MUNICIPIOS DEL CAUCA VIGENCIA 2024.		
N°	Municipio	Suma de Cantidad Unidades Botella 750 c.c.
1	ALMAGUER	1.416,00
2	ARGELIA	4.368,00
3	BALBOA	6.096,00
4	BOLIVAR	8.184,00
5	BUENOS AIRES	1.260,00
6	CAJIBIO	3.432,00
7	CALDONO	2.448,00
8	CALOTO	192,00
9	CORINTO	228,00
10	EL TAMBO	6.252,00
11	FLORENCIA	2.160,00
12	GUAPI	468,00
13	INZA	1.128,00
14	JAMBALO	1.620,00
15	LA SIERRA	2.208,00
16	LA VEGA	11.220,00
17	MERCADERES	4.008,00
18	MIRANDA	108,00
19	MORALES	2.196,00
20	PADILLA	204,00
21	PAEZ	948,00
22	PATIA	7.320,00
23	PIAMONTE	984,00
24	PIENDAMO	5.232,00
25	POPAYAN	60.703,00
26	PUERTO TEJADA	324,00
27	PURACE	1.740,00
28	ROSAS	2.520,00
29	SAN SEBASTIAN	1.908,00
30	SANTA ROSA	288,00
31	SANTANDER DE QUILCHAO	3.396,00
32	SILVIA	3.396,00
33	SOTARA	1.500,00
34	SUAREZ	960,00
35	SUCRE	2.832,00
36	TIMBIO	7.632,00
37	TOTORO	2.052,00
38	VILLA RICA	552,00
TOTAL GENERAL		163.483,00

Tabla 9: Distribución de Patrocinios por Municipio
Fuente: Software Apoteosys //Cauca-31-12- 2024.

El patrocinio representado en producto por tipo de licor tuvo mayor representación con el Tetrapack tradicional con 14,035 cajas y seguidamente con 468 cajas de aguardiente tradicional de 750 c.c.



El monto total base de recursos sin impuestos de los patrocinios, equivalente a \$ 533.367.600, correspondientes a 16.541 cajas 750 ml, durante las ferias y fiestas y diferentes estrategias comerciales del Cauca durante la vigencia.

- En convenios un total de 104.436 unidades en las diferentes presentaciones
- En degustaciones un total de 16.277 unidades en las diferentes presentaciones.
- En patrocinios un total de 42.770 unidades en las diferentes presentaciones

Con relación a Patrocinios realizados en dinero se hizo una inversión de DOSCIENTOS OCHENTA Y UN MILLONES NOVECIENTOS TRIENTA MIL PESOS (\$ 281.930.000) en efectivo, cifra corresponde a la suma de los recursos aprobados a través de actas del comité de mercadeo, para los diferentes eventos del departamento.

Municipio	Suma de Suma de Cantidad Unidades
BUENOS AIRES	1260
CALDONO	2448
CALOTO	192
CORINTO	228
MIRANDA	108
PADILLA	204
PUERTO TEJADA	324
SANTANDER DE QUILICHAO	3396
SUAREZ	960
VILLA RICA	552
Total general	9672

BALBOA	6096
BOLIVAR	8184
FLORENCIA	2160
LA VEGA	11220
MERCADERES	4008
PATIA	7320
SUCRE	2832
Total general	46188

Municipio	Suma de Suma de Cantidad Unidades
CAJIBIO	3432
EL TAMBO	6252
MORALES	2196
PIENDAMO	5232
POPAYAN	60643
PURACE	1740
TIMBIO	7632
Total general	87127

Municipio	Suma de Suma de Cantidad Unidades
ALMAGUER	1416
LA SIERRA	2208
LA VEGA	11220
ROSAS	2520
SAN SEBASTIAN	1908
SANTA ROSA	288
SOTARA	1500
Total general	21060

Municipio	Suma de Suma de Cantidad Unidades
ARGELIA	4368

Municipio	Suma de Suma de Cantidad Unidades
INZA	1128
PAEZ	948
TOTORO	2052
Total general	4128



Municipio	Suma de Suma de Cantidad Unidades
GUAPI	468
Total general	468

Total general	984
----------------------	------------

Tabla 10: Mapeo por Patrocinios

Municipio	Suma de Suma de Cantidad Unidades
PIAMONTE	984

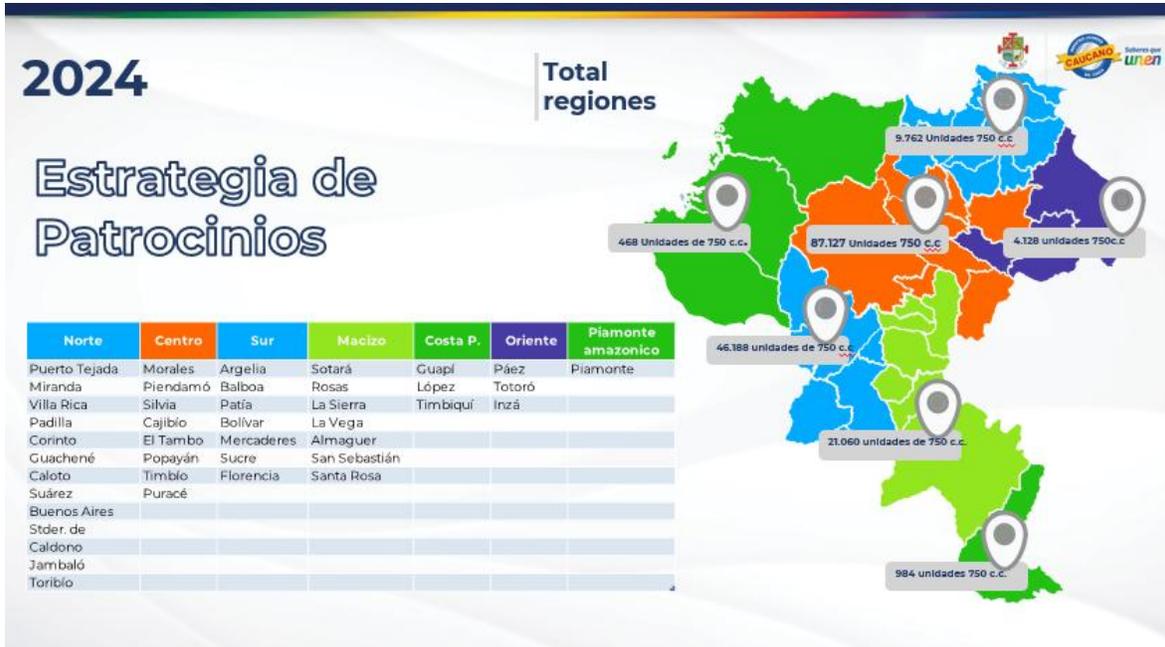


Tabla 11: Mapeo por Municipio



Consolidado patrocinios, convenios y degustaciones con corte al 31-12-2024

INFORME DE PATROCINIOS, CONVENIOS Y DEGUSTACIONES 01 DE ENERO A 31 DE DICIEMBRE 2024												
	Etiquetas de columna											
	Suma de Cantidad Unidades				Suma de IMPDET_BASE				Total Suma de Cantidad Unidades	Total Suma de IMPDET_BASE	CONVERSION DEL PRODUCTO A 750 ML	
PRODUCTO	CO24	CON4	DG24	PA24	CO24	CON4	DG24	PA24			Unidades 750 ml	Cajas 750 ml
AGUARDIENTE ANISADO LIMON 750 X 12	528		2.340	588	\$ 8.236.800		\$ 36.504.000	\$ 9.172.800	3.456	\$ 53.913.600	3456	288
AGUARDIENTE ANISADO MANDARINA 750 X 12	156		1.164	204	\$ 2.433.600		\$ 18.158.400	\$ 3.182.400	1.524	\$ 23.774.400	1524	127
AGUARDIENTE CAUCANO SIN AZUCAR 1000 CC TETRAPACK	4.752		696	1.812	\$ 60.350.400		\$ 8.839.200	\$ 23.012.400	7.260	\$ 92.202.000	9680	807
AGUARDIENTE CAUCANO TRADICIONAL 1000 CC TETRAPACK	80.988		7.140	38.186	\$ 1.020.448.800		\$ 89.964.000	\$ 481.143.600	126.314	\$ 1.591.556.400	168419	14035
AGUARDIENTE SIN AZUCAR 375			24				\$ 211.200		24	\$ 211.200	12	1
AGUARDIENTE SIN AZUCAR 750	120		72	24	\$ 1.992.000		\$ 1.195.200	\$ 398.400	216	\$ 3.585.600	216	18
AGUARDIENTE SIN AZUCAR PET 375 X 24	360		72	312	\$ 3.132.000		\$ 626.400	\$ 2.714.400	744	\$ 6.472.800	372	31
AGUARDIENTE TRADIC. 1750 X 6			6				\$ 205.200		6	\$ 205.200	14	1
AGUARDIENTE TRADIC. 375 x 24	7.920		72		\$ 64.944.000		\$ 590.400		7.992	\$ 65.534.400	3996	333
AGUARDIENTE TRADIC. 375 X 24 MUNICIPIOS			48	96			\$ 393.600	\$ 787.200	144	\$ 1.180.800	72	6
AGUARDIENTE TRADIC. 750 X 12	1.260	2.520	1.800	36	\$ 19.530.000	\$ 39.060.000	\$ 27.900.000	\$ 558.000	5.616	\$ 87.048.000	5616	468
AGUARDIENTE TRADIC. PET 375 X 24	5.832		2.640	1.512	\$ 47.822.400		\$ 21.648.000	\$ 12.398.400	9.984	\$ 81.868.800	4992	416
CREMA ANIS ESCARCHADA 375 X 6			63				\$ 982.800		63	\$ 982.800	32	3
CREMA CURACAO ESCARCHADA 375X 6			42				\$ 659.400		42	\$ 659.400	21	2
CREMA MENTA ESCARCHADA 375X 6			56				\$ 851.200		56	\$ 851.200	28	2
GINEBRA VIKER'S 750 X 6			42				\$ 1.967.280		42	\$ 1.967.280	42	4
Total general	101.916	2.520	16.277	42.770	\$ 1.228.890.000	\$ 39.060.000	\$ 210.696.280	\$ 533.367.600	163.483	\$ 2.012.013.880	198.491	16.541

Tabla 12: Consolidado patrocinios, convenios y degustaciones con corte al 31-12-2024

Fuente: Apoteosys- Oficina de control interno 2024.



Gobernación del Cauca



Durante el año 2024, se implementó un programa de actividades de mercadeo de frecuencia semanal, cuyo objetivo principal fue fortalecer la marca y el posicionamiento del producto en el mercado, de igual manera es muy importante la participación activa y comprometida de los trabajadores Sindicalizados y algunos de contrato de termino fijo quienes se desempeñaron como coordinadores del programa comercial, se logró un alcance significativo en diversos municipios del departamento. Los resultados de esta iniciativa son evidentes y satisfactorias, con un total de 709 actividades ejecutadas a lo largo de la vigencia.

Cuadro 7.3 programación de actividades de mercadeo División Comercialización, corte al 31 de diciembre del 2024.

Enero	programación de actividades de mercadeo División Comercialización	No. eventos
	Radicado 0014 del 05 al 10 de enero 2024	36
	Radicado No. 0120 del 27 al 29 de enero del 2024	5
	Radicado No.0075 del 19 al 22 enero del 2024	8
		49

Febrero	programación de actividades de mercadeo División Comercialización	No. eventos
	Radicado No. 0144 del 02 al 05 febrero del 2024	15
	Radicado No. 0170 del 10 al 12 de febrero -2024	6
	Radicado No. 0190 del 17 al 19 de febrero del 2024	17
	Radicado No. 0206 del 23 al 26 de febrero del 2024	17
	55	

Marzo	programación de actividades de mercadeo División Comercialización	No. eventos
	Radicado No. 0220 del 02 al 05 marzo del 2024	26
	Programación del 8 al 11 marzo-2024	29
	Radicado No. 0265 del 16 al 18 de marzo del 2024	17
	Radicado No.0283 del 22 al 25 marzo-2024	5
	77	

Abril	programación de actividades de mercadeo División Comercialización	No. eventos
	programación del 06 al 07 de abril 2024	2
	Radicado No. 0347 del 13 al 14 de abril 2024	9
	programación del 20 al 21 de abril 2024	7
	Radicado No.0396 del 27 al 30 de abril 2024	17
	35	

Mayo	programación de actividades de mercadeo División Comercialización	No. eventos
	Radicado No. 0419 del 04 al 06 mayo del 2024	4
	Radicado No. 0428 del 10 al 13 de mayo -2024	23
	Radicado No. 0435 del 18 al 20 de febrero 2024	4
	Radicado No. 0454 del 25 al 27 de mayo 2024	6
	Radicado No. 0556 del 31 mayo al 2 junio 2024	15
	52	

Junio	programación de actividades de mercadeo División Comercialización	No. eventos
	Radicado No. 0569 del 08 al 10 junio del 2024	16
	Radicado No. 0588 del 15 al 17 junio del 2024	22
	Radicado No. 0603 del 22 al 24 de junio 2024	4
	Radicado No.0620 del 28 al 30 de junio al 1 julio del 2024	23
	65	

JULIO	programación de actividades de mercadeo División Comercialización	No. eventos
	Radicado No. 0667 del 10-11 al 16 julio del 2024	20
	Radicado No. 0692 del 19 al 22 julio del 2024	20
	Radicado No. 712 del 26 al julio 27 del 2024	10
	50	

AGOSTO	programación de actividades de mercadeo División Comercialización	No. eventos
	Radicado No. 0732 del 01 al 06 agosto del 2024	17
	Radicado No. 0764 del 10 al 12 agosto del 2024	9
	Radicado No. 0782 del 16 al 20 agosto del 2024	13
	Radicado No. 0794 del 24 al 26 agosto del 2024	17
	Radicado No. 0900 del 31 y 03 de sept del 2024	15
	71	

Septiembre	programación de actividades de mercadeo División Comercialización	No. eventos
	Radicado No. 0920 del 05 al 08 septiembre del 2024	3
	Radicado No. 0943 del 14 al 16 septiembre del 2024	4
	Radicado No. 0953 del 20 al 22 septiembre del 2024	23
	Radicado No. 0981 del 28 al 30 septiembre del 2024	22
	52	

Octubre	programación de actividades de mercadeo División Comercialización	No. eventos
	Del 05 al 07 octubre del 2024	19
	Radicado No. 1005 del 12 al 14 de octubre del -2024	18
	Del 17 al 20 de octubre del 2024	25
	Del 26 al 28 de octubre del 2024	5
	67	

Noviembre	programación de actividades de mercadeo División Comercialización	No. eventos
	Radicado No. 1042 del 31 de octubre al 05 de noviembre del 2024	23
	Del 09 al 12 de diciembre del 2024	16
	Del 16 al 18 de noviembre del 2024	15
	54	

Diciembre	programación de actividades de mercadeo División Comercialización	No. eventos
	Del 30 de noviembre al 02 de diciembre	29



Gobernación del Cauca



Del 06 al 09 de diciembre del 2024	10
Del 07 al 08 de diciembre del 2024	1
Del 13 al 16 de diciembre del 2024	31
Del 21 al 23 de diciembre del 2024	8
Del 27 al 28 de diciembre del 2024	3
	82

Total, de eventos con corte al 31 de diciembre del 2024	709
--	------------

Tabla 13: Programa actividades división comercialización 2024.

Fuente: División comercialización IL Cauca.

Como estrategias importantes para realizar el posicionamiento y la recordación de nuestra marca fue necesario realizar procesos contractuales como:

Nº CONTRATO	OBJETO	VALOR
NO. 013-2025 NO. 107-2025	EL CONTRATISTA SE OBLIGA CON LA INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA A LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE PERSONAL EN MISIÓN (IMPULSORAS) PARA ATENDER TAREAS DE APOYO QUE SURGEN DE LAS ACCIONES INTERNAS DE LA INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA EN EL TEMA DE IMPULSO, EN POSICIONAMIENTO DE LA MARCA, PROMOCIÓN DE PRODUCTOS Y DEGUSTACIÓN DE LOS MISMOS.	\$175.000.000
NO. 036-2025	CONTRATAR LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS ARTÍSTICOS, EN EL DISEÑO Y DECORACIÓN PARA LOS STAND CON MIRAS A LA PARTICIPACIÓN DE LA INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA EN LOS DIFERENTES EVENTOS EN LOS QUE HAGA PRESENCIA.	\$22.500.000
NO. 046-2025	CONTRATAR UN OPERADOR LOGÍSTICO PARA PRESTAR LOS SERVICIOS DE PRESENTADOR DE EVENTOS, PRESENTACIÓN MUSICAL DE SOLISTA CANTANTE O INSTRUMENTAL, CANTANTE CON PISTA, DUETOMUSICAL (CANTANTE/GUITARRISTA, TRIO MUSICAL, CUARTETO MUSICAL, QUINTETO MUSICAL, ORQUESTAS LOCALES DE 11 MÚSICOS, PARA LA REALIZACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LOS DIFERENTES EVENTOS APOYADOS POR LA INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA.	\$50.000.000
NO. 049-2025	CONTRATAR EL SERVICIO DE AMPLIFICACIÓN DE SONIDO PARA AMENIZAR, APOYAR Y PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA EN LOS DIFERENTES EVENTOS PROPIOS DE LA EMPRESA Y/O PATROCINADOS EN EL DEPARTAMENTO DEL CAUCA Y POPAYÁN COMO CIUDAD CAPITAL	\$50.000.000
NO. 055-2025	CONTRATAR EL SUMINISTRO DEL MATERIAL PUBLICITARIO IMPRESO, LITOGRAFICO Y DIGITAL PARA LAS DIFERENTES CAMPAÑAS INSTITUCIONALES, COMERCIALES Y PUBLICITARIAS DE LA INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA	\$265.000.000
NO. 069-2025	EL CONTRATISTA SE OBLIGA CON LA INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA A LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE TRANSPORTE PÚBLICO TERRESTRE AUTOMOTOR ESPECIAL PARA TRANSPORTAR A FUNCIONARIOS, PERSONAL EN MISIÓN O TRABAJADORES CONVENCIONADOS DE LA INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA, QUIENES REALIZARÁN LABORES DE MERCADEO, PROMOCIÓN, DEGUSTACIÓN, POSICIONAMIENTO DE MARCA, APOYO EN LAS VENTAS DE LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA A CLIENTES Y DISTRIBUIDORES DE LOS DIFERENTES MUNICIPIOS DEL DEPARTAMENTO DEL CAUCA O DONDE SE REQUIERAN EN EL TERRITORIO NACIONAL Y EVENTUALMENTE PARA EL	\$275.000.000



	CUMPLIMIENTO DE GESTIONES ADMINISTRATIVAS O EN CUMPLIMIENTO DE LA CLÁUSULA 38 DE LA CONVENCIÓN COLECTIVA DE TRABAJO, CUANDO EL PARQUE AUTOMOTOR DE LA INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA NO ESTÉ DISPONIBLE, PARA LA VIGENCIA 2024”	
NO. 081-2025	CONTRATAR LA COMPRA-VENTA DE MATERIAL PUBLICITARIO P.O.P. CON EL PROPÓSITO DE RESPALDAR EL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN, LLEVANDO A CABO DIVERSAS ACTIVIDADES DESTINADAS A FORTALECER EL POSICIONAMIENTO Y LA RECORDACIÓN DE LA MARCA DE LA INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA.	\$311.424.000

Tabla 14: Contratación Estrategias de Comercialización

- **Estrategia de Venta de Licores Saborizados**

Los productos saborizados han sido objeto de estrategias de mercadeo para hacerlos conocer y posicionarlos en el mercado local. Como puede observarse, las ventas de estos incrementaron notablemente en la vigencia 2024 respecto de las vigencias 2023 y 2022. El saborizado de limón incrementa de 2022 a 2023 en el 92% y del 2023 al 2024 el 82% mientras que el saborizado de mandarina disminuye en 6% de 2022 a 2023 pero incrementa en 186% de 2023 a 2024.

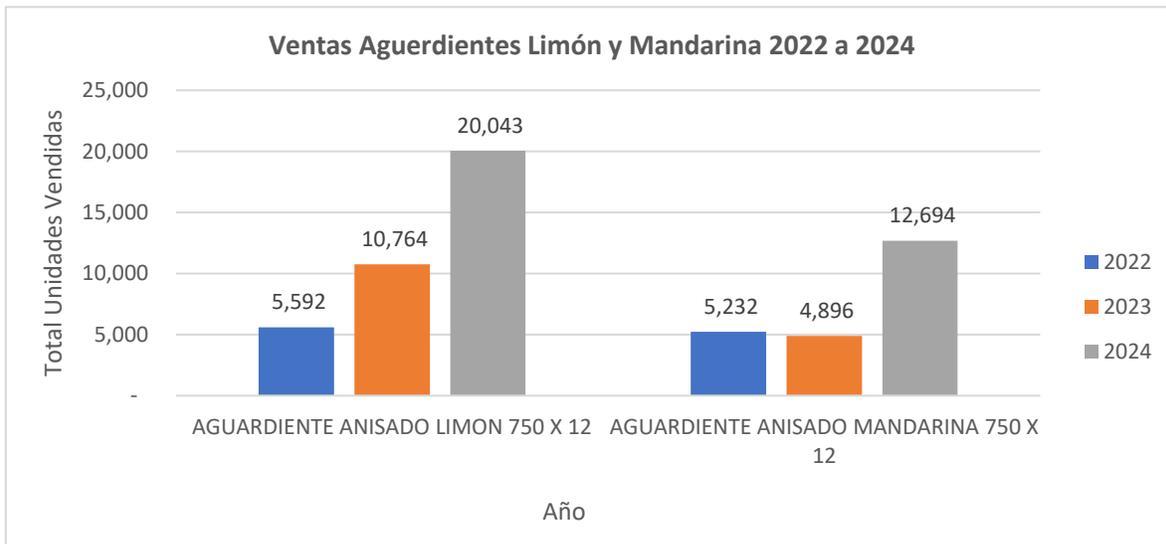


Ilustración 19: Venta de Aguerdientes Saborizados 2.024

- **Estrategia de Apertura a Nuevos Mercados**

Estrategia de Apertura de Mercados a Otros Departamentos OD

Como fase preparatoria y de alistamiento para penetrar a mercados en Otros Departamentos OD, se realizó la estrategia de indagación de mercados para la activación de productos de la Industria Licorera del Cauca el departamento

del Quindío en el mes agosto de 2024 en Montenegro, Armenia, Salento Circasia.



Ilustración 20 Estrategia de Apertura de Mercados OD-Quindío Agosto 2024

Estrategia de Apertura de Mercados con Destino a Exportación

Visionando la conquista de mercados internacionales como una oportunidad para trascender fronteras con los productos de la Industria Licorera del Cauca, se avanzó, en las fases iniciales de ventas con destino a exportación a través de la modalidad de **EX WORKS (EXW)** de los **Incoterms** (International Commercial Terms), modalidad que define responsabilidades precisas del vendedor en razón a que éste solo tiene la obligación de poner la mercancía a disposición del comprador en su fábrica, almacén o punto acordado. Desde ese momento, el comprador asume todos los costos y riesgos relacionados con el transporte, exportación, importación y entrega final. Adicionalmente con el acompañamiento de Procolombia se avanzó en el establecimiento de los procedimientos que en el marco de la legalidad debe realizar la factoría para exportar sus productos.



Ilustración 21 Cargue de Producto con Destino a Exportación Modalidad Ex Works

3. GESTIÓN DE LA DIVISION PLANEACION

Perspectiva Procesos Internos:

Dimensión:

Política:

**PRODUCIMOS LICORES CON LA FUERZA
QUE NOS UNEN**

**DIMENSION DIRECCIONAMIENTO
ESTRATEGICO**

**POLITICA DE PLANEACION
|INSTITUCIONAL**

**POLITICA DE COMPRAS Y |
|CONTRATACION PÚBLICA**

POLITICA DE SERVICIO CIUDADO

**POLITICA DE TRANSPARENCIA, ACCESO
A LA INFORMACION PUBLICA Y LUCHA
CONTRA LA CORRUPCION**

**POLITICA DE FORTALECIMIENTO
INSTITUCIONAL Y SIMPLIFICACION DE
PROCESOS**

**POLITICA DE RACIONALIZACION DE
TRÁMITES**

POLITICA DE SEGURIDAD

POLITICA DE GOBIERNO DIGITAL

GOBIERNO DIGITAL

POLITICA DE SEGUIMIENTO Y

EVALUACION DE RESULTADOS

**100% PORCENTAJE DE SEGUIMIENTO A
LA EJECUCIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO
Y EL CUMPLIMIENTO DE SUS METAS Y A
LOS PLANES DE ACCIÓN ALINEADOS Y
ARTICULADOS**

Meta 2024 PLANEACION:

Meta Alcanzada 2024:

100%

La gestión de la División de Planeación presenta resultados de un ejercicio riguroso de revisión y articulación de instrumentos de planeación para replantear la plataforma estratégica de la empresa y enfocar la planeación hacia el crecimiento empresarial en clave de la apertura de mercados y las nuevas dinámicas del consumo y preferencia de licores.

Este ejercicio permitió trazar las líneas estratégicas que optimicen los recursos y potencien las acciones misionales para que la empresa logre sostenibilidad, innove e incursione en nuevos mercados nacionales e internacionales. Se realizó un ejercicio de autocontrol o autoevaluación en el que se tomaron los aspectos que integran la norma internacional referida anteriormente. Para ello, se elaboró un instrumento que recopilara cada uno de los requisitos que integran la Norma ISO 9001:2015 y que estos apliquen a la naturaliza de la empresa (Industrial, comercial del estado). Posterior a ello, se generaron acciones de revisión, análisis y ajuste tanto a la documentación que soporta e integra el Sistema de Gestión de la Calidad; como a las acciones que nuestro personal realizaba bajo los procesos, procedimientos, formatos, instructivos y demás documentación.

En junio de 2024, se recibió el ejercicio de verificación a los requisitos establecidos para mantener la certificación de Seguimiento 1, y del cual se obtuvo el concepto de CONFORMIDAD de Sistema de Gestión de Calidad de la Industria Licorera del Cauca, por parte de la empresa auditora BUREAU VERITAS.

INVENTARIO DE DOCUMENTOS QUE HACEN PARTE DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD (INTRANET)

Documentos	2004	2007	2010	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	TOTAL	%
Documentos					2	3	3	1	1	6	3	2	14	15	8	55	113	23,06
Caracterización					1							1	2	4	1	0	9	1,84
Procedimientos			9		1		2	1		1		5	19	23	6	32	99	20,20
Formatos			6	2		5	9	10	5	5	29	4	35	33	7	69	219	44,69
Instructivos	1	1	2	1	3			1			1		7	2	19	12	50	10,20
TOTAL	1	1	17	3	6	9	14	13	6	12	33	12	77	77	41	168	490	100,0
%	0,20	0,20	3,47	0,61	1,22	1,84	2,86	2,65	1,22	2,45	6,73	2,45	15,7	15,7	8,37	34,3	100,00	

Ilustración 22: Inventario Documental - SGC 2.024

Hacer seguimiento y evaluar los procesos y procedimientos conforme a la norma ISO 9001:2025

Sub-proceso	2004	2007	2010	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	TOTAL	%
Mantenimiento	1				2		1	1		3	1	1	1	4	3	4	22	4,5
Producción		1											40	2	8	21	72	14,7
Talento Humano			14	3	1	6	13	10	2		6	1	5	3	1	2	67	13,7
Talento Humano - SST									3		17						20	4,1
Talento Humano - Bienestar																3	3	0,6
Administrativa											1			1	1		3	0,6
Administrativa - Distribución			1			1								4		3	9	1,8
Administrativa - Almacenamiento					1									7		2	10	2,0
Administrativa - Gestión Documental											4			5		1	10	2,0
Planeación												4	5	6	3	1	19	3,9
SGC			1			1		1		1	1	3		8	1	1	18	3,7
Gestión Tecnológica													1	11	1	3	16	3,3
Financiera													3				3	0,6
Financiera - Contabilidad													7		1		8	1,6
Financiera - Presupuesto															1		1	0,2
Financiera - Tesorería													2	1	1	5	9	1,8



Gobernación del Cauca



Sub-proceso	2004	2007	2010	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	TOTAL	%
Financiera - Facturación y Venta			1			1			1	2							5	1,0
Control Interno										6	1		2	4		4	17	3,5
Control de Calidad					2			1			1		2		13	108	127	25,9
Direccionamiento Institucional											1		2	8	2		13	2,7
Jurídica												3	5	10		1	19	3,9
Comercialización													2	1	5	7	15	3,7
Comunicaciones y Publicidad														2		2	4	0,8
TOTAL	1	1	17	3	6	9	14	13	6	12	33	12	77	77	41	168	490	100
%	0,20	0,20	3,47	0,61	1,22	1,84	2,86	2,65	1,22	2,45	6,73	2,45	15,71	15,71	8,37	34,29	100,00	

Tabla 15: Seguimiento Documental ISO 9001

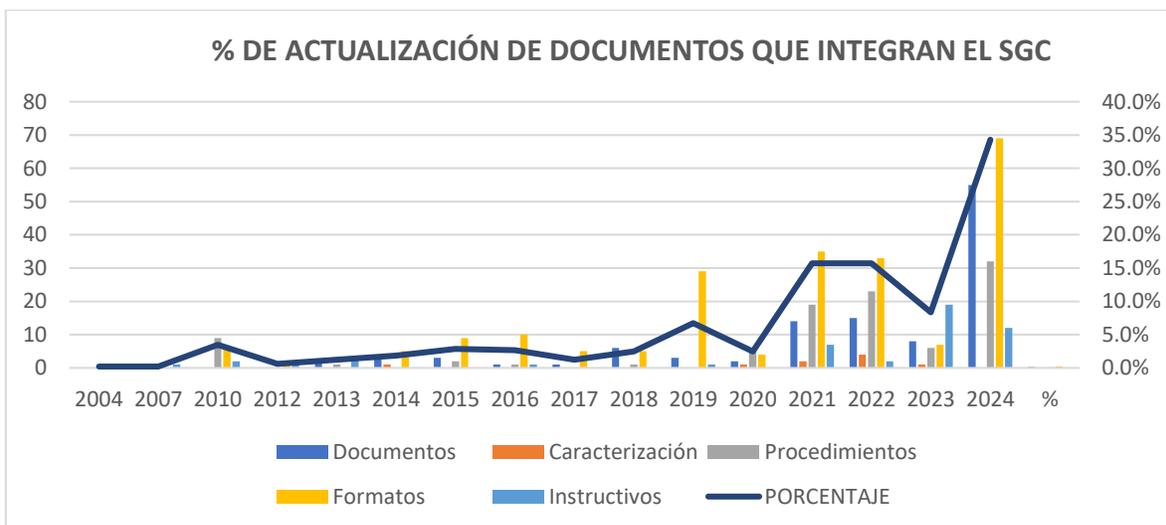


Ilustración 23: Porcentaje Actualización de Documentos

Como se puede apreciar en la Gráfica, el porcentaje de actualización realizada durante la vigencia 2024 fue del 34,29% comparando la totalidad de documentos que hacen parte del Sistema Integrado de Planeación y Gestión (INTRANET). Sin embargo, es importante manifestar que se debe realizar una actualización de la documentación de aquellos procesos que registran documentos formalizados entre las vigencias 2.004 a 2.020; los cuales suman un total de 127 documentos y que equivalen al 25,92% de la documentación total del Sistema de Gestión de Calidad

Se logró documentar los soportes y evidencias del MIPG conforme al Decreto 1499 de 2017 (Políticas, Programas, Formatos, autodiagnósticos, caracterizaciones, etc.)



Gobernación
del Cauca

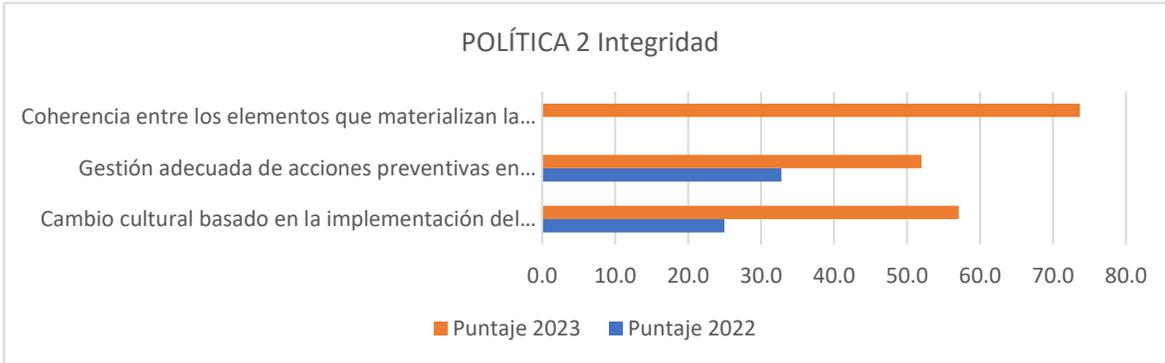
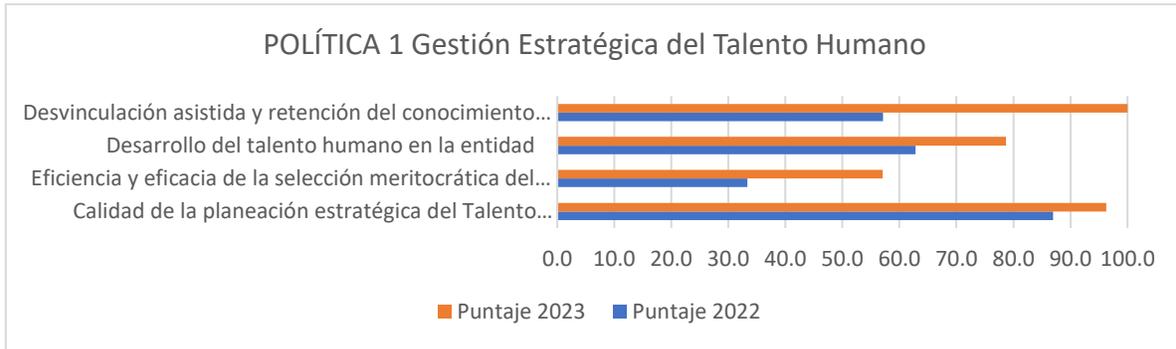


DIMENSION	P. D 2022	P.D2023	POLITICA	P.P 2022	P.P 2023		
DIMENSIÓN TALENTO HUMANO	50,3	76	TALENTO HUMANO	68,3	84,1		
DIMENSIÓN TALENTO HUMANO			INTEGRIDAD	42,2	70,1		
DIMENSIÓN DIRECCIONAMIENTO ESTARTEGICO Y PLANEACION	88,5	85	PLANEACION INSTITUCIONAL	89,8	84,2		
DIMENSIÓN DIRECCIONAMIENTO ESTARTEGICO Y PLANEACION			GESTION PRESUPUESTAL Y EFICIENCIA DEL GASTO PUBLICO	NA	NA		
DIMENSIÓN DIRECCIONAMIENTO ESTARTEGICO Y PLANEACION			COMPRAS Y CONTRATACIÓN PÚBLICA	83,3	NA		
DIMENSIÓN GESTION CON VALORES PARA RESULTADOS	74,7	71	FORTALECIMIENTO ORGANIZACIONAL Y SIMPLIFICACION DE PROCESOS	82,3	87,9		
DIMENSIÓN GESTION CON VALORES PARA RESULTADOS			GOBIERNO DIGITAL	66,5	38,7		
DIMENSIÓN GESTION CON VALORES PARA RESULTADOS			SEGURIDAD DIGITAL	60,6	53,6		
DIMENSIÓN GESTION CON VALORES PARA RESULTADOS			DEFENSA JURIDICA	NA	NA		
DIMENSIÓN GESTION CON VALORES PARA RESULTADOS			MEJORA NORMATIVA	NA	NA		
DIMENSIÓN GESTION CON VALORES PARA RESULTADOS			SERVICIO AL CIUDADANO	80,6	90,9		
DIMENSIÓN GESTION CON VALORES PARA RESULTADOS			RACIONALIZACION DE TRÁMITES	NA	NA		
DIMENSIÓN GESTION CON VALORES PARA RESULTADOS			PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN LA GESTIÓN PÚBLICA	92,6	86,0		
DIMENSIÓN EVALUACION DE RESULTADOS			87,7	84,7	SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO INSTITUCIONAL	87,7	84,7
DIMENSIÓN INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN			65,9	69	TRANSPARENCIA, ACCESO A LA INFORMACIÓN Y LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN	69,3	70,0
DIMENSIÓN INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	GESTIÓN DOCUMENTAL	52,8			63,7		

DIMENSION	P. D 2022	P.D2023	POLITICA	P.P 2022	P.P 2023
DIMENSIÓN INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN			GESTION DE LA INFORMACIÓN ESTADISTICA	NA	NA
GESTIÓN DE CONOCIMIENTO E INNOVACIÓN	61,3	55,4	GESTIÓN DE CONOCIMIENTO	61,3	55,4
DIMENSION CONTROL INTERNO	80,8	88,2	CONTROL INTERNO	80,8	88,2

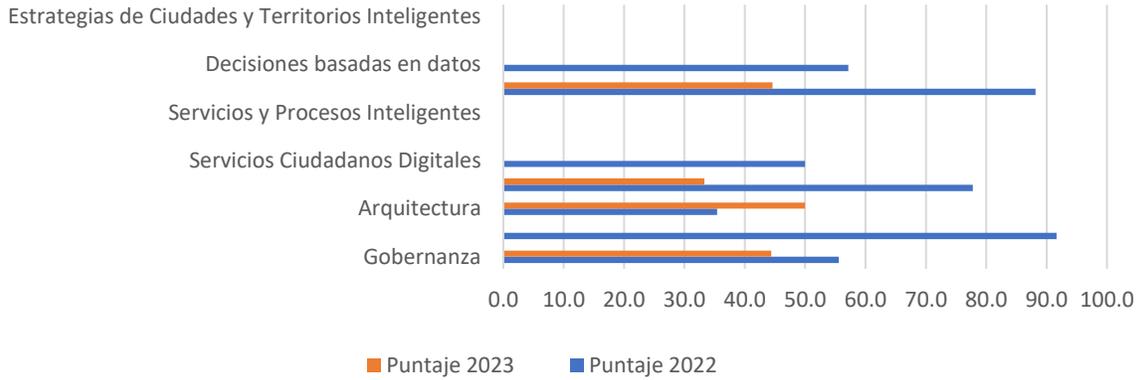
Tabla 16: Relación Documental MIPG

RESULTADOS POR POLÍTICA

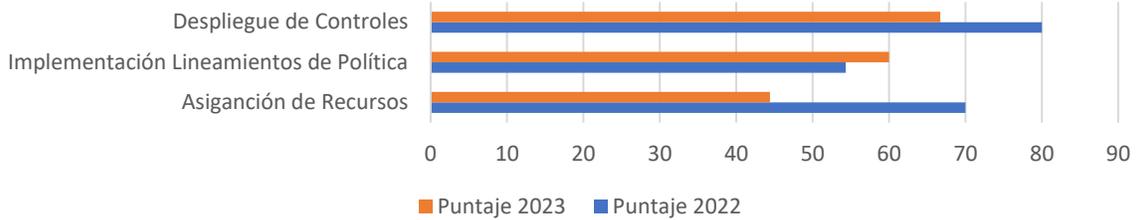


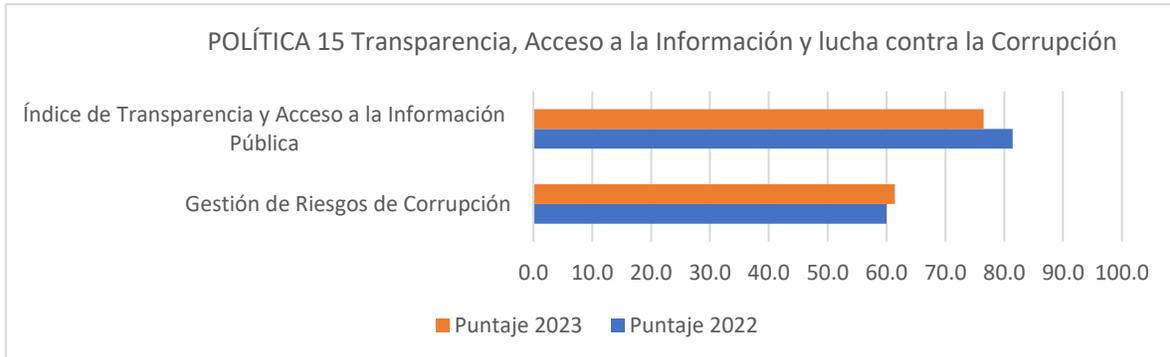
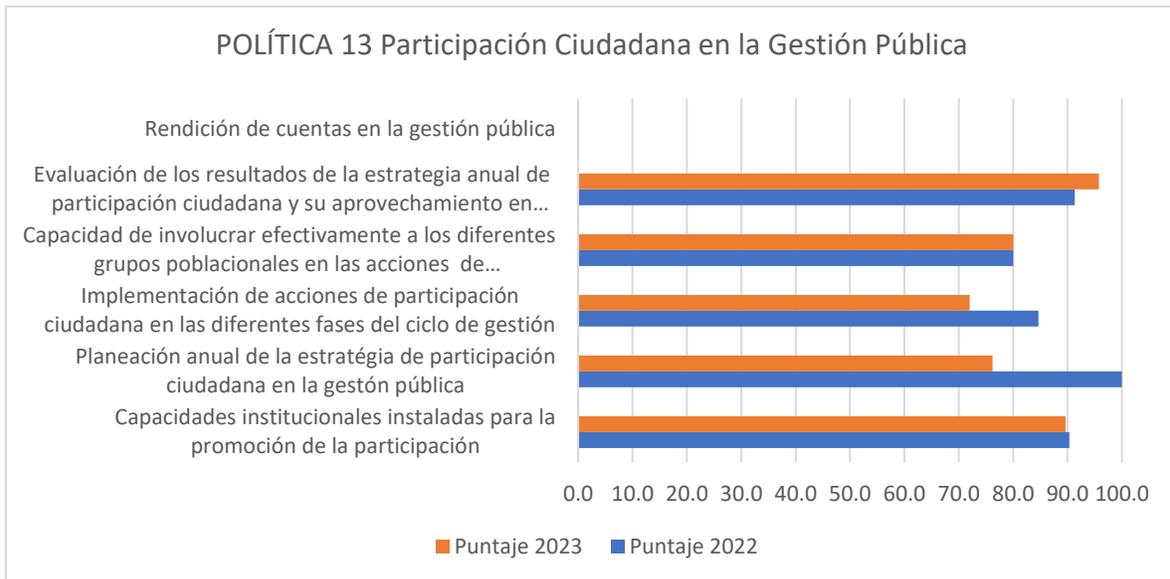
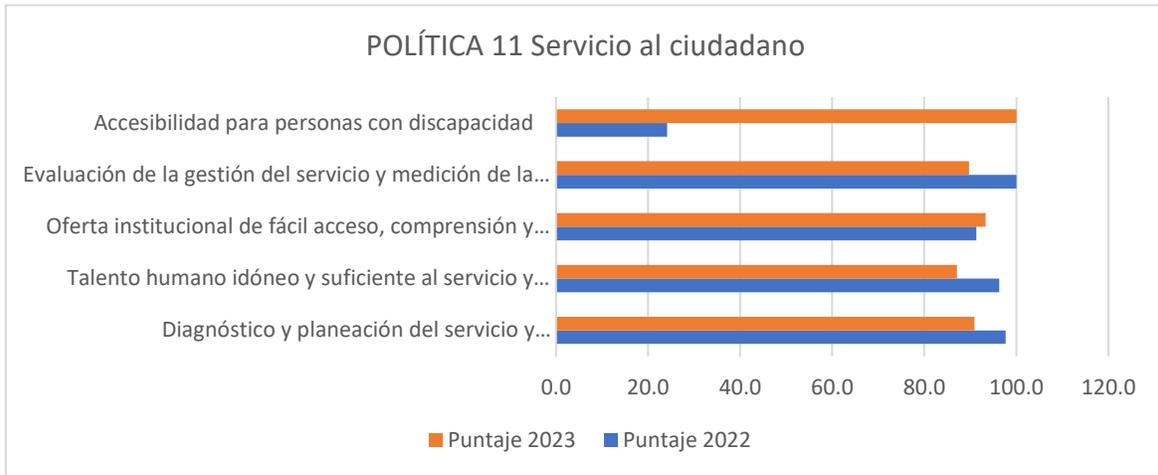


POLÍTICA 7 Gobierno Digital



POLÍTICA 8 Seguridad Digital





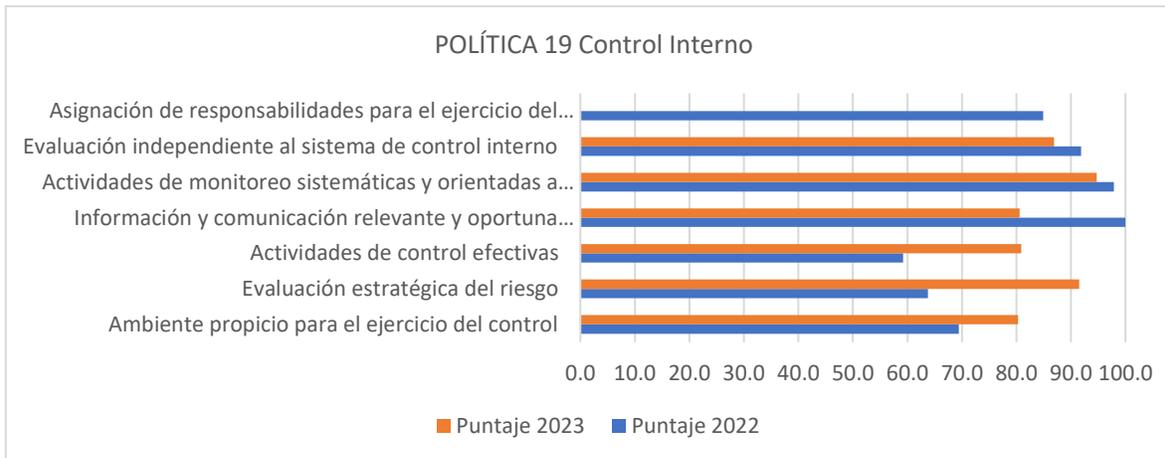
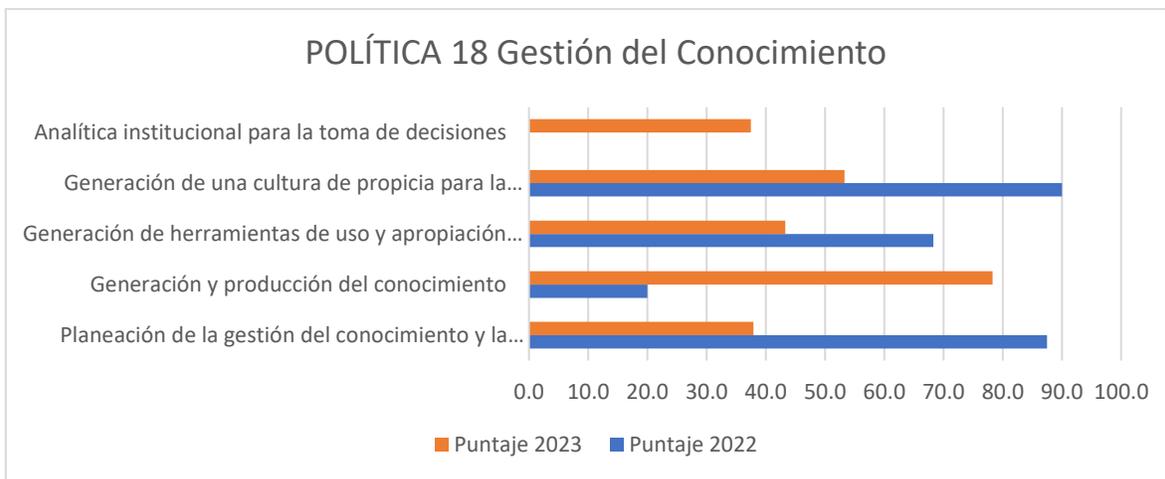
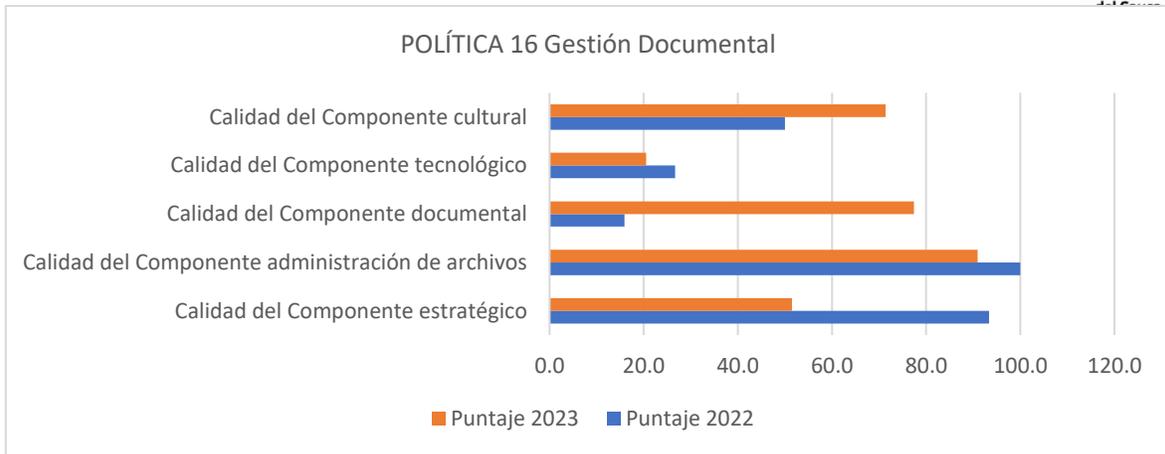


Ilustración 24: Resultado de medición de Política MIPG 2.023

4. GESTIÓN DE LA SECCION SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

Perspectiva Procesos Internos:	PRODUCIMOS LICORES CON LA FUERZA QUE NOS UNE
Dimensión:	DIMENSION DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO
Política:	POLITICA DE PLANEACION INSTITUCIONAL POLITICA DE COMPRAS Y CONTRATACION PÚBLICA POLITICA DE SERVICIO CIUDADO POLITICA DE TRANSPARENCIA, ACCESO A LA INFORMACION PUBLICA Y LUCHA CONTRA LA CORRUPCION POLITICA DE FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL Y SIMPLIFICACION DE PROCESOS POLITICA DE RACIONALIZACION DE TRÁMITES POLITICA DE SEGURIDAD POLITICA DE GOBIERNO DIGITAL GOBIERNO DIGITAL POLITICA DE SEGUIMIENTO Y EVALUACION DE RESULTADOS
Meta 2024 Sistema de Gestión de Calidad:	95% PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO DE LOS REQUISITOS DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD SEGÚN ISO 9001:2025
Meta Alcanzada 2024:	81%
Responsable:	IVON LUCIA SARRIA MOSQUERA

SEGUIMIENTO CUMPLIMIENTO DE IMPLEMENTACIÓN SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD (ISO 9001:2015)

REQUISITOS DE LA ISO 9001:2015	% DE CUMPLIMIENTO
4.CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN	97%
5 LIDERAZGO	93%
6 PLANIFICACIÓN PARA EL SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD	77%
7 SOPORTE	81%

8 .OPERACIÓN	88%
9 EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO	61%
10. MEJORA	72%
PROMEDIO	81%

Tabla 17: Seguimiento ISO 9001

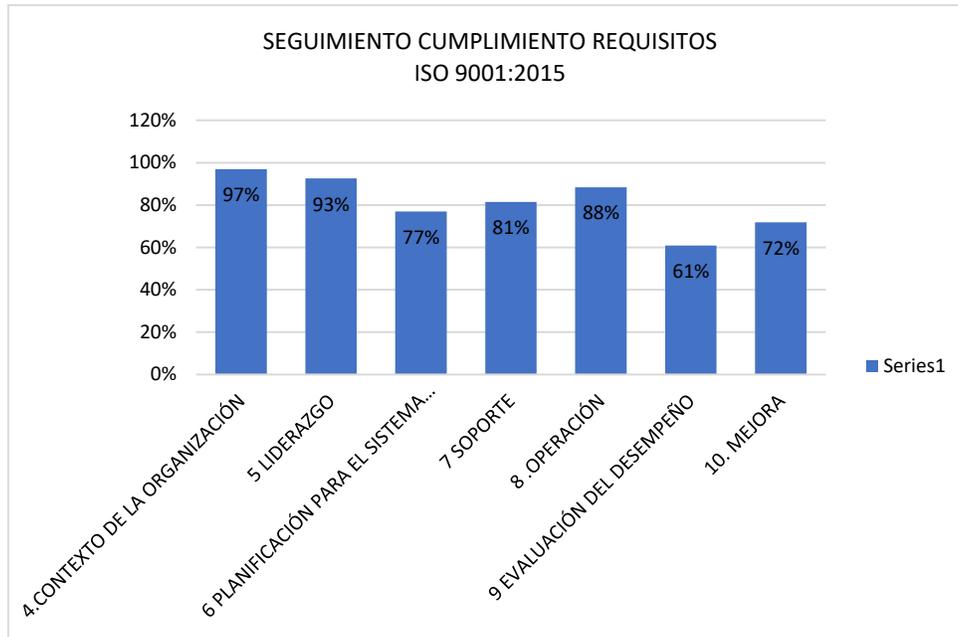


Ilustración 25: Seguimiento ISO 9001

Como se puede evidenciar en la gráfica, El Sistema de Gestión de Calidad debe fortalecerse en la Evaluación de Desempeño ya que se cuenta con un cumplimiento del 61% de los requisitos que hacen parte de este numeral. Seguida de este, se debe dar mayor importancia al componente de Mejora ya que se cuenta con un cumplimiento del 72% y es uno de los aspectos más relevantes de la Norma.

5. GESTIÓN DE LA SECCION GESTION TECNOLOGICA

Perspectiva Procesos Internos:	PRODUCIMOS LICORES CON LA FUERZA QUE NOS UNE
Dimensión:	DIMENSION DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO
Política:	POLITICA DE PLANEACION INSTITUCIONAL POLITICA DE COMPRAS Y CONTRATACION PÚBLICA POLITICA DE SERVICIO CIUDADO POLITICA DE TRANSPARENCIA, ACCESO A LA INFORMACION PUBLICA Y LUCHA CONTRA LA CORRUPCION POLITICA DE FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL Y SIMPLIFICACION DE PROCESOS POLITICA DE RACIONALIZACION DE TRÁMITES POLITICA DE SEGURIDAD POLITICA DE GOBIERNO DIGITAL GOBIERNO DIGITAL POLITICA DE SEGUIMIENTO Y EVALUACION DE RESULTADOS
Meta 2024 Gestión Tecnológica:	98% PORCENTAJE DEL TIEMPO OPERATIVO QUE LOS SISTEMAS CRÍTICOS ESTÁN OPERATIVOS
Meta Alcanzada 2024:	98%
Responsable:	IVON LUCIA SARRIA MOSQUERA

- Respecto a la gestión tecnológica, Las copias de seguridad de los equipos se realizan diariamente en un dispositivo de almacenamiento dedicado a los archivos, que hace que los datos estén disponibles de forma continua a través de una red. El almacenamiento utilizado para la vigencia 2024 fue de 18.000 Gb.
- Se garantizó la seguridad y disponibilidad de la información de la Industria mediante el respaldo local, externo y medios físicos. Esto, mediante copias de seguridad a las bases de datos de los servidores que contienen los aplicativos Apoteosys, Sevenet, OCS Inventory, Planta Telefónica y Aurora. Las copias de seguridad de las bases de datos se realizan diariamente y se almacenan en tres sitios diferentes: servidor local, DRP y PC cliente.



Gobernación
del Cauca



- Se realizó asistencias técnicas, soportes y capacitaciones en las diferentes divisiones, secciones y áreas de la Industria Licorera del Cauca.

De acuerdo a los requerimientos de soporte que realizaron las diferentes Divisiones y Secciones, se atendieron en un 100% lo cual se cuantifica en 1.110 soportes.

Se adquirió renovación de servicios, licencias de uso, actualización, soporte y mantenimiento a nivel de componentes software.

Adquisición de partes, piezas y accesorios para computadores y elementos que permitan realizar asistencia técnica, soporte y mantenimiento a nivel de componentes hardware y software.

Disponibilidad y acceso a la infraestructura de TI

- Se garantizó el soporte, mantenimiento y actualización para las soluciones de software APOTEOSYS, SEVENET, NÓMINA y la página web institucional, así como para cada uno de los componentes de hardware
- Se garantizó el soporte, mantenimiento, actualización y renovación de licencias de uso de sistemas operativos, antivirus, bases de datos y el Firewall - UTM (Dispositivo para garantizar la seguridad en la red de datos).

Fortalecimiento de la infraestructura de TI

- Se continuó el proceso de modernización de la infraestructura de TI que inició en la vigencia del año 2022. Sin embargo, no se logró suplir el 100% de la necesidad en cuanto a escáneres e impresoras debido a restricciones presupuestales
- No se realizó el mantenimiento preventivo de todos los computadores que se encontraban planeados debido a restricciones presupuestales (Ejecución anual del 32%)
- Se repotenciaron algunos equipos de cómputo que requerían cambio de componentes, donde se reemplazaron los originalmente instalados por componentes con características de tecnología actual.(10 equipos)

Backup o respaldo de la información

- Durante la vigencia 2024 se respaldó la configuración almacenada en los servidores y las bases de datos en un 100%, aunque no se cuenta con



certificación externa ISO 27001 de integridad (Tabla Cumplimiento Normativo TIC).

- Se garantizó el respaldo de la información que generaron los usuarios en cada una de sus estaciones de trabajo en un 100% mediante un dispositivo NAS.

Seguridad y privacidad de la información

- Se garantizó la seguridad de la infraestructura de TI protegiendo la información, bases de datos, aplicativos, sistemas operativos, equipos de cómputo y otros dispositivos mediante la administración y afinamiento del Firewall –UTM (Dispositivo para garantizar la seguridad en la red de datos) y la administración del antivirus.
- Para alcanzar los objetivos, se siguieron los lineamientos definidos en las políticas de seguridad y privacidad de la información y el plan de tratamiento de riesgos.

Red de datos

- Se garantizó el 90% de conectividad en la red de datos, la cual se vio afectada por cortes eléctricos prolongados en la entidad que sobrepasaron la capacidad de las UPSs para garantizar el fluido eléctrico.
- **Actualización Red de Datos:** No se ejecutó debido a la congelación y reducción del presupuesto. Esto representa un riesgo crítico para la seguridad y el rendimiento de la red.

Implementación de mejoras según lineamientos Mintic

Sitio web

En la página institucional se realizaron acciones de mejora para mantener la información accesible y disponible según los lineamientos de la política de gobierno Digital, en particular en lo que concierne a transparencia y acceso a la información pública

A la fecha los servicios prestados por la página web ya incluyen el direccionamiento IPV6 lo que permite estar disponible en todos los protocolos actuales de navegación http.

Soporte técnico a usuarios

Se atendió y solucionó el 100% de los casos de soporte técnico requeridos por parte de los usuarios.

Presupuesto ejecutado del plan de adquisiciones.

Los contratos celebrados y obligaciones en el año 2024 alcanzaron la suma de **TRESCIENTOS SESENTA Y NUEVE MILLONES CUATROCIENTOS TREINTA Y SIETE MIL OCHENTA PESOS MCTE** (\$369'437.080).

Las inversiones realizadas comprenden renovación de soporte, mantenimiento y actualización a nivel hardware y software, renovación de licencias, adquisición de dispositivos hardware, implementación de soluciones para atender normatividades de gobierno, servicio de internet y correo electrónico y servicios para garantizar el respaldo y seguridad de la información y la infraestructura de TI en general.

Requisito Legal	Estado	Comentarios
Ley 1581/2012 (Protección de Datos)	Parcialmente Cumplido	Requiere certificación externa ISO 27001 de integridad.
Resolución 1004/2023 (Ciberseguridad)	Pendiente	Actualización red de datos no ejecutada, pruebas de penetración pendientes.
Ley 23/1982 (Propiedad Intelectual)	Parcialmente Cumplido	38.5% de las licencias sin soporte técnico.

Tabla 18: Estado de Requisitos Normativos

Se relaciona inversiones realizadas:

CONTRATACIÓN 2024		
PROCESO DE CONTRATACIÓN - SECOP II	OBJETO	VALOR TOTAL DEL CONTRATO
ILC-RE-CD-017-2024	CONTRATAR EL SOPORTE DEL APLICATIVO DE GESTION DOCUMENTAL INTEGRAL, DIGITALIZACION Y PROCESAMIENTO DE DATOS DENOMINADO SEVENET SUITE PARA EL CORRECTO FUNCIONAMIENTO DEL AREA ADMINISTRATIVA DE LA INDUSTRIA LICOERA DEL CAUCA	\$12,487,793.00
ILC-RE-CD-031-2024	CONTRATAR EL SERVICIO DE ACTUALIZACIÓN DE LICENCIA DE USO DEL E.R.P. APOTEOSYS – MÓDULOS DE CONTABILIDAD, TESORERÍA, PRESUPUESTO, INVENTARIOS, GESTIÓN DE VENTAS, ACTIVOS FIJOS, COMPRAS, SUMINISTROS Y FACTURACIÓN ELECTRÓNICA Y BRINDAR UN PAQUETE DE CONSULTORÍA DE 100 HORAS PARA MESA DE AYUDA, CONSULTAS Y CAPACITACIONES, TODAS ELLAS PARA SER EJECUTADAS DE FORMA REMOTA.	\$71,333,313.00
ILC-RE-CD-032-2024	OBJETO: CONTRATAR LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS SAAS NÓMINA ELECTRÓNICA Y CIEN (100) HORAS DE CONSULTORÍA EN EL APLICATIVO HEINSOHN NÓMINA – PERIODO 2024	\$72,832,000.00
ILC-RE-CD-050-2024	<u>OBJETO: CONTRATAR LA RENOVACIÓN DEL SERVICIO DE DOMINIO, HOSTING, MEJORAMIENTO, PROCESAMIENTO DE DATOS Y SOPORTE TÉCNICO DEL SITIO WEB WWW.ILCAUCA.COM</u>	\$30,000,000.00
ILC-RE-CD-051-2024 - 052-2024	OBJETO: CONTRATAR LA RENOVACIÓN DEL SERVICIO DE ACTUALIZACIÓN Y SOPORTE PARA EL SOFTWARE ORACLE DATABASE STANDARD EDITION 2. 01/06/2024	\$14,046,383.00

CONTRATACIÓN 2024		
PROCESO DE CONTRATACIÓN - SECOP II	OBJETO	VALOR TOTAL DEL CONTRATO
ILC-RE-CD-063-2024	OBJETO: CONTRATAR EL SUMINISTRO E INSTALACIÓN A TODO COSTO DE UN (1) AIRE ACONDICIONADO Y UN (1) TELEVISOR PARA LA GERENCIA DE LA INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA. 15/04/2024	\$13,815,000.00
ILC-RE-IVC-008-2024 CONTRATO: 110-2024	OBJETO: CONTRATAR EL APROVISIONAMIENTO DE DATA CENTER EN MODALIDAD IT INHOUSE MODO SERVICIO (2 SERVIDORES, ALMACENAMIENTO SAN, SERVIDOR PRIVADO VIRTUAL) Y DE DRP (DISASTER RECOVERY PLAN) O PLAN DE RECUPERACIÓN DE DESASTRES (BACKUP DEL SOFTWARE INSTALADO, SU CONFIGURACIÓN, Y LA INFORMACIÓN QUE SE ALMACENA EN LOS SERVIDORES) PARA GARANTIZAR EL PLAN DE CONTINUIDAD DE NEGOCIO EN EL ÁREA DE GESTIÓN TECNOLÓGICA.	\$94,600,000.00
ILC-RE-CD-102-2024	OBJETO: CONTRATAR LA RENOVACIÓN DE LA SUSCRIPCIÓN AL SISTEMA OPERATIVO LINUX RED HAT SOFTWARE EMPRESARIAL.	\$10,462,591.00
ILC-RE-CD-149-2024	CONTRATAR EL SUMINISTRO DE LICENCIAS DE PAQUETE DE SOFTWARE OFFICE HOME AND BUSINESS 2021 ESD PERPETUA CON SERVICIO PARA UN (1) USUARIO C/U Y DOS (2) LICENCIA DURANTE UN AÑO PARA UN (1) USUARIO C/U EN CREATIVE CLOUD PARA LA INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA.	\$35,060,000.00
ILC-RE-CD-157-2024	CONTRATAR EL SUMINISTRO DE UNA LICENCIA PARA EL FIREWALL FORTINET FORTIGATE 100E DISPOSITIVO DE RED UTILIZADO EN LA GESTIÓN DE LA SEGURIDAD DE LA RED DE DATOS DE INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA	14800000
TOTAL		\$369,437,080.00

Tabla 19: Contratación Gestión Tecnológica

Las inversiones realizadas comprenden renovación de soporte, mantenimiento y actualización a nivel hardware y software, renovación de licencias, adquisición de dispositivos hardware, implementación de soluciones para atender normatividades de gobierno, servicio de internet y correo electrónico y servicios para garantizar el respaldo y seguridad de la información y la infraestructura de TI en general.

Recomendaciones:

1. Priorizar la Actualización de la Red de Datos: Asignar recursos para ejecutar este proyecto crítico en el segundo semestre de 2025.
2. Desarrollar un Plan de Capacitación en Ciberseguridad: Implementar un programa de capacitación intensivo para aumentar la conciencia y las habilidades de los empleados en ciberseguridad.
3. Gestionar las Licencias de Software: Asegurar que todas las licencias de software estén actualizadas y cuenten con soporte técnico para evitar vulnerabilidades y problemas legales.



4. Buscar la Certificación ISO 27001: Obtener la certificación ISO 27001 para garantizar la integridad y confidencialidad de la información.
5. Mantenimiento de UPS: No se pudo realizar el mantenimiento de las UPS, lo que pone en riesgo la continuidad del servicio eléctrico. Se recomienda priorizar este mantenimiento en el próximo período.
6. Licencias de software: Se recomienda asegurar que todas las licencias de software estén actualizadas y cuenten con soporte técnico para evitar vulnerabilidades y problemas legales.
7. Certificación ISO 27001: Obtener la certificación ISO 27001 para garantizar la integridad y confidencialidad de la información

6. GESTION SECCION COMUNICACIONES

Perspectiva Procesos Internos:	PRODUCIMOS LICORES CON LA FUERZA QUE NOS UNE
Dimensión:	DIMENSION GESTION CON VALORES DE RESULTADOS
Política:	DIMENSION INFORMACION Y COMUNICACIÓN
Meta 2024:	POLITICA DE SERVICIO CIUDADANO
Meta alcanzada 2024	100% DE ESTRATEGIAS IMPLEMENTADAS
Responsable:	100%
	JOSE LUIS MUÑOZ

La gestión de la oficina de prensa y comunicaciones se evidencia con la descripción del desempeño y los resultados alcanzados por la Industria Licorera del Cauca durante el año 2024 en el ámbito de comunicación, campañas digitales y difusión mediática, dinamizada por diversas estrategias y a través de la implementación de estrategias de contratación de espacios en diversos medios (radio, televisión, prensa escrita, plataformas digitales y campañas en redes sociales), con los cuales se logró una amplia cobertura y un impacto significativo en la promoción de nuestras marcas y actividades institucionales.

1. Radio

El medio radial fue clave para la estrategia de comunicación, ofreciendo una amplia cobertura geográfica y frecuencia en la transmisión de mensajes.

RCN Radio: Se ejecutaron 912 cuñas radiales mensuales distribuidas en horarios estratégicos. Estas cuñas incluyeron mensajes institucionales y promocionales, diseñados para captar la atención de una audiencia diversa. El contrato también incluyó un valor agregado de Free Press, lo que permitió difundir contenido adicional sin costos extras.



Gobernación del Cauca



Caracol Radio: Se realizaron 588 emisiones mensuales en emisoras de gran alcance como Tropicana y Bésame. Estas cuñas, de 20 segundos cada una, fueron programadas entre las 10:00 a. m. y las 10:00 p. m., asegurando la máxima exposición en horarios de alta audiencia.

Red Sonora: Este medio permitió diversificar la estrategia radial con 600 emisiones totales, incluyendo cuñas en noticieros matutinos y vespertinos. Los mensajes se reforzaron con espacios exclusivos los fines de semana y horarios nocturnos, ampliando el alcance a diferentes segmentos de audiencia.

Emisoras comunitarias: En total, se realizaron 14.560 emisiones en emisoras locales como Bolívar Estéreo, Planta FM y Caloto Estéreo. Estas emisoras permitieron una cobertura profunda en regiones rurales y semirurales, adaptando los mensajes a contextos culturales locales.

EMISORAS ALIADAS

Emisora	Fecha de inicio	Fecha de cierre	Fecha de inicio	Fecha de cierre
RCN Radio S.A.S.	16/04/2024	30/09/2024	14/11/2024	31/12/2024

CONTRATO 083-2024
CONTRATO 169-2024

5 separadores diarios de 05 segundos
4 cuñas diarias de 20 segundos

PROG LOCAL RADIO UNO
LAS NOTICIAS DE UNO PO

TOTAL MESES: 8

2.032 Emisiones
912 cuñas/mes
1.120 separadores/mes

PLUS: Free Press sin costo cuando ha sido requerido

EMISORAS ALIADAS

Emisora	Fecha de inicio	Fecha de cierre	Fecha de inicio	Fecha de cierre
Caracol S.A.	10/05/2024	30/09/2024	19/11/2024	31/12/2024

CONTRATO 094-2024
CONTRATO 174-2024

Tropicana: 220 cuñas de 20" de 10:00 am a 10:00pm
Bésame: 220 cuñas de 20" de 10:00 am a 10:00pm

PROGRAMACIÓN MUSICAL

TOTAL MESES: 7

588 Emisiones
44 Impactos/mes C/U

ECAR Puesto #1

Red Sonora S.A.S
CONTRATO 095-2024
CONTRATO 171-2024

Fecha de inicio: 08/05/2024
Fecha de Cierre: 30/09/2024
5 meses

Fecha de inicio: 14/11/2024
Fecha de Cierre: 31/12/2024
2 meses

TOTAL MESES: 7

EMISORAS ALIADAS

CUÑAS RADIALES

Cupo en el noticiero con transmisión de cuatro (4) mensajes diarios, 2 en la emisión de la mañana y 2 en la emisión del medio día, de lunes a viernes en NOTICIAS 1040, para un total de 80 mensajes mensuales.

CUÑAS RADIALES

5 cuñas el día sábado en el horario de 8:00am, 9:00am, 10:00am, 11:00am, 12:00am.

200 Emisiones

↓

400 Emisiones → **600 Emisiones en total**

DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN

Su red social de Facebook cuenta con **9,475 seguidores**

Su red social de X cuenta con **7,274 seguidores**

Plus: Publicidad fines de semana en toda la programación de la emisora y nocturnos en programas propios de la emisora.

BALANCE DE EJECUCIÓN MEDIOS INDIRECTOS

Emisora	Impactos mensuales	Impactos totales	Zona
Bolívar estéreo	364	1.820	Sur del Cauca
Planeta FM	364	1.820	Sur del Cauca
Caloto estéreo	364	1.820	Norte del Cauca
Furia Latina	364	1.820	Almaguer
La Única	364	1.820	Silvia
La Mezcla	364	1.820	Centro del Cauca
Fiesta Latina	364	1.820	Rosas
Argelia estéreo	364	1.820	Sur del Cauca
EJECUCIÓN: 04/07/2024 - 04/12/2024	2.912	14.560	

LAS EMISORAS COMUNITARIAS HAN CUMPLIDO CON EL OBJETO DEL CONTRATO SIN NINGUNA ANOMALÍA.

Ilustración 26 Balance Ejecución de Medios:

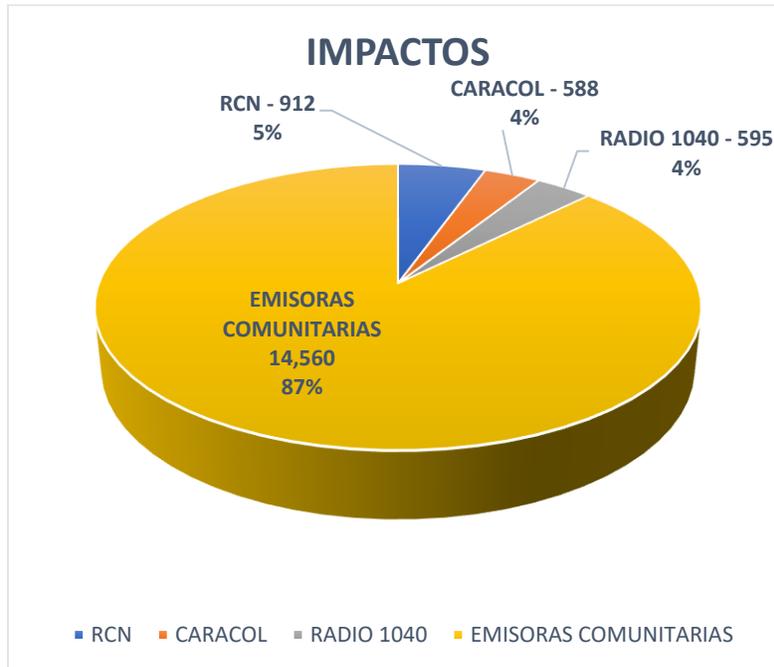


Ilustración 27: impacto Emisoras Radiales

2. Televisión

La televisión regional representó un medio importante para visibilizar la marca en un formato audiovisual atractivo.

Programas como "Tiempo Real", "Hablemos de...", Telemagazine, Novedades Televisión y "Notivariades": Cada uno de estos espacios contribuyó con 30 impactos durante el periodo de ejecución (julio a diciembre 2024). Las transmisiones incluyeron entrevistas, segmentos de marca y menciones dentro de contenidos de interés general. Esto aseguró la conexión con audiencias locales en horarios de alta sintonía.

BALANCE DE EJECUCIÓN MEDIOS INDIRECTOS			
Medio televisivo	Impactos mensuales	Impactos totales	Zona
Tiempo Real	6	30	Popayán
Hablemos de...	6	30	Popayán
Notivariades	6	30	Popayán

EJECUCIÓN: 04/07/2024 - 04/12/2024

1. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TELEVISIVOS HAN CUMPLIDO CON EL OBJETO DEL CONTRATO SIN NINGUNA ANOMALÍA.
2. EL CONTENIDO COMPARTIDO DESDE LA OFICINA DE PRENSA Y COMUNICACIONES, ES COMPARTIDO EN SU TOTALIDAD EN LAS REDES SOCIALES DE LOS MEDIOS.

Ilustración 28: Balance Ejecución de Medios Indirectos

3. Prensa Escrita

La estrategia en medios impresos se centró en la presencia continua y de alta calidad visual en las publicaciones.

ABC: Este medio, exclusivamente impreso, publicó composiciones gráficas destacadas que reforzaron la identidad visual de la marca en el norte del Cauca.

Meridiano Regional: Este medio se destacó por su doble presencia, tanto en formato impreso como digital, lo que le permitió alcanzar una audiencia más amplia. En el medio impreso, las publicaciones incluyeron notas de interés regional y composiciones gráficas que resaltaban los valores de la marca. En su plataforma digital, Meridiano Regional logró una interacción constante a través de la replicación de contenidos en redes sociales y su portal web. Su cobertura incluyó zonas clave del sur y centro del Valle del Cauca, consolidándose como un canal efectivo para conectar con comunidades urbanas y rurales.



Gobernación del Cauca



Proclama: Este medio combinó efectivamente su formato impreso con su plataforma digital para amplificar el alcance de las campañas. Las publicaciones impresas se enfocaron en historias y mensajes que conectaban emocionalmente con la audiencia, mientras que su portal web y redes sociales reforzaron la interacción inmediata con los usuarios. Proclama destacó por su capacidad de adaptar el contenido a diferentes formatos, maximizando el impacto en diversos segmentos de la población del Cauca.

Proclama
del Cauca

CONTRATO 084-2024
CONTRATO 170-2024

Fecha de inicio
17/04/2024

↓

Fecha de Cierre
30/09/2024
6 meses

Fecha de inicio
13/11/2024

↓

Fecha de Cierre
31/12/2024
2 meses

✓ TOTAL MESES: 8

MEDIOS ALIADOS

Página completa de 29 cms de ancho x 56 cms de alto en el periódico impreso Full Color

La Industria Licorera del Cauca firma convenio con Secretarías del Cauca

LICORERA DEL CAUCA DESTACA BALANCE POSITIVO EN INICIO DEL 2025

Contenido creativo, en diferentes formatos.

ABRIMA TU NAVIDAD EN EL PUNTO CAUCANO

Luis Alfonso brinda por la paz con Aguardiente Caucaño

BALANCE DE EJECUCIÓN MEDIOS INDIRECTOS

Medio impreso	Impactos mensuales	Impactos totales	Zona
Meridiano Regional	2	10	Sur, centro, norte del Cauca, sur y centro del Valle del Cauca
ABC	1	5	Norte del Cauca

1. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS HAN CUMPLIDO CON EL OBJETO DEL CONTRATO SIN NINGUNA ANOMALÍA.
 2. **MERIDIANO REGIONAL** PUBLICA NOTAS PERIODÍSTICAS EN EL IMPRESO.
 3. **ABC** PUBLICA COMPOSICIÓN GRÁFICA DE LIMÓN Y MANDARINA.

Ilustración 29: Medios Aliados

4. Medios Digitales

El contenido digital permitió captar públicos más jóvenes y conectados tecnológicamente.

Colombia Extremo: Este medio digital y sus redes sociales se enfocan en contenido relacionado con los diferentes contextos sociales, políticos, y económicos del departamento del Cauca, brindando una plataforma ideal para conectar con audiencias dinámicas y urbanas, replicando información y creando contenido que impacte dentro de su comunidad digital. Durante el periodo del contrato, se

Calle 4 # 1E-40
 (602) 832 3400 - Popayán Cauca
 www.ilcauca.com
 @industrialicoreradelcauca

 @aguardientecaucanoilc



Gobernación del Cauca



publicaron banners mensuales de 300x250 píxeles y se replicaron contenidos clave en sus plataformas digitales, logrando impactos consistentes en el segmento joven y consumista de las plataformas digitales.

Popayán Co: Este medio digital y sus redes sociales se enfocó en contenido relacionado con los diferentes ejes temáticos de la Industria Licorera del Cauca, Calidad, Producción y Comercialización fueron las divisiones de más impacto frente a los contenidos replicados y creados por el medio, los cuales a través de publicaciones individuales y/o colaborativas, lograron conectar con grandes audiencias digitales.

Portales adicionales: Plataformas como Sin Censura, Zempro Noticias, Almeira Producciones, Proclama, Meridiano Regional, El Abejón, Cuarto Poder, En Contexto, Informativo del Sur, Multivisión, Novedades Televisión, Periódico Virtual, Piendanotas, y Punto Noticias, replicaron notas y contenido creativo generado por la oficina de prensa. En total, se lograron más de 1,000 impactos en redes sociales y portales, que generaron miles de interacciones a través de los medios digitales, amplificando la presencia de nuestra marca.

MEDIOS ALIADOS

Un (1) banner publicitario de 300x250 píxeles mensual.

CONTRATO 091-2024

Fecha de inicio: 03/05/2024

Fecha de Cierre: 30/09/2024

TOTAL MESES: 4

Contenido en portal web del medio de comunicación.

Replica el contenido que se publica en las redes sociales de la Industria Licorera del Cauca.

BALANCE DE EJECUCIÓN MEDIOS INDIRECTOS

Medio digital	Impactos mensuales	Impactos Totales	Zona
Sin Censura	+10	+ 50	Popayán
Zempro Noticias	+10	+50	Popayán
En Contexto	+10	+50	Popayán
PiendaNotas	+10	+50	Piendamó
Multivisión	+10	+50	Santander de Quilichao
Cuarto Poder	+10	+50	Santander de Quilichao
Informativo del Sur	+10	+50	Patía

EJECUCIÓN: 04/07/2024 - 04/12/2024

Ilustración 30: Medios Digitales

Criterios Generales del Manejo

BALANCE DE EJECUCIÓN MEDIOS INDIRECTOS			
Medio digital	Impactos mensuales	Impactos Totales	Zona
Timbío VIP	+10	+50	Timbío
NC Noticias	+10	+50	Popayán
PopayánCo	+15	+75	Popayán
El Abejón	+10	+50	Popayán
Meridiano Regional	+15	+75	Cauca

EJECUCIÓN: 04/07/2024 - 04/12/2024

1. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES HAN CUMPLIDO CON EL OBJETO DEL CONTRATO SIN NINGUNA ANOMALÍA.
2. EL CONTENIDO COMPARTIDO DESDE LA OFICINA DE PRENSA Y COMUNICACIONES, ES COMPARTIDO EN SU TOTALIDAD POR LOS MEDIOS

Ilustración 31: Balance de Ejecución de Medios Indirectos

Audiovisual de la Industria Licorera del Cauca

Los audiovisuales (estáticos e imagen en movimiento con audio) mantienen la coherencia de marca. Todas las publicaciones respetan la identidad visual (colores, uso de la botella, logotipos, tipografía de marca), reforzando la recordación. Se hace un uso efectivo del color: se recurre a fondos muy contrastantes (azul oscuro, naranja, verde, azul) para resaltar el producto y hacer los mensajes más llamativos.

Los mensajes son claros y están asociados a ocasiones específicas. Cada publicación vincula el aguardiente a un momento (celebraciones, eventos deportivos, fiestas locales, Halloween, Navidad, etc.), lo que refuerza el uso contextual. El enfoque en la acción o la invitación está muy presente: casi todas las publicaciones contienen un llamado a la acción explícito o implícito (ir a un evento, escanear un QR, celebrar, brindar). Se genera fortaleza comunicativa global, reforzando la percepción de Aguardiente Caucaño como un licor para múltiples momentos, con tradición, pero también con un toque de modernidad e innovación (caso de la tarjeta virtual, estrategia que veremos más adelante).

5. Campañas en Redes Sociales

La estrategia digital se centró en campañas temáticas que aprovecharon las redes sociales para maximizar el alcance e interacción con diferentes públicos.

A continuación, se detallan las distintas campañas de marketing digital desarrolladas por la Industria Licorera del Cauca en el año 2024, donde se sustenta la ejecución de cada una de ellas, destacando los logros alcanzados según las estadísticas de alcance e interacción obtenidas. También resalta la importancia de los diseños, temáticas, arraigo cultural y la identificación del público caucano con

las estrategias aplicadas para fortalecer la comercialización del Aguardiente Caucaño en nuestro departamento.

a. Homenaje a ti mujer



Ilustración 32: Campaña Homenaje a ti Mujer

Objetivo: Rendir homenaje a las mujeres, destacando su valentía y poder en la sociedad.

Estrategia:

- Creación de seis publicaciones resaltando el papel de la mujer.
- Uso de mensajes inspiradores y visuales emotivos.
- Publicaciones en Facebook, Instagram y X.

Resultados:

- Facebook: Alcance: 54,249 | Interacciones: 696
- Instagram: Alcance: 4,179 | Interacciones: 506
- X: Alcance: 1,001 | Interacciones: 111

Análisis:

- **Éxito en Facebook:** Con más de 54,000 personas alcanzadas, la campaña logró una gran visibilidad y generó una respuesta emocional positiva.
- **Buen engagement en Instagram:** La interacción demuestra que el mensaje conectó con el público femenino.



Gobernación del Cauca



- **Enfoque inspirador:** La campaña resaltó valores como valentía y poder, fortaleciendo el vínculo emocional con la marca.

b. Campaña expectativa Sabores Que Unen

Análisis de Diseño: Campañas febrero a mayo de 2024. “Sabores que unen”
Enfoque en la imagen institucional y con su nuevo slogan "Sabores que unen"
 La campaña busca la educación del consumidor en temas como aprender a identificar un aguardiente Caucaño original, lo que refuerza la confianza en la marca y combate falsificaciones. Así mismo construye identidad cultural al asociar el aguardiente con valores de tradición, diversidad y orgullo regional, fortaleciendo el sentido de pertenencia.

La campaña además hace uso efectivo de storytelling, se resalta que los sabores "unen" son parte de la historia y cultura del Cauca, creando una conexión emocional con el consumidor.

La campaña “Sabores que Unen” también refuerza los valores institucionales: La marca no solo vende un producto, sino que promueve autenticidad, cultura y calidad a través de mensajes simples y efectivos; la comunicación es clara y directa, adaptada para redes sociales y públicos diversos.



Ilustración 33: Campañas Sabores que Unen

Objetivo: Generar expectativa en torno a una nueva propuesta de imagen para la empresa.

Estrategia:

- Creación de cinco publicaciones previas al cambio de imagen.
- Uso de mensajes enigmáticos y visuales llamativos.

Resultados:

- Facebook: Alcance: 10,237 | Interacciones: 184
- Instagram: Alcance: 2,323 | Interacciones: 118
- X: Alcance: 567 | Interacciones: 57

Análisis:

- **Generó curiosidad y anticipación:** Los mensajes enigmáticos funcionaron bien para captar la atención.
- **Buen desempeño en Facebook:** La audiencia mostró interés en la expectativa de la nueva imagen de la empresa.
- **Potencial de mejora en Instagram:** A pesar de un alcance menor, hubo un público comprometido con la dinámica.

c. **Semana Santa Caucana**

d.



Ilustración 34: Campaña Semana Santa

Análisis de Diseño: Semana Santa.

Esta campaña se enfoca en la tradición y el turismo: Se vincula la marca con un evento cultural y religioso importante en Popayán, generando cercanía con el público local y visitantes.

En las publicaciones se ubica estratégicamente el producto y se destacan los puntos de encuentro del aguardiente Caucaño en lugares turísticos clave, facilitando el acceso al consumidor.

Además, las publicaciones hacen uso de llamados a la acción claros "Te esperamos" refuerza la invitación y genera expectativa en el público.

Esta campaña hace uso de la coherencia visual, el uso de elementos gráficos consistentes, colores institucionales y fotografías que refuerzan la asociación con Semana Santa y la cultura local.

El equilibrio entre información y promoción en donde se resalta la presencia de la marca sin eclipsar el evento religioso y cultural.

Objetivo: Relacionar el aguardiente con momentos de encuentro y tradición familiar durante la Semana Santa.

Estrategia:

- Publicaciones con mensajes alusivos a la temporada.
- Uso de videos, reels, videos e historias.

Resultados:

- Facebook: Alcance: 19,245 | Interacciones: 705
- Instagram: Alcance: 13,929 | Interacciones: 523
- X: Alcance: 3,698 | Interacciones: 397

Análisis:

- **Multiformato efectivo:** Uso de reels, historias y publicaciones para captar distintos segmentos de audiencia.
- **Buen engagement en Facebook e Instagram:** La comunidad se identificó con el mensaje de compartir momentos especiales.
- **Oportunidad de fortalecer el storytelling:** Contenido visual atractivo y mensajes emotivos tuvieron buen impacto.

e. Carrera atlética Andrés Bello



Ilustración 35: Campaña Carrera Andrés Bello

Objetivo: Relacionar el aguardiente Caucaño con un evento deportivo y saludable.

Estrategia:

- Publicaciones con cobertura del evento.
- Uso de post, reels, videos e historias para destacar la participación.

Resultados:

- Facebook: Alcance: 9,563 | Interacciones: 451
- Instagram: Alcance: 3,306 | Interacciones: 188
- X: Alcance: 1,789 | Interacciones: 107

Análisis:

- **Asociación con un evento deportivo:** Posicionó al aguardiente en un contexto saludable y de comunidad.
- **Cobertura en tiempo real:** Publicaciones y videos generaron interacción con la audiencia interesada en la actividad.
- **Potencial de crecimiento en redes visuales:** Incluir más contenido en vivo podría mejorar la experiencia del usuario.

f. Como Identificar un Aguardiente Caucano Original

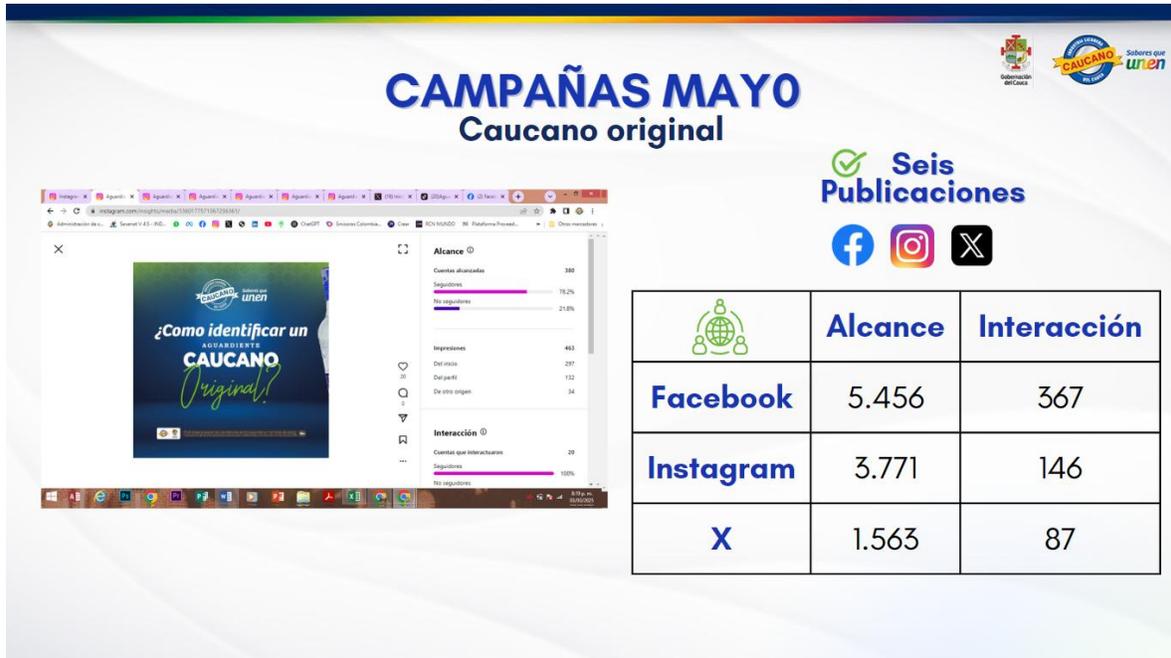


Ilustración 36: Campaña Caucano Original

Objetivo: Resaltar la esencia y autenticidad del aguardiente Caucano.

Estrategia:

- Publicaciones destacando la historia y calidad del aguardiente.

Resultados:

- Facebook: Alcance: 5,456 | Interacciones: 367
- Instagram: Alcance: 3,771 | Interacciones: 146
- X: Alcance: 1,563 | Interacciones: 87

Análisis:

- **Refuerzo de la identidad de marca:** La campaña destacó la autenticidad del producto.
- **Interacción positiva en Facebook e Instagram:** Los seguidores se conectaron con la historia y tradición del aguardiente.
- **Estrategia efectiva con dinámicas y premios:** Involucrar a la comunidad generó engagement y recordación.



Gobernación del Cauca



g. Reconocimientos (International Taste Institute 2024 Y Monde Selection 2024)

CAMPAÑAS JUNIO Reconocimientos

Tres Publicaciones

Facebook Instagram X Tik tok

	Alcance	Interacción
Facebook	51.301	951
Instagram	4.077	481
X	1.081	105
Tik tok	9.230	388

Ilustración 37: Campaña Reconocimientos

Análisis de Diseño: Campañas Premios 2024

Los diseños transmiten elegancia y calidad. El fondo oscuro y los destellos dorados evocan sofisticación. Se enfatizan los logros de la marca a través de los sellos de premiación, que dan un mensaje de garantía y prestigio. De igual manera, se refuerza la identidad del producto y las distintas botellas, con sus colores (roja, verde, transparente), reflejan la variedad de los productos de la Industria.

Objetivo: Resaltar los reconocimientos obtenidos para fortalecer la percepción de calidad del Aguardiente Caucaño.

Estrategia Implementada: Se realizaron tres publicaciones en redes sociales destacando los premios obtenidos por la marca en certámenes internacionales.

- Diseños visuales con enfoque premium, resaltando la calidad y sabor del Aguardiente Caucaño.
- Mensajes de reconocimiento y orgullo regional.

Resultados:

- Facebook: 51,301 personas alcanzadas, 951 interacciones.
- Instagram: 4,077 personas alcanzadas, 481 interacciones.
- TikTok: 9,230 personas alcanzadas, 388 interacciones.

Análisis: Esta estrategia se centró en fortalecer la percepción de calidad del aguardiente Caucaño a nivel local e internacional. El reconocimiento de premios de prestigio generó confianza en el consumidor y reforzó el posicionamiento del producto como una gran opción a la hora de su consumo.

h. El Hincha Más Fiel



Ilustración 38: Campaña el Hincha Más Fiel

Análisis de Diseño: Campaña El hincha más fiel.

Se asocia el Aguardiente Caucaño con la fiesta del deporte. Se refuerza el sentido de celebración y unión que genera el fútbol. Todas las publicaciones se hacen con invitación directa, ya sea a concurso, a ver el partido acompañados de Caucaño y a apoyar a la Selección Nacional, integrando el producto como parte de la experiencia. Todas las publicaciones cuentan con alto impacto visual: los colores vivos y la presencia de jugadores captan la atención de inmediato.

Objetivo: Vincular la marca con la pasión por el fútbol mediante concursos y dinámicas interactivas.

Estrategia Implementada:

- Concursos y dinámicas futboleras en redes sociales, incluida una "polla futbolera".
- Creación de contenido multimedia: reels, spots publicitarios, animaciones y cambio de imagen en redes.

- Implementación de pantallas gigantes en eventos deportivos.

Resultados:

- Facebook: 261,583 personas alcanzadas, 5,000 interacciones.
- Instagram: 65,094 personas alcanzadas, 15,139 interacciones.
- TikTok: 39,339 personas alcanzadas, 1,349 interacciones.

Análisis:

Esta estrategia demostró una conexión efectiva entre la marca y la pasión por el fútbol, fortaleciendo la identidad del aguardiente como parte de la celebración deportiva. La alta interacción en Instagram indica que la audiencia futbolera responde positivamente a este tipo de contenido.

i. Sabores Que Unen La Alegría



Ilustración 39: Campaña Sabores que Unen

Análisis de Diseño: Campaña Sabores que unen la alegría

Se resaltan las celebraciones locales y se vincula el producto a estas fechas de celebración (centenario, en el caso del municipio de Piendamó), reforzando el arraigo cultural. El uso de colores vivos y alegres comunica fiesta y cercanía, algo muy acorde con el consumo de nuestros productos en celebraciones. En el caso especial del centenario de Piendamó, la claridad del mensaje principal —“Edición Especial” y “100 años”— es fácil de identificar.

Objetivo: Promocionar la presencia del aguardiente en ferias y fiestas del Cauca.

Estrategia Implementada:

- Presencia del aguardiente Caucano en ferias y fiestas de diferentes municipios.

- Publicaciones promocionando la cultura festiva del Cauca.
- Creación de contenido visual con el aguardiente como protagonista de la celebración.

Resultados:

- Facebook: 215,848 personas alcanzadas, 2,756 interacciones.
- Instagram: 85,811 personas alcanzadas, 1,850 interacciones.
- TikTok: 90,816 personas alcanzadas, 2,065 interacciones.

Análisis: El concepto de "sabores que unen" generó un fuerte vínculo emocional con la audiencia, resaltando el aguardiente como un elemento clave en la celebración. El alto impacto en TikTok indica que los videos cortos capturaron bien la atención del público.

j. Tu Pareja Perfecta (Campaña Amor Y Amistad)



The image shows a social media post for the 'Campañas Septiembre Tu pareja perfecta' campaign. It features the following elements:

- Header:** 'CAMPAÑAS SEPTIEMBRE Tu pareja perfecta' with logos for the Government of Cauca and the Caucaño Industry.
- Timeline:** 'Fecha de inicio 19/09/2024' and 'Fecha de cierre 21/09/2024'.
- Left Panel:** 'IMAGENES PUBLICITARIAS, REELS, COCTELES...' showing a hand holding a bottle of Caucaño Limón Entero and a promotional graphic for 'TU PAREJA PERFECTA!' with the text 'TE ESPERA PARA UNA NOCHE DE cocteles, MÚSICA Y AGUARDIENTE CAUCANO'.
- Right Panel:** 'INTERACCIÓN CON EL PÚBLICO, COCTELES CON NUESTROS PRODUCTOS.' showing a video of people at a social gathering with Caucaño bottles.

Ilustración 40: Campaña tu Pareja Perfecta

Análisis de Diseño: Campaña Congreso Gastronómico 2024.

La campaña enfatiza la experiencia gastronómica y asocia el licor con la tradición culinaria y cultural a través de una invitación clara a visitar los stands de la Industria Licorera del Cauca en el marco del Congreso gastronómico. El uso de colores y el protagonismo de la botella consolidan el reconocimiento de marca.

Análisis de Diseño: Campaña "Tú Pareja Perfecta".

Se promueve el consumo en coctelería. Se asocia el aguardiente con la idea de “pareja perfecta” (a través de mezclas, combinaciones y maridajes). El tono cercano y festivo, además del uso de colores brillantes y mensajes positivos, genera una clara vinculación al momento de uso: “Noche de cócteles, música...”, invitando a una experiencia social.

Objetivo: Promocionar la venta de los aguardientes de la línea 24 grados, saborizados de limón y mandarina.

Estrategia Implementada:

- Campaña enfocada en maridajes y cocteles con aguardiente Caucaño.
- Realización de ocho publicaciones con catas dirigidas por influencers.
- Creación de contenido educativo sobre combinaciones de sabores.

Resultados:

- Facebook: 42,422 personas alcanzadas, 502 interacciones.
- Instagram: 20,953 personas alcanzadas, 693 interacciones.
- TikTok: 105,683 personas alcanzadas, 3,295 interacciones.

Análisis:

El alto alcance en las redes sociales demuestra que la estrategia visual generó gran interés en el público y se fortaleció la imagen de estos productos en el mercado.

k. Alianza con Distritiendas

CAMPAÑAS NOVIEMBRE
Alianza con Distritiendas

Tres Publicaciones

	Alcance	Interacción
Facebook	34.562	343
Instagram	4.235	156
X	685	46
Tik tok	851	26

Ilustración 41: Campaña Alianza con Distritiendas

Análisis de Diseño: Campaña Alianza Comercial Distritiendas, Banco de Bogotá y Recuperación Norte del Cauca.

La campaña comunica innovación, modernidad y presencia regional. En primer lugar, al combinar un producto tradicional (Aguardiente Caucano) con una tarjeta virtual de Visa, sugiere vanguardia y facilidades de pago. Además de un CTA bien definido, el código QR y la instrucción de escanear lo hacen muy directo. Transmite confianza y cercanía, típico de la comunicación de nuestros productos, anunciando la presencia en los diferentes municipios, la alianza con un distribuidor TaT y contrasta con la alianza con una financiera y tecnológica.

Objetivo: Ampliar la distribución del aguardiente Caucano a través de nuevas alianzas comerciales.

Estrategia:

- Publicaciones destacando la facilidad de acceso al producto.
- Publicaciones estratégicas en redes.

Resultados:

- **Buen alcance en Facebook (34,562) e Instagram con un alcance moderado de (4,235).**
- **Baja interacción en X y TikTok**, lo que sugiere que el mensaje de alianza comercial no generó tanto engagement con los consumidores finales.

Análisis:

- **Aunque tuvo un alcance moderado en cuanto redes**, logró una interacción que permitió conocer la información entre los grandes, medianos y pequeños distribuidores, alcanzando el objetivo de diversificar las ventas a través de la estrategia TaT.

I. Tarjeta Banco de Bogotá

CAMPAÑAS NOVIEMBRE

Tarjeta Banco de Bogotá

Dos Publicaciones

	Alcance	Interacción
Facebook	14.284	20
Instagram	936	10
X	113	14



ESCANEAR EL QR Y COMPLETAR EL DATOS

HISTORIAS Y POST

Ilustración 42: Campaña Tarjeta Banco de Bogotá

Objetivo: Promover la comodidad y beneficios de pago con esta tarjeta aliada.

Estrategia:

- **Historias y publicaciones** explicando las ventajas de la alianza.
- **Publicaciones** sobre sobre la alianza.

Resultados:

- **Buen desempeño en Facebook** con un alcance de 14.284 personas.
- **Alcance limitado**, especialmente en Instagram y X.
- **Baja interacción (Facebook: 20, Instagram: 10, X: 14)**, lo que indica que este tipo de contenido no generó mucho interés en la audiencia.

Análisis:

- **Logró un alcance e interacción** moderadas en todas las plataformas, pero alcanzó el objetivo central, de ser conocida por los grandes, medianos y pequeños distribuidores, quienes iniciaron el proceso con el Banco de Bogotá.

m. Reactivación Norte del Cauca



Ilustración 43: Campaña Reactivación Norte del Cauca

Objetivo: Incentivar el consumo del aguardiente Caucaño en el norte del departamento a través de distribuidores autorizados.

Estrategia:

- **Publicaciones** destacando la disponibilidad del producto.

Resultados:

- **Alcance en las plataformas**, con Facebook (4,760) y Tik Tok (3,003) como las más efectivas.
- **Interacción baja**, lo que sugiere que la campaña pudo haber requerido un enfoque más atractivo o incentivos para el público.

Análisis:

- **Buen Alcance y engagement en el Norte del Cauca**, lo que indica que la audiencia de estos territorios se sintió suficientemente atraída.

n. **Celebra con los tuyos, brinda con nosotros**



Ilustración 44: Campaña Celebra con los Tuyos, Brinda con Nosotros

Análisis de Diseño: Campaña “Celebra con los tuyos, brinda con nosotros”

La campaña asocia los productos de la Industria Licorera del Cauca con la época más familiar, la Navidad, y refuerza la idea de reunión, brindis y unión familiar. Los mensajes emotivos sobre compartir conectan con la dimensión afectiva del público, y la visibilidad de toda la línea de productos, en donde se muestran todas las botellas, enfatiza la variedad.

Objetivo: Posicionar el aguardiente Caucaño como la mejor opción para celebrar en diciembre.

Estrategia:

- **Publicaciones** en redes sociales durante el mes.
- Promoción del **Punto Caucano** y productos en la época decembrina.

Resultados:

- **Campaña más exitosa del año con alcance masivo en Facebook (408.232), TikTok (368.923), Instagram (250.454) y X (126.877).**
- **Interacciones muy altas en todas las plataformas**, reflejando el éxito de la campaña y el fuerte vínculo del aguardiente con las celebraciones.

Análisis:

- **Campaña más exitosa del año, con alcance masivo** en Facebook, Instagram y TikTok.
- La asociación con la **época decembrina** fue clave para el éxito.

Recomendaciones:

- Implementar un **reto en redes sociales** con fotos y videos brindando con aguardiente Caucano.
- Ofrecer promociones limitadas durante la temporada para reforzar la compra.

Conclusiones Generales

- **Las campañas más exitosas** fueron "**El Hincha más fiel**" y "**Celebra con los tuyos, brinda con nosotros**", debido a su fuerte vínculo emocional con la audiencia.
- **TikTok fue la red con mejor desempeño** en campañas de experiencia, recetas y festividad, mientras que Facebook sigue siendo clave para alcance masivo.
- Instagram y TikTok son claves para interacción en campañas experienciales.
- El contenido audiovisual (reels, videos) es fundamental para mejorar resultados.
- Las campañas con experiencias y concursos generan mayor engagement.

Otra de las campañas impulsadas desde la oficina de prensa y comunicaciones fue la campaña anticontrabando de aguardiente, la campaña representada en tres imágenes está claramente enfocada en la lucha contra el contrabando y la adulteración de licores, específicamente del aguardiente Caucano. Desde un punto de vista de marketing digital y estrategia publicitaria, esta campaña buscó educar al consumidor, generar conciencia sobre los riesgos del consumo de licor adulterado y fortalecer la confianza en el producto oficial.

¿Cómo identificar un AGUARDIENTE CAUCAÑO Original?

La tapa debe estar compacta y deben coincidir los diseños superior con el inferior.

El sinillo debe estar completo y en buen estado; ¡No floje! y debe partirse en dos partes iguales al destapar.

El número que aparece en la tapa debe coincidir con el de la etiqueta.

El contenido del Aguardiente debe ser completamente transparente y cristalino

¿Te gusta este contenido?

CLAVES PARA IDENTIFICAR EL AGUARDIENTE ADULTERADO

Verifica la cinta de seguridad de la tapa. Al abrir, debe partirse en dos partes iguales.

Verifica el cuello de plástico de la botella. **NO** debe tener rasgaduras o presentar fracturas.

La etiqueta debe estar en perfecto estado. **NO** debe presentar rasguños, roturas o faltantes.

Fecha de producción en botella y tapa deben ser iguales.

2-11C1132
18-JUL24

Contenido libre de partículas. Totalmente cristalino.

NO PONGAS EN RIESGO TU SALUD

PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. 29% VOL.

LA INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA NO COMERCIALIZA EL AGUARDIENTE EN PORRONES

EL AGUARDIENTE EN PORRÓN PUEDE PROVOCAR ALTERACIONES NEUROLÓGICAS, CONVULSIONES, INTENSOS DOLORS DE CABEZA, DAÑOS OCULARES IRREVERSIBLES, ADEMÁS DE GENERAR PROBLEMAS RENALES Y HEPÁTICOS.

NO PONGAS EN RIESGO TU SALUD

PROHÍBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD. EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD. 29% VOL.

Ilustración 45: Campaña Anticontrabando

Objetivos de la campaña:

Educación del consumidor:

- Explica cómo identificar un aguardiente original a través de elementos de seguridad como la tapa, el sello, la etiqueta y la transparencia del contenido.
- Advierte sobre los peligros del consumo de aguardiente adulterado y la comercialización ilegal en envases no oficiales (porrones).

Prevención de riesgos para la salud:

- La segunda imagen alerta sobre los efectos negativos del consumo de aguardiente de contrabando o adulterado (convulsiones, daños neurológicos, problemas hepáticos y renales).
- Refuerza la idea de que la única forma segura de consumir el licor es adquiriéndolo en envases oficiales y siguiendo las medidas de identificación explicadas.

Protección de la marca y lucha contra el contrabando:

- Se busca evitar la falsificación de productos y el daño a la reputación de la marca Aguardiente Caucano.
- Refuerza la idea de que la empresa no comercializa su licor en envases distintos a los oficiales, ayudando a los consumidores a evitar fraudes.

Resultados esperados de la campaña:

- Mayor confianza del consumidor: Los clientes estarán más informados y podrán identificar fácilmente un producto original, lo que genera más confianza en la marca.
- Reducción del consumo de licor adulterado: Al hacer visibles los peligros del contrabando, se puede reducir la demanda de estos productos ilegales.
- Aumento de ventas de productos oficiales: Si los consumidores prefieren el producto seguro, la empresa puede ver un incremento en sus ventas al posicionarse como una marca confiable.
- Apoyo a las autoridades en la lucha contra el contrabando: Al educar a los consumidores, la campaña contribuye a la reducción de la comercialización de productos ilegales, lo que también beneficia a la industria formal y a la recaudación de impuestos.

Esta campaña fue efectiva porque combina información visual clara, advertencias directas y refuerzo positivo sobre el producto oficial. Además, apela a la seguridad y bienestar del consumidor, lo que genera una respuesta emocional que puede incentivar a los clientes a evitar productos ilegales y optar por el aguardiente original. En conclusión, las estrategias de marketing digital implementadas en 2024 para la promoción del aguardiente Caucano lograron consolidar la marca en distintos contextos de celebración y cultura popular. A través de diseños atractivos, contenido audiovisual de alta calidad y una narrativa cercana a los caucanos, se logró fortalecer el arraigo cultural del producto.

Las campañas con mejor desempeño se caracterizaron por:

- Alto contenido visual y de video corto (TikTok e Instagram).
- Interacción con influenciadores y concursos participativos.
- Vinculación con celebraciones tradicionales (Ferias, Fútbol, Amor y Amistad, Navidad).

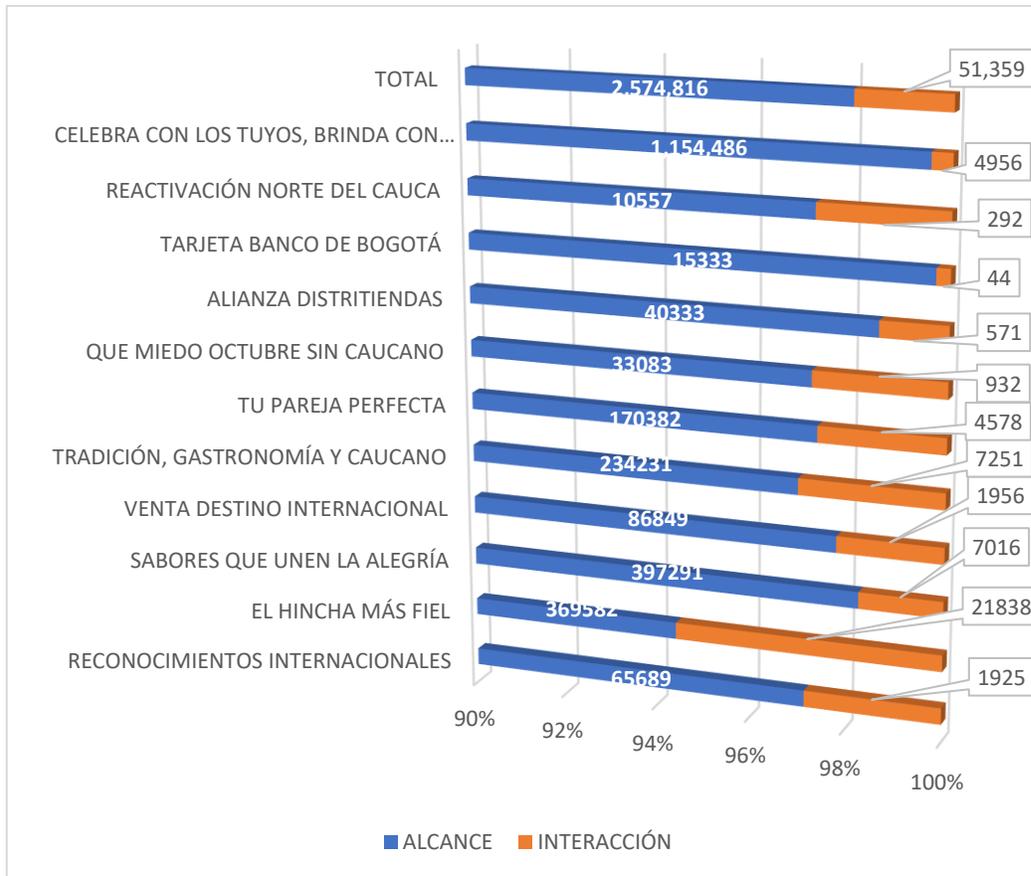


Tabla 20: Balance Campañas 2.024

6. Otros medios

Aportando al Cauca: Este medio se destacó por su cobertura digital y la publicación de contenido temático sobre el impacto de la Industria Licorera del Cauca en la región. La integración de historias de interés social y económico permitió conectar emocionalmente con las comunidades locales, mientras se fortalecía la imagen institucional.

OvidioHoyos.com: Este portal de noticias digitales contribuyó con la difusión de notas relevantes para la marca, logrando un promedio de 50 impactos mensuales en su audiencia regional. Su enfoque en noticias del Cauca permitió posicionar la marca en un contexto de actualidad.

Fernando López (Voice Over): A través de la contratación de este servicio, se realizaron grabaciones de cuñas radiales, perifoneos y producciones audiovisuales con calidad profesional. Estas piezas fortalecieron el mensaje de marca, asegurando una comunicación clara y persuasiva.

MEDIOS ALIADOS

Aportando al Cauca
CONTRATO 093-2024
CONTRATO 168-2024

Fecha de inicio
07/05/2024

↓

Fecha de Cierre
30/09/2024
5 MESES

Fecha de inicio
13/11/2024

↓

Fecha de Cierre
31/12/2024
2 MESES

TOTAL MESES: 7

Contenido en portal web del medio de comunicación

Replica el contenido que se publica en las redes sociales de la Industria Licorera del Cauca.

MEDIOS ALIADOS

Ovidio Hoyos
CONTRATO 067-2024

Fecha de inicio
01/04/2024

↓

Fecha de Cierre
30/09/2024

TOTAL MESES: 6

Redacción de notas con información relevante de la Industria Licorera del Cauca y de la marca Aguardiente Caucaño.

MEDIOS ALIADOS

Fernando López
CONTRATO 075-2024
CONTRATO 173-2024

Fecha de inicio
08/04/2024

↓

Fecha de Cierre
30/09/2024
6 MESES

Fecha de inicio
15/11/2024

↓

Fecha de Cierre
31/12/2024
2 MESES

TOTAL MESES: 8

Grabación de cuñas radiales, perifoneos y voz off de producciones audiovisuales

Ilustración 46: Balance Campañas 2.024

Resultados alcanzados

Cobertura y alcance

Radio: La combinación de emisoras nacionales, regionales y comunitarias logró una cobertura total del departamento del Cauca, alcanzando incluso zonas rurales de difícil acceso.

Televisión: La programación seleccionada aseguró una audiencia consistente y enfocada en la región.

Prensa escrita y digital: La presencia simultánea en medios impresos y digitales como Proclama y Meridiano Regional fortalecieron la percepción de marca.

Redes sociales: Las campañas en plataformas digitales alcanzaron más de 2 millones de usuarios acumulados.

Impacto publicitario

Radio: Se ejecutaron más de 15.000 emisiones anuales, consolidando el posicionamiento en medios auditivos.

Televisión: Los 90 impactos televisivos transmitieron mensajes clave en formato audiovisual.

Prensa escrita y digital: Las publicaciones reforzaron la identidad visual y el alcance en medios digitales amplió la interacción con la audiencia.

Redes sociales: La interacción acumulada de todas las campañas superó los 50.000 compromisos directos con usuarios.

Balance general de ejecución

Cumplimiento contractual: Todos los contratos con medios se ejecutaron conforme a los términos establecidos. No se reportaron anomalías.

Medios escritos: ABC, Meridiano Regional y Proclama sobresalieron por su alcance dual (impreso y digital en dos de ellos) y la calidad de sus publicaciones.

Medios digitales y redes sociales: Las estrategias online permitieron llegar a públicos modernos y tecnológicamente conectados, asegurando impacto en segmentos clave.

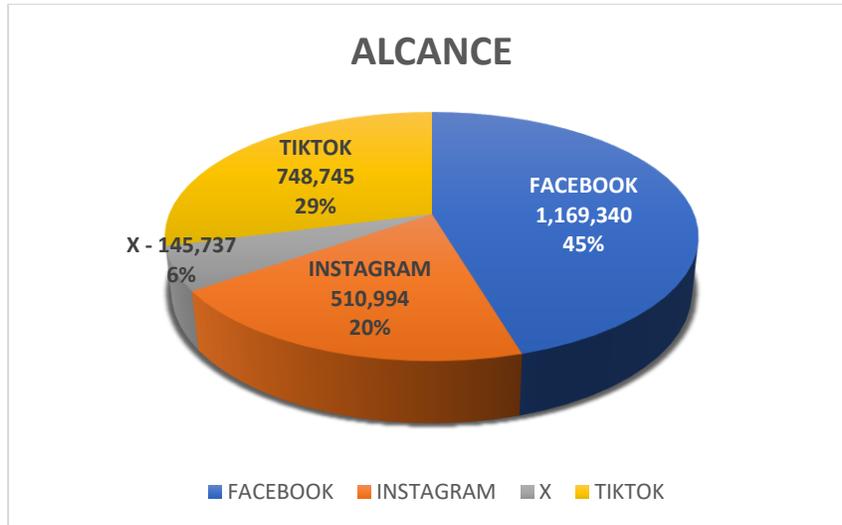


Ilustración 47 Alcance Redes Sociales:

7. Estrategia de Acompañamiento y Respaldo al Comercio Nocturno

La industria Licorera del Cauca estableció 12 convenios comerciales con establecimientos estratégicos nocturnos, enmarcados en alianzas comerciales diseñadas para fortalecer la distribución y comercialización del Aguardiente Caucaño.

a. Objetivo de los Convenios

La estrategia implementada tiene como propósito garantizar la presencia del Aguardiente Caucaño en establecimientos de alto tráfico y consumo, mediante acuerdos que incluyen:

- Suministro de producto (en cajas) ajustado al 10% de la compra mensual del establecimiento.

- Compromisos de visibilidad y exclusividad publicitaria en cada punto de venta.
- Condiciones equitativas para todos los aliados, asegurando un esquema justo de distribución de producto.

Este enfoque permite fortalecer la presencia de la marca en bares y discotecas de alta rotación, optimizando la comercialización del producto.

b. Análisis de los Convenios

Los convenios fueron establecidos con bares, discotecas y centros de entretenimiento nocturno en diversas zonas estratégicas de la ciudad con los siguientes establecimientos.

c. Establecimientos aliados

- Cantina VIP SAS
- Síguelo Salsa Club
- Los Barriles de Alcalá
- La Celosa Ranchenato
- Leyenda Vallenata Popayán
- Café Bar New York
- Arena Rose Popayán
- Sandunga VIP
- Centro Social El Bambú
- Level Club Popayán
- Estadero familiar Don Berna
- Avenida Night
-

Estos establecimientos representan puntos de alto consumo de Aguardiente Caucaño, asegurando una distribución efectiva entre clientes que disfrutaran del ocio nocturno.

d. Ajuste del suministro de producto

Una de las particularidades de estos convenios es que la cantidad de aguardiente suministrado a cada establecimiento se determinó en función del 10% de su compra mensual. Esto garantiza que:

- Cada establecimiento reciba una cantidad proporcional a su nivel de consumo y ventas.
- Se aplique una misma métrica de evaluación, evitando discrepancias en la asignación de producto.

- Se fomente la fidelización del establecimiento, ya que, a mayor volumen de compra, mayor será el beneficio recibido.

Ejemplo de distribución según esta regla:

- Veintiún (21) cajas en 3 meses de convenio para el establecimiento Síguelo Salsa Club, por la compra de 210 cajas (70 mensuales) de Aguardiente Caucano en los distribuidores oficiales de la Industria Licorera del Cauca.
- Quince (15) cajas en 3 meses de convenio para el establecimiento Los Barriles de Alcalá.

Este modelo permite una gestión eficiente y equitativa, asegurando que cada aliado reciba un beneficio proporcional a su desempeño comercial.

e. **Contraprestaciones recibidas**

Como parte de los convenios, los establecimientos se comprometen a proporcionar espacios de visibilidad y exclusividad publicitaria para el Aguardiente Caucano, incluyendo:

- Publicidad en pantallas dentro del establecimiento.
- Presencia en menús y cartas de licores.
- Promoción del aguardiente en eventos especiales organizados por el establecimiento.

Esto refuerza el posicionamiento de la marca en ambientes de consumo activo, incentivando la preferencia del cliente final.

f. **Fortalezas de la Estrategia**

- Modelo de distribución justo y eficiente, basado en el volumen de compra mensual de cada establecimiento.
- Mayor exposición publicitaria en puntos clave de entretenimiento nocturno.
- Vinculación directa entre consumo y beneficio, motivando a los aliados a aumentar sus compras.
- Presencia constante del Aguardiente Caucano en los lugares de mayor consumo y celebraciones.

g. **Resultados de la Estrategia**

- Cantidad total de producto percibido por los establecimientos: 546 cajas de Aguardiente Caucano.
- Cantidad total de ventas generadas a través de esta estrategia: 5,460 cajas vendidas, estimando que el suministro correspondió al 10% de la compra mensual de cada establecimiento.

Estos resultados reflejan la efectividad del modelo de convenios comerciales para fortalecer la comercialización del Aguardiente Caucano en el sector nocturno.

7. GESTION DIVISIÓN DE PRODUCCIÓN

Perspectiva Clientes:	SOMOS LA INDUSTRIA DE LOS SABORES QUE UNEN
Dimensión:	DIMENSION DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO
Política:	POLITICA DE GESTION PRESUPUESTAL Y EFICIENCIA EN EL GASTO PUBLICO
Meta 2024:	3.400.000 UNIDADES DE LICOR 750 c.c. PRODUCIDAS
Meta alcanzada 2024	3.404.602
Responsable:	JAIME HUMBERTO MENDOZA

De acuerdo a la programación de producción se tenía planteada la producción 3.400.000 unidades normalizadas a 750 cc. de las cuales, se realizaron 3.404.602, tal como se muestra en la siguiente tabla

CÓDIGO ARTÍCULO	PRODUCTOS	FECHAS	UNIDADES PLENAS	UNIDADES 750
901001	M/ BOTELLA TRADICIONAL	feb-24	191.472	95.736
901002	BOTELLA TRADICIONAL	feb-24	95.988	95.988
901007	GARRAFA TRADICIONAL	feb-24	21.090	49.210
901029	GARRAFA SIN AZUCAR	feb-24	7.380	17.220
901001	M/ BOTELLA TRADICIONAL	mar-24	135.000	67.500
901021	M/ BOTELLA SIN AZUCAR	mar-24	131.784	65.892
901002	BOTELLA TRADICIONAL	mar-24	90.576	90.576
901022	BOTELLA SIN AZUCAR	mar-24	66.168	66.168
903003	GINEBRA	mar-24	636	636
903002	CREMA ANIS ESCARCHADA	mar-24	516	258
903004	CREMA CURACAO ESCARCHADA	mar-24	510	255
903003	CREMA MENTA ESCARCHADA	mar-24	474	237
901001	M/ BOTELLA TRADICIONAL	abr-24	571.944	285.972
901021	BOTELLA TRADICIONAL	abr-24	125.304	125.304
903003	CREMA MENTA ESCARCHADA	abr-24	498	249
903004	CREMA CURACAO ESCARCHADA	abr-24	534	267
901002	BOTELLA TRADICIONAL	may-24	217.056	217.056
901001	M/ BOTELLA TRADICIONAL	may-24	76.728	38.364
901022	BOTELLA SIN AZUCAR	may-24	6.240	6.240
901024	M/ BOTELLA PETH SIN AZUCAR	may-24	1.200	600
901001	M/ BOTELLA TRADICIONAL	jun-24	118.944	59.472
901021	M/ BOTELLA SIN AZUCAR	jun-24	110.064	55.032

Gobernación
del Cauca

CÓDIGO ARTÍCULO	PRODUCTOS	FECHAS	UNIDADES PLENAS	UNIDADES 750
901002	BOTELLA TRADICIONAL	jun-24	101.940	101.940
901022	BOTELLA SIN AZUCAR	jun-24	29.292	29.292
901024	M/ BOTELLA PETH SIN AZUCAR	jun-24	12.024	6.012
901036	BOTELLA SABORIZADO MANDARINA	jun-24	1.380	1.380
901002	BOTELLA TRADICIONAL	jul-24	246.228	246.228
901001	M/ BOTELLA TRADICIONAL	jul-24	108.840	54.420
901007	GARRAFA TRADICIONAL	jul-24	12.684	29.596
901029	GARRAFA SIN AZUCAR	jul-24	10.980	25.620
901036	BOTELLA SABORIZADO MANDARINA	jul-24	4.512	4.512
903002	CREMA ANIS ESCARCHADA	jul-24	432	216
901004	M/BOTELLA PETH TRADICIONAL	jul-24	2.160	1.080
901002	BOTELLA TRADICIONAL	ago-24	408.120	408.120
901001	M/ BOTELLA TRADICIONAL	ago-24	190.032	95.016
901007	GARRAFA TRADICIONAL	ago-24	5.532	12.908
901004	M/BOTELLA PETH TRADICIONAL	ago-24	7.104	3.552
901001	M/ BOTELLA TRADICIONAL	sep-24	350.280	175.140
901002	BOTELLA TRADICIONAL	sep-24	54.864	54.864
903004	CREMA CURACAO ESCARCHADA	sep-24	540	270
903003	CREMA MENTA ESCARCHADA	sep-24	528	264
903002	CREMA ANIS ESCARCHADA	sep-24	504	252
901036	BOTELLA SABORIZADO MANDARINA	sep-24	6.312	6.312
901037	AGUARDIENTE ANISADO LIMON 750	sep-24	12.516	12.516
901002	BOTELLA TRADICIONAL	oct-24	141.336	141.336
901041	M/ BOTELLA TRADICIONAL EXPORTACION	oct-24	96.000	48.000
901001	M/ BOTELLA TRADICIONAL	oct-24	62.736	31.368
901042	BOTELLA TRADICIONAL EXPORTACION	oct-24	58.200	58.200
901004	M/BOTELLA PET TRADICIONAL	oct-24	12.600	6.300
901002	BOTELLA TRADICIONAL	nov-24	269.292	269.292
901007	GARRAFA TRADICIONAL	nov-24	16.902	39.438
901022	BOTELLA SIN AZUCAR	dic-24	36.996	36.996
901001	M/ BOTELLA TRADICIONAL	dic-24	290.160	145.080
901036	BOTELLA SABORIZADO MANDARINA	dic-24	12.336	12.336
903002	CREMA ANIS ESCARCHADA	dic-24	540	270
903003	CREMA MENTA ESCARCHADA	dic-24	504	252
903004	CREMA CURACAO ESCARCHADA	dic-24	528	264
901024	M/ BOTELLA PETH SIN AZUCAR	dic-24	6.912	3.456
901021	M/ BOTELLA SIN AZUCAR	dic-24	4.992	2.496





CÓDIGO ARTÍCULO	PRODUCTOS	FECHAS	UNIDADES PLENAS	UNIDADES 750
901004	M/BOTELLA PET TRADICIONAL	dic-24	3.552	1.776
TOTAL:				3.404.602

Tabla 21: Producción IL Cauca 2.024

La meta establecida para el año 2024 fue de 4.200.000 unidades de botellas de 750 c.c, sin embargo, a partir de los análisis del mercado, la incidencia de nuevas tendencias y la incertidumbre generada por el fallo ante la demanda de inconstitucionalidad del Artículo 28 de la Ley 1816 suscitada durante toda la vigencia y la afectación de la misma en la rotación de productos en el mercado local, tal como se describió, en acápite anteriores, atendiendo a la baja de la meta de venta, la meta de producción se modificó a 3.400.000 unidades de 750 cc, cantidad aprobada en junta directiva según acta número 5 del 19 de diciembre de 2024.

Bajo estas condiciones, la meta de producción respecto a la inicial correspondió al 81%, es decir que meta se redujo en 19% con relación a la meta de producir 4.200.000 unidades de botella 750 c.c. La meta lograda con la determinación de producir 3.400.000 corresponde al 100% y el excedente de 4.602 unidades obedece al uso de materia prima y la política de optimización de la misma, la cual se hace necesaria por las mediciones técnicas del proceso de producción. Este cumplimiento representó un 100,1% de la meta ajustada de producción 2024.

Informe de Tiempos Muertos

Debido a la situación presentada por el incumplimiento de los tiempos del plan de producción inicialmente estipulada hasta el 31 de octubre, se realiza un análisis de los tiempos muertos de producción haciendo un análisis de causa, soportado en la FOMA 41, de la cual se extrae una tabla resumen, adjunta a este informe, en donde muestran las causas por las cuales el proceso de producción estuvo detenido en el año 2023 y año 2024, para establecer un comparativo. Así mismo se realiza un diagrama de Pareto, en donde se puede observar la incidencia de la causa que más se presentó en el cada uno de los años

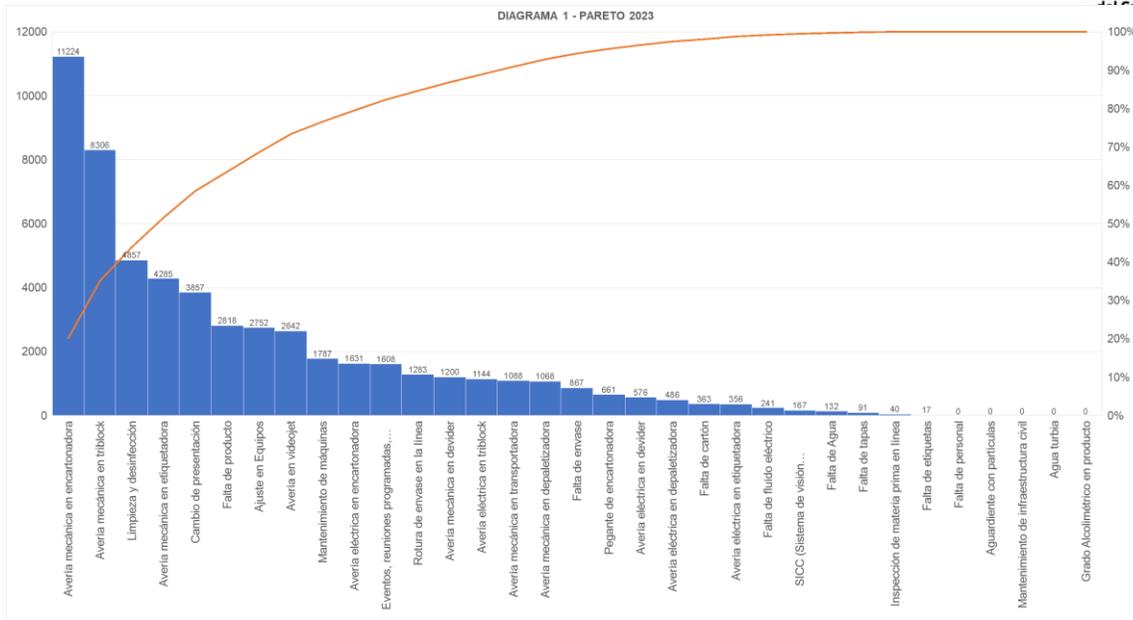


Ilustración 48: Diagrama 1 Tiempos Muertos 2.023

Diagrama 1: Diagrama de Pareto para evidenciar la mayor incidencia de las causas en el año 2023, en donde se puede observar que el mayor impacto fue generado por un daño que hubo en la máquina encartonadora durante 187 horas, el total de tiempo en el año por todas las causas, fue 926 horas; este tiempo ocurrió en varias ocasiones de manera simultánea, por lo tanto, no es tiempo corrido.

Para el año 2024:

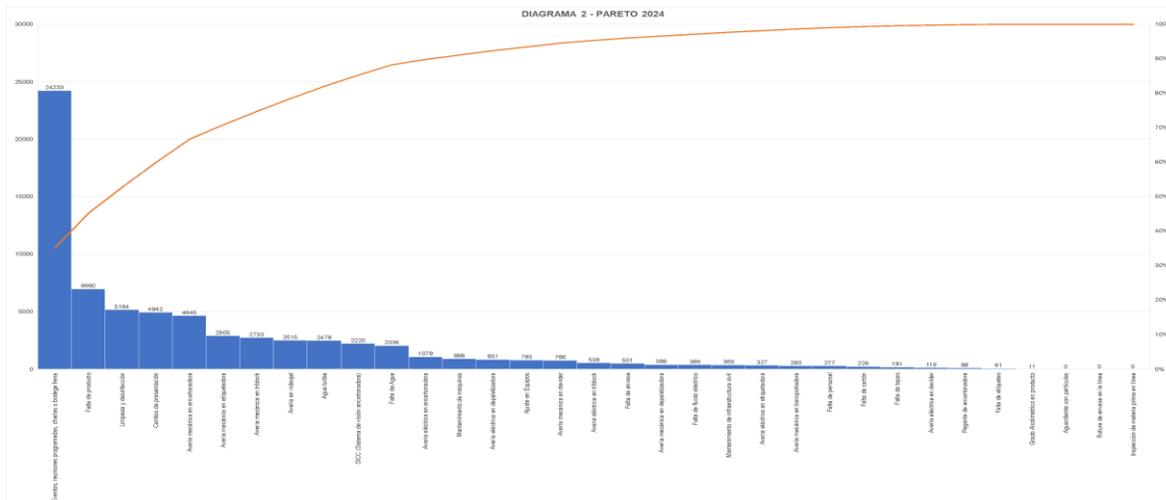


Ilustración 49 Diagrama 1 Tiempos Muertos 2.024

Diagrama 2: Diagrama de Pareto para evidenciar la mayor incidencia de las causas en el año 2024, en donde se puede observar que el mayor impacto fue generado por las bodegas de producto terminado llenas y/o reuniones, durante 404 horas, el



Gobernación del Cauca



total de tiempo en el año por todas las causas, fue 1.150 horas; este tiempo ocurrió en varias ocasiones de manera simultánea, por lo tanto, no es tiempo corrido.

Estos tiempos muertos impactan el tiempo disponible para el cumplimiento del plan sin embargo, es necesario evaluar el impacto de la maquinaria en estos tiempos muertos, esto se hace mediante el indicador de mantenimiento (% de disponibilidad operacional), a continuación, la gráfica comparativa de la disponibilidad operacional entre los años 2023 y 2024

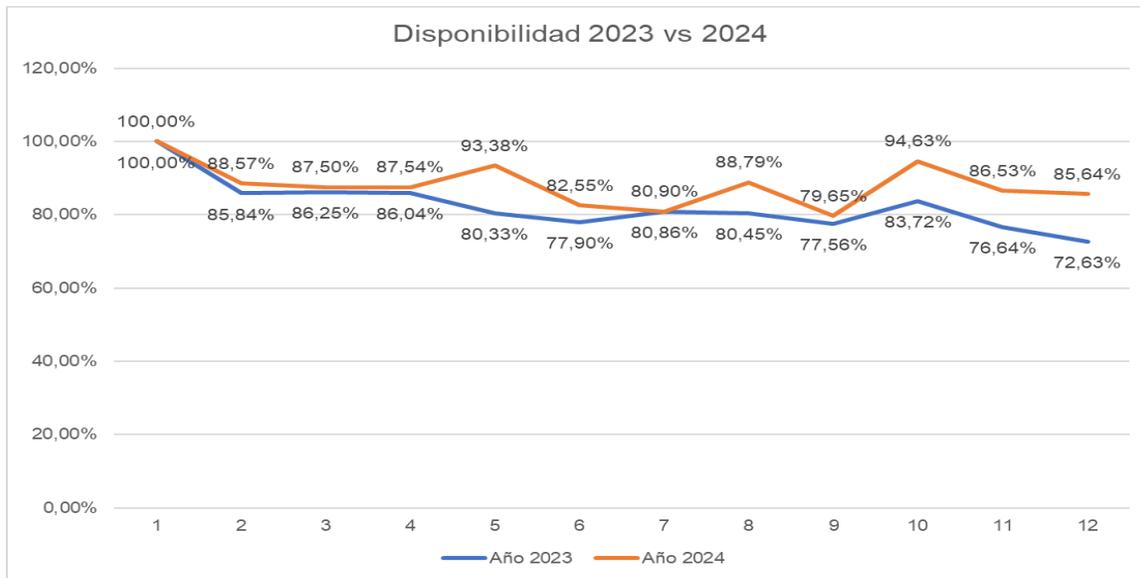


Ilustración 50: Comparativo Disponibilidad 2.023- 2.024

Se puede observar que el impacto de la maquinaria y en general de la infraestructura de producción en los tiempos muertos de la producción es mínima comparada con el gran impacto de la disponibilidad de bodegas para almacenamiento de producto terminado.

Gestión Ambiental

La gestión de los residuos aprovechables, se gestionan a través de un convenio con la Asociación AREMARPO, adjunto archivo "Certificado AREMARPO 2024.pdf", en donde se evidencia la recolección.

Proyecto de Economía Circular

El objetivo del programa que es:Garantizar el cumplimiento legal de la Resolución 1407 del 26 de julio de 2018, así como promover el aprovechamiento de envases y empaques para lograr un impacto social y ambiental, como la protección de marca, buscando disminuir la adulteración de los productos, disminución de impactos ambientales y la huella de carbono, compromiso con la sostenibilidad empresarial y trabajo articulado con grupos de recicladores del departamento del Cauca. Las

estrategias implementadas para el logro de dicho objetivo en la vigencia 2024 fueron las siguientes:

- Recolección y aprovechamiento
- Rutas de recolección selectiva establecidas con trazabilidad
- Rutas de recolección desde la fuente de generación con el gestor AREMARPO
- Rutas selectivas establecimientos de comercio con doble impacto (Ambiental y contra adulteración). Entregar al transformador (CRISTALERIA PELDAR S.A) los residuos de envases y empaques para cumplir las cantidades de la meta establecida para cada año según lo establece la resolución 1407 de 2018 1407 y 1342 de 2020.

La meta de aprovechamiento se calculó según la resolución 1407 de 2018, para el año 2024 se estableció como el 16% de los envases y empaques puestos en el mercado por los productores en el año 2024.

Tabla 23 Meta 2024 Cauca.

Meta Cauca Ley	16%
Toneladas a Recuperar Ley	187,78 ton
Indicador Línea Base	3.459 ton
Cumplimiento ley Cauca	289%

Tabla 22: Meta de Aprovechamiento 2.024 Fuente División Producción

Se adelanta una alianza estratégica con gestores para recolección y trazabilidad que permitieron la gestión de los residuos de envases empaques y disminución de la adulteración y protección de marca.

Proyecto Ambiental

El proyecto ambiental se operativizó mediante el Convenio AREMARPO (Asociación de Recolectores de Materiales Reciclables de Popayán), y su objetivo es: Fomentar el reciclaje de residuos aprovechables como: papel, cartón, plástico y vidrio, que se generan al interior de las instalaciones de La Industria Licorera del Cauca, para dar un adecuado manejo y disposición final.

Las estrategias implementadas para el desarrollo del proyecto ambiental fueron las siguientes:

- Rutas de recolección interna
- Separación y clasificación de los residuos aprovechables
- Fomentar la reducción en la fuente
- Campañas de reciclaje
- Reutilización y reciclaje

La meta de aprovechamiento lograda en 2024 de residuos para tal fin fue de 3.350 kilogramos representados en Cartón, plegadiza, vidrio y plástico, dentro del programa de aprovechamiento de materiales reciclables a través de la ruta selectiva de reciclaje desarrollada por la Asociación de Recolectores de Materiales Reciclables de Popayán “AREMARPO”, colaborando con la conservación del medio ambiente y promoviendo desarrollo social de los recicladores de Popayán

Respecto a los residuos peligrosos, cuyo objetivo es: Establecer los criterios para el manejo integral de los residuos peligrosos generados al interior de La Industria Licorera del Cauca, dando cumplimiento a lo establecido en la normativa ambiental vigente, se realizaron estrategias como:

- Reducir la generación de residuos, con la consiguiente reducción de costos de las tecnologías de tratamiento “al final del proceso” (incluyendo la disposición final).
- Prevención, minimización y gestión ecológicamente racional de los residuos peligrosos
- Clasificar, rotular, almacenar, tratar y disponer
- Participación campaña Posconsumo

La recolección de los residuos peligrosos para el año 2024 fue de 715,8 kilogramos.

8. GESTIÓN SECCION DE MANTENIMIENTO

Perspectiva Procesos Internos: SOMOS LA INDUSTRIA DE LOS SABORES QUE UNEN

Dimensión: DIMENSION DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO

Política: POLITICA DE GESTION PRESUPUESTAL Y EFICIENCIA EN EL GASTO PUBLICO

Meta 2024: PORCENTAJE DE DISPONIBILIDAD OPERACIONAL Entre 90%<94%

Meta alcanzada 2024 87,97%

Responsable: JUAN MANUEL SEGURA

Programa de Mantenimiento 2024 – Doma 05

En virtud de la planeación del proceso de mantenimiento, se desarrolla el programa de mantenimiento para la infraestructura de producción, que está codificado en el sistema de gestión de la calidad como DOMA 05 – Programa de Mantenimiento.

El grado de cumplimiento del programa fue al 100%, en algunas actividades se corrieron las fechas de ejecución por practicidad y disponibilidad del proceso productivo. La evidencia de la efectividad de la ejecución del plan es el indicador clave del proceso que es el porcentaje de disponibilidad operacional cuya meta estaba estipulada por encima de 90% en promedio, el resultado fue en 87,97%, en promedio anual, debido a que septiembre se presentó una falla en la máquina encartonadora y en la depaletizadora que ocasionó una baja en dicho indicador, sin embargo se obtuvieron resultados nunca antes registrados como 93,38% en el mes de mayo y de 94,63% en el mes de octubre. Se adjunta la evidencia de la ejecución.

- Porcentaje de disponibilidad:

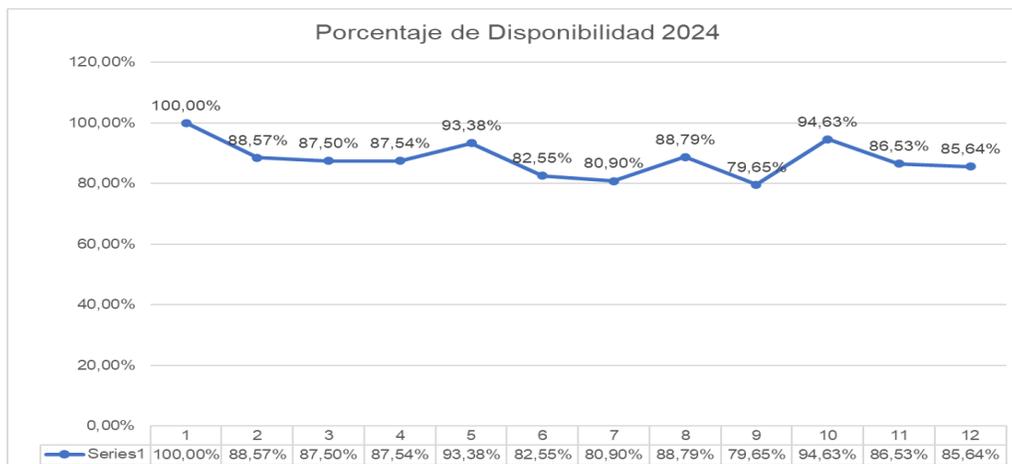


Ilustración 51: Porcentaje de Disponibilidad 2.024

9. GESTIÓN DIVISIÓN ADMINISTRATIVA

Perspectiva Procesos Internos:	PRODUCIMOS LICORES CON LA FUERZA QUE NOS UNE
Dimensión:	DIMENSION DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO
Política:	POLITICA DE GESTION PRESUPUESTAL Y EFICIENCIA EN EL GASTO PUBLICO
Meta 2024:	95%EFICACIA ADMINISTRATIVA
Meta alcanzada 2024	85%
Responsable:	SAMIR EDUARDO OROZCO

La División Administrativa de La industria licorera Del Cauca realizó las gestiones correspondientes al mejoramiento de la infraestructura física de la institución por medio de la ejecución de los contratos así:

No.	EDIFICACION	AREA (m2)	AREA INTERVENIDA (m2)	ACTIVIDAD REALIZADA	CONTRATO
1	Bodega de envasado	1098.9	10298.9	Lavado de cubierta y pintura de cerchas metálicas.	138-2024
2				Pintura de paredes general y mejoramiento de piso en área de planta eléctrica	Cuadrilla ILC
3	Bodega de Producto Terminado 1	740	740	Instalación de tejas upvc	138-2024
4	Bodega de Producto Terminado 2	609	609	Instalación de tejas upvc	138-2024
5				Resane y pintura de paredes en bodega.	Cuadrilla ILC
5	Creimas	354	354	Resane y pintura de paredes en bodega. Lavado de cubierta	Cuadrilla ILC
6	Ampliación área de Bodegaje de producto terminado	629	629	Instalación de estructura metálica y tejas upvc.	090-2024
8	Instalaciones ILC	700	700	Resane y pintura de paredes en general (Pasillos, bodegas y producción)	Cuadrilla ILC
TOTAL		4130.9 M2			
7	Edificio Administrativo	Global	Global	Suministro e instalación de muebles en Recepción, Gerencia y Cocina.	098-2024

Tabla 23: Relación Mejoramiento Infraestructura

No.	CONTRATO No.	OBJETO	VALOR
1	138-2024	“REALIZAR LA MANO DE OBRA DE LIMPIEZA, MANTENIMIENTO, DESMONTE E INSTALACIÓN DE CUBIERTA EN LAS INSTALACIONES DE LA INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA”	\$131.981.250
2	090-2024	ADECUACIÓN Y/O MEJORAMIENTO DE LA BODEGA DE ALMACENAMIENTO DE PRODUCTO TERMINADO DE LA INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA	\$810.343.249
3	098-2024	CONTRATAR EL SUMINISTRO E INSTALACIÓN DE MUEBLES Y ENCERES CON DESTINO A RECEPCIÓN, GERENCIA Y COCINA, PARA OPTIMIZAR LOS ESPACIOS CUMPLIENDO CON LOS ESTÁNDARES DE CALIDAD LA INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA. DE ACUERDO CON LAS ESPECIFICACIONES TÉCNICAS ESTABLECIDAS POR EL ÁREA RESPONSABLE.	\$56.739.832.02

Tabla 24: Contratación de Obra

Adicionalmente a las acciones realizadas al mejoramiento de la infraestructura física de la institución, La División Administrativa ejerciendo sus funciones de Supervisión a través del Jefe de la División Samir Eduardo Orozco Valdes, se logra obtener la Licencia de Construcción No. 190012240065, que corresponde al Proyecto TRASLADO DE LA PLANTA PRODUCTORA DE LICORES DE LA INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA EN EL PARQUE INDUSTRIAL.

La ejecución de las gestiones administrativas que permitieron el mejoramiento de la infraestructura para la opertividad de la Industria Licorera del Cauca se describe con el siguiente detalle:

1. Contrato No. 090-2024:

No. Contrato	090 de 2024
Objeto:	“ADECUACIÓN Y/O MEJORAMIENTO DE LA BODEGA DE ALMACENAMIENTO DE PRODUCTO TERMINADO DE LA INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA”
FECHA DE ACTA DE INICIO	27/05/2024
VALOR DEL CONTRATO INICIAL	QUINIENTOS CUARENTA MILLONES TRECIENTOS SESENTA Y UN MIL DOSCIENTOS CUARENTA Y NUEVE PESOS MC/TE. (\$ 540.361.249)
OTROSI No. 2	ADICIONAR \$269.982.000 Y PRORROGAR DOS MESES MAS
VALOR DEL CONTRATO FINAL	\$ 810.343.249
OTROSI No. 4	AMPLIAR PLAZO HASTA 31 DICIEMBRE DE 2024



Gobernación del Cauca



SUSPENSION No.1	SUSPENSION DESDE EL 30 DICIEMBRE 2024 HASTA EL 20 DE ENERO 2025.
------------------------	--

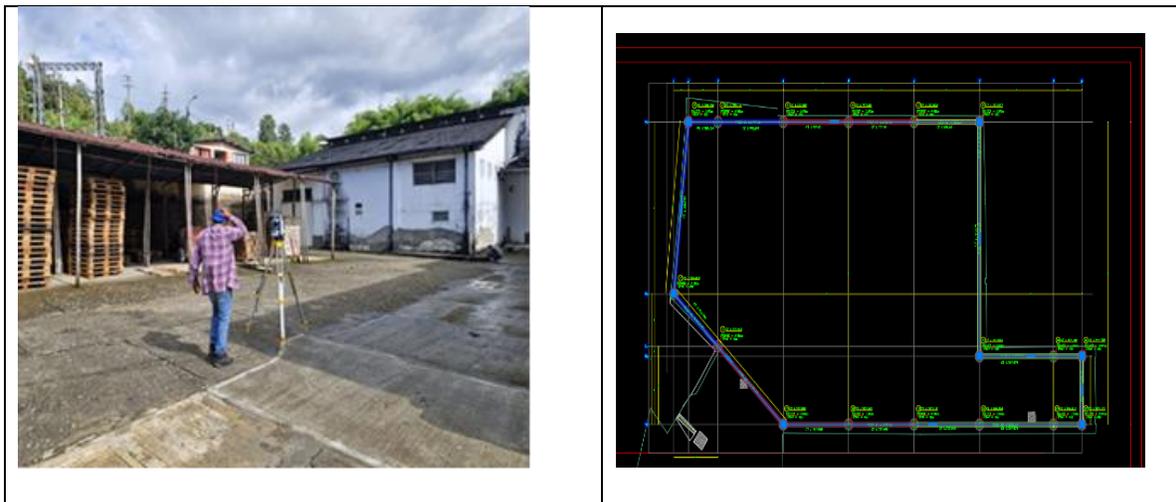
Relación de pagos y avance:

No. Pago	Valor	Concepto	Valor Pagado	Amortizado	% Avance
1	\$162.108.374	Pago de anticipo	\$162.108.374	\$0	0%
2	\$ 354.217.517	Pago Acta No.1	\$ 247.952.261.90	\$106.265.255	43.7%
3	\$ 187.276.438	Pago Acta No. 2	\$ 131.433.318	\$55.843.119	66.8%
4	\$ 117.913.006	Pago Acta No. 3		\$0	81.4%

Avance físico: A la fecha se evidencia un avance físico del 81.4%.

Registro Fotográfico: A continuación, se muestra el registro fotográfico de algunas de las actividades contractuales que validan el avance actual:

Localización y Replanteo:



Demolición de concretos:



Fundición de Concretos:



Pilotaje:



Obras hidráulicas de manejo de aguas lluvias:



Estructura metálica y cubierta:



2. Contrato No. 138 – 2024:

No. Contrato	138 de 2024
Objeto:	“REALIZAR LA MANO DE OBRA DE LIMPIEZA, MANTENIMIENTO, DESMONTE E INSTALACIÓN DE CUBIERTA EN LAS INSTALACIONES DE LA INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA”
FECHA DE ACTA DE INICIO	03/09/2024
VALOR DEL CONTRATO INICIAL	CIENTO DOCE MILLONES CUATROCIENTOS OCHENTA Y UN MIL DOSCIENTOS CINCUENTA PESOS M/CTE. (\$112.481.250)
OTROSI No. 2 (Tiempo y valor)	ADICIONAR \$19.500.000 Y PRORROGAR PLAZO HASTA EL 30 DE DICIEMBRE DE 2024
VALOR DEL CONTRATO FINAL	\$ 131.981.250

Avance físico:

A la fecha se evidencia un avance físico del 81.3%.

Registro Fotográfico:

Pintura de perlines y aplicación de anticorrosivo:



Desmonte de cubiertas Bodega 2 - Producto Terminado:



Instalación de cubiertas Bodegas 2 y 1 – Producto Terminado:



Cuadrilla de Trabajo

La cuadrilla se conforma por un maestro de construcción y cuatro ayudantes.

Las acciones realizadas por la cuadrilla están encaminadas en mantener las instalaciones físicas en buenas condiciones, para ello se hace necesario realizar algunas acciones de mantenimiento correctivo en los casos que se presente el deterioro de la infraestructura física. Para los casos en que se realice una actividad para conservar el buen estado de la infraestructura física, se le conoce como mantenimiento preventivo.

A continuación, se comparte registro fotográfico de algunas de las acciones correctivas realizadas por la cuadrilla de trabajo de la Industria Licorera Del Cauca:

Cremas:

Lavado y pintura de cubierta.

Finalmente es oportuno mencionar que las acciones correctivas adelantadas por la cuadrilla en las diferentes áreas de la ILC, aportaron para dar un enlucimiento general a la planta física institucional y recibo de la visita del INVIMA, quien posteriormente otorgó la Recertificación en Buenas Prácticas de Manufactura.

8. GESTIÓN SECCION CONTROL CALIDAD

Perspectiva Procesos Internos:	PRODUCIMOS LICORES CON LA FUERZA QUE NOS UNE
Dimensión:	DIMENSION GESTION CON VALORES DE RESULTADOS
Política:	
Meta 2024:	PORCENTAJE DE NO CONFORMIDADES Entre 1% y 5%
Meta alcanzada 2024	1%
Responsable:	CAROLINA SOLANO

En el área de control de calidad es esencial para prevenir y asegurar los procesos que conforman la cadena productiva de los licores; recepción de materias primas, fabricación o manufactura, almacenamiento y distribución, esto con el fin de identificar errores o deficiencias que pudieran afectar la productividad, calidad e inocuidad de acuerdo con la normatividad vigente.

La calidad de los productos tiene una importancia trascendental en el mercado de las bebidas alcohólicas, ya que la organización debe garantizar la satisfacción del cliente y hacer que la marca sea reconocida con respecto al resto de la competencia.

Los controles efectuados en cada etapa del proceso productivo de los licores que elaboro la Industria Licorera del Cauca en la vigencia 2024, estaban orientados al mejoramiento continuo con el propósito fundamental de garantizar que los licores cumplieran con: optimización de los procesos productivos para reducir los desperdicios, requisitos de inocuidad para reducir riesgos de contaminación, estándares de calidad para satisfacer las necesidades y expectativas del consumidor y reconocimiento de marca para lograr el posicionamiento en el mercado.

En la anterior vigencia, se desarrolló un plan de calidad que consistía en la implementación de pruebas, inspecciones, controles y ensayos, dichos procedimientos fueron evaluados por el INVIMA y por el ICONTEC, como resultado se obtuvo que los planes de muestreo, los procedimientos y métodos de ensayo aplicados por Control de Calidad cumplen garantizando la confiabilidad de los resultados emitidos.

El área de Control de Calidad realizó monitoreo a los procesos de fabricación de licores a través de muestreos aleatorios rigurosos de tipo preventivo basados en normas técnicas validadas. Ingresaron al laboratorio de Control de Calidad 4595 muestras para evaluar los parámetros fisicoquímicos y sensoriales especificados en las fichas de calidad, 252 lotes de aguardiente, en los que se verificó las especificaciones técnicas establecidas para cada producto. De igual manera se inspeccionaron y verificaron aleatoriamente 50 lotes de etiqueta, 35 lotes de envase, 145 lotes de tapa y 30 lotes de cartón, materias primas recepcionadas en la factoría que fueron liberadas bajo el concepto de conforme e ingresadas al proceso de fabricación.

1. Implementación de controles rigurosos para asegurar la calidad de los licores.

El área de Control de Calidad mediante la aplicación de metodologías, procedimientos, pruebas químicas y sensoriales, valida las especificaciones y criterios de calidad de las materias primas, productos en proceso y productos terminados. Teniendo en cuenta el objetivo propuesto, en la primera etapa del proceso: recepción y liberación de las materias primas se inspeccionó y verificó de manera minuciosa el cumplimiento de las especificaciones de calidad previamente a su uso.

En la vigencia 2024, se analizaron 4595 muestras que ingresaron al laboratorio de Control de Calidad; para evaluar los parámetros fisicoquímicos y sensoriales especificados en las normas Técnicas Colombianas-NTC para materias primas y licores, 252 lotes de aguardiente, se verificó las especificaciones técnicas de 50 lotes de etiqueta, 35 lotes de envase, 145 lotes de tapa y 30 lotes de cartón, materias primas recepcionados en la factoría que fueron liberadas bajo el concepto de **conforme** e ingresadas al proceso de fabricación.

Ejecución de Pruebas Analíticas





Ilustración 52: Pruebas Analíticas

Fortalecimiento del Panel Sensorial

Este proyecto permite mejorar y soportar técnicamente los procesos productivos y de Control de calidad que se han desarrollado en la IL Cauca, ya que al contar con un grupo de evaluadores entrenados representa una herramienta eficaz en la creación y evaluación de perfiles de calidad en licores. Se abrió convocatoria a todo el personal de la factoría para participar en la selección, entrenamiento y certificación de evaluadores bajo la asesoría del proveedor ACLAB, con gran trayectoria en el sector de bebidas alcohólicas.

El panel sensorial de la Industria Licorera del Cauca, ha logrado identificar defectos de calidad en los lotes de fabricación, lo cual garantiza que los consumidores puedan disfrutar de los productos con excelente calidad.



Más de el 70% del sabor es aroma.

Existen relaciones entre el olfato y las respuestas emocionales.

TE INVITAMOS A SER PARTE DEL
EQUIPO SENSORIAL
DE LA INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA

Sabías que al desarrollar el olfato, se disminuye la probabilidad de sufrir demencia senil?

Evaluación sensorial es una ciencia que busca conocer como percibe el consumidor el producto con sus sentidos. Su aplicación en las empresas da mayor competitividad.



Ilustración 53: Fortalecimiento Panel Sensorial

Participación en el XXIII Congreso Gastronómico de Popayán, a través de la presentación de una cata de cuatro productos seleccionados; crema de curacao, licores saborizados de man Darina y limon, aguardiente tradicional.



Ilustración 54: Participación XXIII Congreso Gastronómico de Popayán

De igual manera se realizó el seguimiento a las condiciones y operaciones de fabricación, monitoreando las diferentes etapas por medio del control fisicoquímico, microbiológico y organoléptico, para prevenir cualquier incumplimiento o no conformidad con las especificaciones o cualquier defecto de calidad. Se efectuaron 1365 muestras para verificar la inocuidad a través de pruebas microbiológicas por la técnica Luminometría -ATP.

2. Seguimiento al cumplimiento de los requisitos de Buenas Prácticas de Manufactura-BPM para sostener la Certificación.

Se efectuó estricto seguimiento a las especificaciones de calidad, condiciones de almacenamiento, condiciones de fabricación, prácticas higiénicas del personal, cumplimiento al plan de saneamiento, condiciones de infraestructura, condiciones de



Gobernación del Cauca



transporte, distribución de producto, con frecuencia diaria, monitoreando las diferentes etapas del proceso productivo (recepción de materias primas, producto en proceso y producto terminado), verificando requisitos establecidos en el reglamento sanitario Decreto 1686 de 2012 y Decreto 162 de 2021, para lograr obtener la certificación en BPM.

La recertificación en Buenas Prácticas de Manufactura fue autorizada por INVIMA; emitiendo concepto favorable con observaciones, queda pendiente continuar con las reparaciones locativas.



Comunicación Externa

Bogotá D.C.,

Señora
MARIBEL PERAFAN GALLARDO
Representante legal o apoderado y/o quien haga s
INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA
E-mail controlcalidad@aguardientercaucano.com

Invima - Saliente
20242056174
20242056174
Fecha: 20/12/2024 Folio(s): - Código: 1.862.856
De: GRUPO TÉCNICO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS
Para: INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA
Solicitud: - Notificación Resolución BPM Industria Licorera del Cauca

Asunto: Notificación electrónica

Respetada Señora Maribel:

En los términos del artículo 56 y 62 de la Ley 1437 de 2011 "Por la cual se expide el Código Contencioso Administrativo y de lo Contencioso Administrativo" se procede a notificar por medio electrónico el siguiente acto administrativo:

RESOLUCIÓN N°	2024057915
PROCESO/TRÁMITE	Por la cual se otorga la certificación de Buenas Prácticas de Manufactura al establecimiento INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA
FECHA DE EXPEDICION DE LA RESOLUCIÓN	18 de diciembre de 2024
FIRMADO POR	ALBA ROCÍO JIMÉNEZ TOVAR Directora Técnica de Alimentos y Bebidas

Contra esta resolución procede el recurso de reposición, el cual debe interponerse ante la Dirección de Alimentos y Bebidas de esta entidad, dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación en los términos y condiciones señalados en los artículos 76 y 77 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.

Se acompaña al presente, copia íntegra del acto administrativo objeto de notificación, la cual se considera surtida conforme lo dispone al artículo 56 de la Ley 1437 de 2011.

Cordialmente,

ALBA ROCÍO JIMÉNEZ TOVAR
Directora Técnica de Alimentos y Bebidas

Elaboró: Claudia Esperanza Gómez – Profesional Especializado

Revisó: María Claudia Jiménez M – Coordinador Grupo Técnico de IVC

Revisó: Rhinney Salas C.- Profesional Especializado

www.invima.gov.co



Línea anticorrupción: (601) 242 5040
denunciasanticorrupcion@invima.gov.co

Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos - Invima

Oficina Principal: Cra 10 # 64 - 28 - Administrativo: Cra 10 # 64 - 60 PBX: (601) 242 5000 - Bogotá

Ilustración 55: Certificación INVIMA



3. Sostener las certificaciones de Sello de Calidad de productos otorgada por ICONTEC

Para la Industria Licorera del Cauca es importante mantener el reconocimiento de calidad de los licores que produce a través de obtención de los **Sellos de Calidad** para los productos "Aguardientes". Dicha certificación está compuesta por **una evaluación inicial al proceso de fabricación, al sistema de gestión de calidad y a la evaluación de los productos basadas en la los requisitos establecidos en la NTC.**

Con base en el informe de evaluación de certificación de producto emitido por ICONTEC, los ensayos ejecutados fueron verificados y los resultados obtenidos fueron corroborados por el ICONTEC, otorgando un **100% de cumplimiento al Laboratorio de Control de Calidad con fecha de aprobación del 26/08/2024**, con esta certificación la empresa demuestra, de forma permanente, que sus productos cumplen con un referencial (Norma Técnica Colombiana, extranjera o internacional), bajo sistemas de fabricación y controles de la conformidad eficaces y confiables.

7. LABORATORIOS DE ENSAYOS

a. Laboratorios Utilizados en la Evaluación:

Nombre	Tipo	Estado	Acreditador	% cumplimiento laboratorio evaluado	Fecha y conclusión de la evaluación	Observaciones
Industria Licorera del Cauca -	Propio	100%	Evaluado	100%	-Aprobado 26/08/2024	El laboratorio cumple con los requisitos según evaluación ISO 17025

F-PS-602
Versión 06

8

*Tomado F-PS-602 Informe de evaluación certificación de producto.

Los resultados obtenidos de la auditoria de Sello de Calidad efectuada por ICONTEC, que corroboran la conformidad del cumplimiento de las especificaciones técnicas mantuvieron vigentes la certificación de Sellos de Calidad para los productos Aguardientes Tradicional y Sin azúcar en todas sus presentaciones.



Esquema de certificación 5

Otorga el certificado de conformidad de producto ICONTEC (Esquema de certificación 5 según ISO/IEC 17067) para:
It grants the certificate of conformity product ICONTEC (Certification Scheme 5 according ISO/IEC 17067) for:

AGUARDIENTE

Fabricado por **INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA**, en la Calle 4 No. 1E
- 40, Popayán, Cauca, Colombia, identificada con número de NIT 891.500.719-5.

Manufactured by **INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA**, in the Calle 4 No.
1E - 40, Popayán, Cauca, Colombia. Identified with NIT number 891.500.719-5

El derecho del uso del certificado de conformidad de producto se otorga con el referencial:
The right to use the certificate of conformity of product is granted with the Audit Criteria:

NTC 411 (2019)

Bebidas Alcohólicas. Anís o Anisado

ALCOHOLIC BEVERAGES. Anise or Anisado

SECTOR ICS 67.160.10

Este certificado de conformidad de producto está sujeto a que la empresa y el producto cumplan permanentemente con los requisitos establecidos en el referencial y en el documento "R-PS-019 Reglamento para la certificación de producto con Marca de Conformidad otorgada por ICONTEC", lo cual será verificado por ICONTEC.

This certificate of conformity of product is subject to the company's and product's permanent fulfillment of the requirements set forth in the audit criteria and the "R-PS-019 Reglamento para la certificación de producto con Marca de Conformidad otorgada por ICONTEC" document, which will be verified by ICONTEC.

Las referencias autorizadas para ostentar el certificado de conformidad de producto se incluyen en documento anexo que es parte integral del presente certificado.

The references authorized to hold the certificate of conformity of product are included in annexed document and it is integral part of this certificate.

Certificado CSC -CER928884

Certificate

Fecha de Aprobación: 2022-05-18
Approval Date:

Fecha Última Modificación:
Last Modification Date:

Fecha de Renovación:
Renewal Date:

Fecha de Vencimiento: 2028-05-17
Expiration Date:

La autenticidad del certificado y su alcance se puede consultar al correo electrónico cert@icontec.org

ICONTEC es un organismo de Certificación acreditado por

ICONTEC is a certification body accredited by



Este certificado es propiedad de ICONTEC y debe ser devuelto cuando sea verificado
ICONTEC - Carrera 10 no. 52 - 46, Bogotá D.C., Colombia

F-PS-038
Versión 00

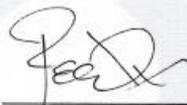

Roberto Enrique Montoya Villa
Director Ejecutivo

Ilustración 56: certificación ICONTEC

Los productos que cuenten con las certificaciones en Sellos de Calidad, son herramientas de negociación para:

- Brindar confianza a los clientes sobre los productos que adquieren.
- Permitir abrir nuevos mercados.
- Contribuir a mejorar los procesos y así mismo la rentabilidad de los productos.
- Posicionar la marca del producto, generando mayor reconocimiento.
- Apoyar las exportaciones, con los reconocimientos gubernamentales con varios países, y facilita el ingreso de productos certificados por ICONTEC.
- Influir en la decisión de compra del consumidor: la calidad es un atributo importante para los compradores de productos de consumo masivo y construcción.

- Diferenciar su producto, ya que resalta que ha sido elaborado bajo estándares de calidad que da tranquilidad y confianza a los consumidores.

4. Innovación y desarrollo-I+D de nuevos licores

En el proceso de innovación y desarrollo de licores, Control de Calidad lidera la creación de nuevos perfiles de sabores y aromas, formulaciones que logren atraer a nuevos clientes, logrando incrementar la participación de la compañía en el mercado y obteniendo una ventaja de diferenciación como primera opción en la elección de los consumidores.

Se desarrollaron sesiones interdisciplinarias de los profesionales que participaron en la creación de los diferentes prototipos; Administradora panel sensorial, Control de Calidad y asesor grupo Aclab para: analizar las tendencias de mercado, las preferencias de nuestros consumidores, los posibles competidores a nivel nacional, de igual manera, se diseñaron las encuestas, con el apoyo de Comunicaciones se aplicaron en el público objetivo y se analizaron los resultados lo cual arrojó el desarrollo de prototipos de licores. Para la elaboración de los prototipos se solicitaron materias primas a proveedores de aromas y colorantes: LUCTA, LA TOUR, COLORQUIMICA.

PERFILES DE PRODUCTOS DISEÑADOS



PERFIL 1 DEL PRODUCTO

31%

Bebida alcohólica GA: 24% Vol. A 20°C
PRESENTACION: 750 ml
SABOR: notas dulce, frutas tropicales, caramelo, suave
COLOR: azul
Sin azúcar añadida
Diseñado grupo poblacional: 18 a 35 años



PERFIL 2 DEL PRODUCTO

27%

Bebida alcohólica GA: 24% Vol. A 20°C
PRESENTACION: 750 ml
SABOR: dulce, cítrico, frutos rojos, suave
COLOR: rojo
Sin azúcar añadida
Diseñado grupo poblacional: 18 a 35 años



Ilustración 57: Perfiles de Productos Diseñados

Con el fin de validar los prototipos, se testeó cada formulación presentada ante los consumidores (grupo poblacional escogido según encuesta inicial).

TESTEO DE PROTOTIPO DE LICOR CON CONSUMIDORES



Ilustración 58: Testeo de Prototipo de Licor con Consumidores

5. Implementación de estrategias para minimizar el riesgo de adulteración de los licores.

Como propuesta para la disminución del riesgo de adulteración de los licores que produce la Industria Licorera del Cauca, Control de Calidad con el apoyo de los proveedores realiza la Implementación de medidas de seguridad en las materias primas tapa y etiqueta para los productos Aguardientes tradicional y Sin azúcar en las presentaciones de 375 ml, 750 ml y 1750 ml..

PRIMERA ESTRATEGIA: se realiza cambio de la presentación de la tapa en lo referente a decoraciones, en las tintas, inclusión de dígitos de verificación correspondientes a los lotes enviados y verificados por el área, impresión del sello **ORGULLO CAUCANO** que ocupa el área que confirma las tres partes de la tapa: Tapa tubo, precinto de seguridad y sobretapa para los aguardientes tradicional y sin azúcar.

<p>Av. Ing. Antonio Gutiérrez Cortina M-8 L-4 N° 11 37980 Parque Opción, San José Búrbide, Gto. Tel.: (419) 198-87-00</p> <p>diseño gráfico ALBERTO BALTAZAR</p> <p>Vo. Bo. Ejecutivo Comercial JORGE OSORNO</p>	<p>PRODUCTO: AGUARDIENTE CAUCANO VERDE GARRAFA</p> <p>Cliente INDT. LICORERA DEL CAUCA</p> <p>Referencia GM-C2-P2-NR-030423-3263 Revisión _____</p> <p>Cambio PRIMER TRIMESTRE 2024</p> <p>Fecha 12 DE ENERO DE 2024</p> <p>Los colores representados en este documento han sido generados por computadora y no son de ninguna manera una referencia fiel del tono requerido con respecto a pantone</p>	<p>Decoración superior</p> <p>Grabado <input type="checkbox"/> Litografía <input type="checkbox"/></p> <p>Hot Stamping <input type="checkbox"/> Tampografía <input type="checkbox"/></p> <p>Sin decorado <input checked="" type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/></p> <p>Colores</p> <p>MB Verde Perlatado BE320PA7305 24" TB4178 + MB FluorescenteCassa Pta9060541</p> <p>Oro _____</p> <p>Plata _____</p> <p>Master Batch <input checked="" type="checkbox"/> Verde <input type="checkbox"/> Oro <input type="checkbox"/> Plata <input type="checkbox"/></p>	<p>Acabado Lateral</p> <p>Brillante <input type="checkbox"/> Satin <input type="checkbox"/></p> <p>Mate <input type="checkbox"/> Metalizado <input type="checkbox"/></p> <p>Sin barniz <input type="checkbox"/> Texturizado <input type="checkbox"/></p>
	<p>Características del Tapón</p> <p>Modelo 8190</p> <p>Cintillo Ancho</p> <p>Corte Normal</p> <p>Mecanismo NR - Irrellenable</p> <p>Vertedero Natural</p> <p>Aprobación del desarrollo</p> <p>Firma _____</p> <p>Fecha _____</p> <p>IMPORTANTE: Este documento describe las características físicas del producto de ser firmado se consideran como aprobadas. Por favor revise y regrese a su contacto comercial con su aprobación o comentarios.</p> <p>Autorización para producir SIN MUESTRAS DE REFERENCIA</p> <p>Firma _____</p> <p>Fecha _____</p> <p>ATENCIÓN: Al aceptar producir sin muestras las tapas no podrán ser rechazadas por razones estéticas y cualquier modificación será hecha después de la primera producción</p> <p>Requerimiento de piezas para aprobación</p> <p>Arrastre de tinta <input type="checkbox"/></p> <p>Lámina muestra de litografía <input type="checkbox"/></p> <p>Muestra estética solo decorada <input type="checkbox"/></p> <p>Muestra completa <input type="checkbox"/></p> <p>Otra <input type="checkbox"/></p> <p>De No tener respuesta después de 6 meses se considerará como cancelado este documento</p>	<p>Escala 1:1</p> <p>Tolerancias para producción</p> <p>Movimiento de altura de impresión ± 0.5 mm</p> <p>Descentrado en el Top ± 1 mm</p> <p>Cierre de decorado altura ± 0 mm - sobrepresión ± 3 mm</p> <p>Variación máxima de color $\pm 2.0 \Delta$</p>	

M08035_5

<p>Av. Ing. Antonio Gutiérrez Cortina M-8 L-4 N° 11 37980 Parque Opción, San José Búrbide, Gto. Tel.: (419) 198-87-00</p> <p>diseño gráfico ALBERTO BALTAZAR</p> <p>Vo. Bo. Ejecutivo Comercial JORGE OSORNO</p>	<p>PRODUCTO: AGUARDIENTE CAUCANO AZUL GARRAFA</p> <p>Cliente INDT. LICORERA DEL CAUCA</p> <p>Referencia GM-C2-P2-NR-050723-3376 Revisión _____</p> <p>Cambio PRIMER TRIMESTRE 2024</p> <p>Fecha 12 DE ENERO DE 2024</p> <p>Los colores representados en este documento han sido generados por computadora y no son de ninguna manera una referencia fiel del tono requerido con respecto a pantone</p>	<p>Decoración superior</p> <p>Grabado <input type="checkbox"/> Litografía <input type="checkbox"/></p> <p>Hot Stamping <input type="checkbox"/> Tampografía <input type="checkbox"/></p> <p>Sin decorado <input checked="" type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/></p> <p>Colores</p> <p>Master batch Azul A713 166219-MX + A101 ML-8304-PE</p> <p>Oro _____</p> <p>Gris _____</p> <p>Master Batch <input checked="" type="checkbox"/> Azul <input type="checkbox"/> Oro <input type="checkbox"/> Gris <input type="checkbox"/></p>	<p>Acabado Lateral</p> <p>Brillante <input type="checkbox"/> Satin <input type="checkbox"/></p> <p>Mate <input type="checkbox"/> Metalizado <input type="checkbox"/></p> <p>Sin barniz <input type="checkbox"/> Texturizado <input type="checkbox"/></p>
	<p>Características del Tapón</p> <p>Modelo 8190</p> <p>Cintillo Ancho</p> <p>Corte Normal</p> <p>Mecanismo NR - Irrellenable</p> <p>Vertedero Natural</p> <p>Aprobación del desarrollo</p> <p>Firma _____</p> <p>Fecha _____</p> <p>IMPORTANTE: Este documento describe las características físicas del producto de ser firmado se consideran como aprobadas. Por favor revise y regrese a su contacto comercial con su aprobación o comentarios.</p> <p>Autorización para producir SIN MUESTRAS DE REFERENCIA</p> <p>Firma _____</p> <p>Fecha _____</p> <p>ATENCIÓN: Al aceptar producir sin muestras las tapas no podrán ser rechazadas por razones estéticas y cualquier modificación será hecha después de la primera producción</p> <p>Requerimiento de piezas para aprobación</p> <p>Arrastre de tinta <input type="checkbox"/></p> <p>Lámina muestra de litografía <input type="checkbox"/></p> <p>Muestra estética solo decorada <input type="checkbox"/></p> <p>Muestra completa <input type="checkbox"/></p> <p>Otra <input type="checkbox"/></p> <p>De No tener respuesta después de 6 meses se considerará como cancelado este documento</p>	<p>Escala 1:1</p> <p>Tolerancias para producción</p> <p>Movimiento de altura de impresión ± 0.5 mm</p> <p>Descentrado en el Top ± 1 mm</p> <p>Cierre de decorado altura ± 0 mm - sobrepresión ± 3 mm</p> <p>Variación máxima de color $\pm 2.0 \Delta$</p>	

M08035_5

Ilustración 59: Cambio Presentación de Tapa

SEGUNDA ESTRATEGIA: Incorporación de numeración consecutiva en la cara principal de las etiquetas para los aguardientes tradicional y sin azúcar, teniendo en cuenta la trazabilidad establecida para las diferentes presentaciones autorizadas.

cadena. FICHA TÉCNICA

CLIENTE: IND LICORERA DEL CAUCA REPRESENTACIÓN: ETO AGUARDIENTE CAUCANO TRADICIONAL 750

CONCEPTO: DC-55-281222

PROCESO: 110 mm x 87 mm 17 TINTAS + 1 REVERSO FLEDO

RESOLUCIÓN: 0.5 mm (+0-) PAPEL METALIZADO ADHESIVO

TERMINADOS: TROQUELADO MEDIO CORTE-DESBASURADO-NUMERACION VARIABLE EN EL ANVERSO

OBSERVACIONES-CAMBIO: --27 DIC-22 SE MONTA FICHA TÉCNICA DE ACUERDO A LOS BOLETOS ENVIADOS, SE MANTIENE EL COLOR DEL FONDO, LOS LOGOS DEL REVERSO SE MANEJAN EN LINEAS, CAMBIA EL SUSTRATO A PAPEL METALIZADO ADHESIVO, EL SENTIDO DE EMBORNINADO Y EL SUSTRATO ESTA SUJETO A LA VERIFICACION DE LAS PRUEBAS.

REVISION CLIENTE: MARQUE CON UNA X SI ESTA CORRECTO

TEXTOS LEGALES OK

REGISTRO INVMA No. CODIGO DE BARRAS OK

TAMANO OK

PIE DE IMPRINTA OK

COORDINACION CLIENTE: _____

APROBADO Y FECHA: _____

SUBMINISTRA CLIENTE: _____ DISEÑO POR: JOSE LUIS G.

TINTAS ANVERSO: AZUL, ROJO, VERDE, AMARILLO, NEGRO, BLANCO, GRIS

TINTAS REVERSO: PAPEL METALIZADO ADHESIVO, TROQUEL DE CORTE

CLIENTE: LA INFORMACION DEBERA SER DILIGENCIADA EN SU TOTALIDAD Y AUTORIZADA POR EL CLIENTE, SI ESTA INFORMACION NO ESTA COMPLETAMENTE DILIGENCIADA NO SE PODRA CONTINUAR CON EL PROCESO SIGUIENTE.

NOTA: PARA PAPELES ESMALTADOS ESTA PRUEBA ES UNA APROXIMACION DE COLOR FINAL EXCEPTUANDO COLORES ESPECIALES O DE PANTONE. PARA PAPELES EN METALIZADO SOLO SIRVE COMO DISTRIBUCION DE COLOR.

REVERSO



DISTRIBUCION DE TINTA BLANCA



cadena. FICHA TÉCNICA

CLIENTE: IND LICORERA DEL CAUCA REPRESENTACIÓN: ETO AGUARDIENTE CAUCANO SIN AZÚCAR 750

CONCEPTO: DC-55-281222

PROCESO: 110 mm x 87 mm 6 TINTAS + 1 TINTA REVERSO FLEDO

RESOLUCIÓN: 0.5 mm (+0-) PAPEL METALIZADO ADHESIVO

TERMINADOS: TROQUELADO MEDIO CORTE-DESBASURADO-NUMERACION VARIABLE EN EL ANVERSO

OBSERVACIONES-CAMBIO: --28 DIC-22 SE MONTA FICHA TÉCNICA DE ACUERDO A LOS BOLETOS ENVIADOS, SE MANTIENE EL COLOR DEL FONDO, LOS LOGOS DEL REVERSO SE MANEJAN EN LINEAS, CAMBIA EL SUSTRATO DE PAPEL A PAPEL METALIZADO ADHESIVO, EL SENTIDO DE EMBORNINADO Y EL SUSTRATO ESTA SUJETO A LA VERIFICACION DE LAS PRUEBAS.

REVISION CLIENTE: MARQUE CON UNA X SI ESTA CORRECTO

TEXTOS LEGALES OK

REGISTRO INVMA No. CODIGO DE BARRAS OK

TAMANO OK

PIE DE IMPRINTA OK

COORDINACION CLIENTE: _____

APROBADO Y FECHA: _____

SUBMINISTRA CLIENTE: _____ DISEÑO POR: JOSE LUIS G.

TINTAS ANVERSO: ROJO, VERDE, AMARILLO, NEGRO, BLANCO, GRIS

TINTAS REVERSO: PAPEL METALIZADO ADHESIVO, TROQUEL DE CORTE

CLIENTE: LA INFORMACION DEBERA SER DILIGENCIADA EN SU TOTALIDAD Y AUTORIZADA POR EL CLIENTE, SI ESTA INFORMACION NO ESTA COMPLETAMENTE DILIGENCIADA NO SE PODRA CONTINUAR CON EL PROCESO SIGUIENTE.

NOTA: PARA PAPELES ESMALTADOS ESTA PRUEBA ES UNA APROXIMACION DE COLOR FINAL EXCEPTUANDO COLORES ESPECIALES O DE PANTONE. PARA PAPELES EN METALIZADO SOLO SIRVE COMO DISTRIBUCION DE COLOR.

REVERSO



DISTRIBUCION DE TINTA BLANCA



Ilustración 60: Incorporación de Numeración Consecutiva

6. Validación de rotulados para las ediciones especiales de los productos del portafolio

Verificación permanente del rotulado de las bebidas alcohólicas en todas sus presentaciones, con el fin de adelantar los tramites de autorización ante el Instituto Nacional de Vigilancia en Medicamentos y Alimentos-INVIMA y de prevenir impresiones erróneas respecto de su naturaleza o inocuidad del producto que son objeto de estricta vigilancia y control por parte de la autoridad sanitaria.



Ilustración 61: Verificación Permanente de Rótulo

9. GESTION DIVISION JURIDICA

Perspectiva Procesos Internos:	PRODUCIMOS LICORES CON LA FUERZA QUE NOS UNE
Dimensión:	DIMENSION GESTION CON VALORES DE RESULTADOS
Política:	POLITICA DE DEFENSA JURIDICA
Meta 2024:	100% LEGALIDAD EN PROCESOS JURÍDICOS, LEGALES, CONTRACTUALES
Meta alcanzada 2024	100%
Responsable:	MARIA DEL MAR MUÑOZ

Frente a las acciones adelantadas por la Oficina Asesora Jurídica durante la vigencia 2024, se desarrollaron los siguientes contratos:

Tipo de Contratos	Suma de Valor Total	Número de Contratos
Arrendamiento	\$ 274.962.004,00	\$ 3,00
Compraventa	\$ 333.501.561,50	\$ 4,00
Convenio	\$ 68.539.700,00	\$ 2,00
Obra	\$ 989.629.519,00	\$ 3,00
Prestacion de Servicios	\$ 2.687.518.213,62	\$ 63,00
Prestacion de Servicios o Apoyo a la Gestion	\$ 560.890.601,00	\$ 33,00
Seguros	\$ 1.299.960.623,00	\$ 1,00
Suministro	\$ 24.663.189.650,13	\$ 43,00
Transportes	\$ 786.456.000,00	\$ 1,00
Vinculacion Publicitaria	\$ 813.427.084,00	\$ 20,00
Total general	\$ 32.478.074.956,25	173

Tabla 25: Relación de Contratos

PROCESOS JUDICIALES

La industria licorera del Cauca, en este momento tiene 16 procesos judiciales en su contra, repartidos así: 9 procesos en juzgados administrativos; 6 procesos laborales y 1 proceso penal por Ejercicio ilícito de actividad monopolística de arbitrio rentístico

10. GESTION DIVISIÓN TALENTO HUMANO

Perspectiva

Aprendizaje y Conocimiento:

Dimensión:

**DIMENSION TALENTO HUMANO,
DIMENSION INFORMACION Y
COMUNICACIÓN, DIMENSION GESTION
DEL CONOCIMIENTO Y LA INNOVACION
POLITICA DE INTEGRIDAD, POLITICA
DOCUMENTAL, POLITICA DE GESTION
DEL CONOCIMIENTO Y LA INNOVACION**

Política:

Meta 2024:

**100% PORCENTAJE DE PLANES Y
PROGRAMAS IMPLEMENTADOS PARA
FORTALECER EL TALENTO HUMANO**

Meta alcanzada 2024

90%

Responsable:

CARLOS OSWALDO DIAZ

La Sección Talento Humano se encuentra adscrita a la División Administrativa, la productividad de la Industria Licorera del Cauca, está íntimamente ligada al bienestar integral del talento humano que está al servicio de la Empresa y que por ende contribuye de manera importante y directa en el cumplimiento de los objetivos de la misma.

Un talento humano, que cuente con las competencias comportamentales y funcionales fortalecidas, que tenga un ambiente laboral adecuado, con un clima de comunicación asertivo, así mismo que el personal se desempeñe con eficiencia, eficacia y oportunidad.

El proceso de gestión del talento humano de la Industria Licorera del Cauca comprende: Actividades directas de la Oficina de Talento Humano, Registro y Control, Bienestar Social, Archivo Central, Enfermería, Ventanilla Única, Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el trabajo (SG-SST), aseo y los pensionados.

Política De Talento Humano: La administración del Talento Humano en la Industria Licorera del Cauca, se basa en el respeto por las personas, por sus derechos, en contribución al fortalecimiento y desarrollo de las capacidades y competencias, además de tener especial cuidado con la protección laboral.

Política de Bienestar Social: La Industria Licorera del Cauca propenderá porque el Bienestar Social de los Servidores Públicos, sea permanente, orientado a crear, mantener y mejorar las condiciones que favorezcan el desarrollo integral, el mejoramiento de su nivel de vida y el de su familia, así como contribuir a elevar los niveles de satisfacción, eficacia, eficiencia e identificación con el servicio que se ofrece a la comunidad.

Política del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (Sg-Sst):

La Industria Licorera del Cauca se compromete a velar por la integridad física, psicológica, la vida y salud de todos sus Servidores Públicos, como también conservar en óptimas condiciones las instalaciones y recursos físicos. Para esto el SG-SST realizará en las áreas de trabajo la identificación, control y evaluación sobre los factores de riesgo, igualmente implementará acciones de promoción y prevención que garanticen la salud de los Servidores, contratistas, aprendices, visitantes y demás personal que este comprometido con el desarrollo del objeto social de la empresa, tendientes a lograr niveles de eficiencia, compromiso individual, colectivo y productividad de quienes laboran en ella.

Responsables: - Jefe Sección Talento Humano.

- TRABAJADORES OFICIALES, PROFESIONALES VINCULADOS PARA EL MANEJO y ADMINISTRACION DEL SISTEMA DE GESTION DE LA SEGURIDAD y SALUD EN EL TRABAJO y EL PROGRAMA DE BIENESTAR SOCIAL.
- SERVIDORES PUBLICOS SECCION TALENTO HUMANO (Oficina Talento Humano, Registro y Control, Archivo, Enfermería, Ventanilla Única, personal de servicios generales).

A la fecha existen dos clases de denominaciones de empleados públicos, comprendidos de la siguiente manera: Empleados Públicos de Libre Nombramiento y Remoción y Trabajadores Oficiales (Sindicato).

Planta de Personal:

- Está definida para los Empleados Públicos de libre nombramiento y remoción, total 14 cargos (14 provistos). de los cuales 6 están provistos por mujeres.
- Los trabajadores oficiales vinculados mediante contrato de trabajo a término indefinido (sindicalizados), tienen una clasificación de cargos en la cláusula 20° de la convención colectiva de trabajo vigente, están ubicados por Categorías así:

CATEG	NOMBRES CARGOS	NUMERO
I	VIGILANTE	-
	OBRAERO	2
	MENSAJERO	1
	AUXILIAR ADMINISTRATIVO	2
II	OPERARIOS (as) LINEA DE ENVASADO	5
III	AUXILIAR DE PROMOCION y PROPAGANDA	1
	MOTORISTA II	2
IV	AYUDANTE DE BODEGA y ALMACEN	2

Gobernación
del Cauca

CATEG	NOMBRES CARGOS	NUMERO
V	AUXILIAR CONTROL INTERNO	1
	ADMINISTRADOR DE DOCUMENTOS	1
	SECRETARIAS	5
VI	MOTORISTA III	1
	ENFERMERA	1
	AUXILIAR DE COSTOS	1
	AUXILIAR DE PRESUPUESTO	1
	AUXILIAR DE COMPRAS e INVENTARIOS	1
	AUXILIAR COORDINACION DE ENVASADO	1
VII	SECRETARIA DE GERENCIA	1
	MECANICO II (Automotriz-Mantenimiento)	2
	PREPARADOR DE AGUARDIENTE	2
	AUXILIAR DE MERCADEO	1
VIII	MECANICO (Automotriz –Mantenimiento)	1
	MOTORISTA IV	2
	ELECTRICISTA	2
	AUXILIAR PAGADOR DE TESORERIA	1
IX	TECNICO PROGRAMADOR DE SISTEMAS	1
	ANALISTA DE LABORATORIO	2
	TECNICO DE NOMINA	1
	TECNICO ADMINISTRATIVO	2
	TECNICO ADMINISTRATIVO-OFICINA JURIDICA-	2
	ADMINISTRADOR BODEGA DE LICORES	1
X	COORDINADORES (Envasado, Presupuesto, Caja y Facturación, Costos, Productos Terminados, Registro y Control y Materiales y Suministros y Mercadeo).	10
	T O T A L	59

Tabla 26: Relación de Talento Humano

A la fecha se encuentran las siguientes vacancias:

1. PENDIENTE EL CONCURSO INTERNO EL CARGO DE: (1) AUXILIAR PAGADOR DE TESORERIA Categoría VIII. (Falta la aplicación de las pruebas teórica y práctica, que están a cargo de la Sección Tesorería).
2. (1) CARGO DE MOTORISTA II Categoría III. (ya se surtió el procedimiento convencional, entonces si se requiere proveerlo, El Gerente lo puede realizar sin necesidad de concurso alguno, pero cumpliendo los requisitos mínimos).
3. (1) CARGO DE VIGILANTE CATEGORIA I.
4. (1) CARGO DE AUXILIAR DE PROMOCION y PROPAGANDA CATEGORIA III.

Para la vigencia 2025 quedara en vacancia definitiva los siguientes cargos:

- (1) CARGO DE PREPARADOR DE AGUARDIENTE CATEGORIA VII
- (1) CARGO DE COORDINADOR DE REGISTRO Y CONTROL CATEGORIA X; (1) CARGO DE MECANICO II (AUTOMOTRIZ Y MANTENIMIENTO).

Los trabajadores oficiales que desempeñan los siguientes cargos, tienen resolución de reconocimiento de pensión de vejez por parte de Colpensiones:

- (2) COORDINADORES DE ENVASADO Categoría X
- (1) COORDINADOR DE REGISTRO y CONTROL Categoría X
- (1) COORDINADOR DE MERCADEO Categoría X
- (1) CARGO DE PREPARADOR DE AGUARDIENTE CATEGORIA VII



(1) CARGO DE MECANICO II (AUTOMOTRIZ Y MANTENIMIENTO).

- c. Los trabajadores vinculados mediante contrato de trabajo a término fijo a la fecha son 62, con vinculación a 31 de diciembre de 2024.

Actividades Principales:

- En Registro y Control, se operan las Nóminas de: Empleados Públicos, Trabajadores Oficiales, Aprendices SENA y Pensionados. (Pensiones directas y compartidas con COLPENSIONES y FONDO DE PENSIONES TERRITORIAL).
- El proceso Gestión del Talento Humano, es un proceso transversal a todos los procesos de la Entidad. (MIPG versión 02 y Mapa de Procesos).
- Se elaboraron los diferentes planes y programas del proceso GTH (vigencia 2024): Plan Estratégico de Talento Humano, Plan Anual de vacantes, Plan de Previsión de Recursos Humanos, Plan Institucional de Archivos –PINAR-, Plan de Capacitación y Formación, Plan del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el trabajo (SG-SST) y Programa de Bienestar Social e Incentivos.
- Información disponible en <https://ilcauca.com/la-licorera/planes-programas-y-proyectos/planes>
- En un 100% de cumplimiento en la inducción general o estratégica al personal que ingresó a la empresa. (Información que reposa en la oficina de talento Humano)
- A continuación, se relacionan evidencias de las actividades realizadas con relación a Inducción General o Estratégica del Talento Humano
- En un 100% se respetaron los derechos convencionales de los Trabajadores Oficiales Sindicalizados.
- Se dio ejecución al plan anual de vacantes en su procedimiento de acuerdo a la cláusula 19 de la convención Colectiva vigente, convocando a los concursos internos: Motorista II categoría III y concurso interno para un Auxiliar Pagador de tesorería categoría VIII (Información que reposa en la oficina de Talento Humano)
- En cumplimiento del Plan Anual de capacitación y formación se alcanzó un Indicador de cumplimiento del 78%, de una meta del 80% a la fecha. (Información compartida en carpeta denominada Evidencias 2024, así mismo esta información reposa en la oficina de talento Humano)

**CAPACITACION XV CONGRESO NACIONAL DEL TALENTO HUMANO -
CAPACITACION EN PRESUPUESTO PUBLICO Y CATALOGO PRESUPUESTAL**



- Con relación a los Servicios de educación para trabajados oficiales sindicalizados- Auxilio (Cláusula 48 de la convención colectiva vigente), equivalente a cuatro trabajadores oficiales que reciben el auxilio por estudio.
- Indicador de cumplimiento de las actividades del Programa de Bienestar Social, 100%, de una meta del 100%, a continuación, se relacionan evidencias de las actividades realizadas dentro del programa de bienestar social:

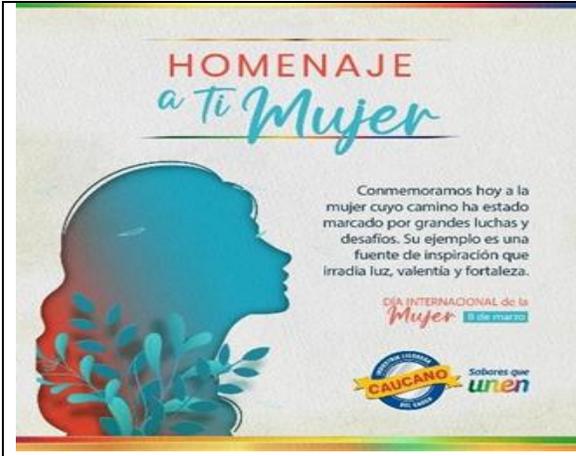
Información General

NÚMERO DEL CONTRATO:	039
OBJETO DEL CONTRATO :	CONTRATAR EL SERVICIO DE CATERING, LOGÍSTICA Y CAPACITACIONES, PARA EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES EN EL MARCO DEL PROGRAMA DE BIENESTAR SOCIAL Y SEGURIDAD SALUD EN EL TRABAJO PARA LOS SERVIDORES PÚBLICOS DE LA INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA DURANTE LA VIGENCIA 2024.
NÚMERO DE ACTIVIDADES CONTRADAS POR RUBRO DE CATERING VIGENCIA 2024. 9 ACTIVIDADES	
NUMERO DE ACTIVIDAE POR RUBRO DE CAPACITACIONES VIGENCIA 2024. 3 ACTIVIDADES	
VALOR TOTAL RUBRO CATERING	\$ 280.000.000
VALOR TOTAL RUBRO CAPACITACIONES	\$19.500.000
TOTAL RUBRO PARA BIENESTAR SOCIAL	\$ 299.500.000

Informe de las actividades desarrolladas - Catering Eventos - 2.1.2.02.01.006.63391

Servicios de catering para eventos.

Commemoración Día de la Mujer



Conmemoración Día del Hombre



Celebración Día de la Secretaria



Celebración Día de la Familia Licorera



Celebración Día de los Niños – Halloween



Decoración Navideña



Fiesta Navidad Niños



Fiesta Fin de Año para el Talento Humano de la Industria Licorera del Cauca



- Se realizó dotación del cafetín en cumplimiento de la cláusula 36 parágrafo 2 de la convención colectiva vigente (Evidencia contrato No 033 del 2024)
- Se ejecutó la actividad denominada ordenes de suministro para empleados públicos (Bonos para adquirir bienes) mediante el contrato 182 -2024
- Se cumplió con el suministro de alimentación a personal durante horas extras (Clausula 47 Literal B de la Convención Colectiva Vigente) mediante el contrato 043 de 2024
- Se garantizó en un 100%, el cumplimiento de los pagos al personal, al igual que los aportes al Sistema de Seguridad Social.
- Se realizaron las adquisiciones de elementos básicos para prestar el servicio de enfermería y atención básica en primeros auxilios, mediante el contrato 137-2024
- Se contrataron los Servicios de ambulancia TAB y TAM (Cláusula 50 de la convención colectiva de trabajo vigente), mediante el contrato 061-2024
- Se contrataron los servicios de odontología (Cláusula 9 Literal A y cláusula 11 Literal F de la convención colectiva de trabajo vigente). Según contrato No.122-2024
- Se realizó el suministro de lentes y monturas (Cláusula 9 Literal B de la convención colectiva de trabajo vigente). Mediante el contrato No.096-2024
- Se realizaron valoraciones médicas ocupacionales (Ingresos, periódicos, retiros, incapacidad,etc.). a 179 valoraciones medicas realizadas y 513 exámenes de laboratorios realizados. Mediante el contrato No.056-2024.



- Se garantizaron los bienes y servicios para la gestión de la seguridad y salud en el trabajo SST (Norma ISO 45001 DE 2015). Mediante los contratos:

Contrato No 147-2024 objeto: “Adquisición de señalética y demarcación de áreas de la empresa que permita la delimitación e identificación de espacios o zonas de riesgo, encaminado a la disminución y la potencialidad de ocurrencia de acciones laborales en la Industria Licorera del Cauca para renovación del certificado de BPM ante el Invima y elementos de protección individual para espacios confinados”, **Contrato 180-2024** objeto: “Realizar inspección y visita técnica de certificación de seguridad humana y protección contra incendios en la Industria Licorera del Cauca vigencia 2024, durante los días de acuerdo a la cotización aprobada”.

Contrato No.072 Objeto: “Contratar el servicio de mantenimiento correctivo y preventivo de los extintores de Co2 incluyendo recargas, pinturas y remplazo de repuestos según la necesidad y la realización de la prueba hidrostática, de la industria licorera del cauca”

- Se garantizaron los bienes y servicios que permiten el cumplimiento del programa de bienestar social (Dotación), mediante los contratos los contratos 108-2024, 121-2024, 142-2024, 143-2024, 145-2024, 183-2024, 156-2024, 175-2024.

- Se garantizaron los servicios de correo certificado para la operatividad de la Industria Licorera del cauca, mediante el contrato 045- 2024 cuyo objeto es: “Contratar el servicio de mensajería para la recolección, transporte y entrega de correspondencia y demás envíos postales (mercancías), en las modalidades de correo urbano y nacional que requiera las diferentes áreas que hacen parte de la Industria Licorera del Cauca”
- Se realizaron talleres y jornadas de capacitación propuestas en el plan de Bienestar Social, a continuación, se presenta un informe de las activades realizadas como servicios de educación para la formación y el trabajo.

ACTIVIDAD	NUMERO 1
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	ATENCIÓN SALUD MENTAL.
FECHA DE EJECUCION	25 DE ABRIL DE 2024 Y 16 DE MAYO DE 2024
LUGAR DONDE SE DESARROLLO LA ACTIVIDAD	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA
VALOR TOTAL RUBRO CAPACITACIONES	\$19.500.000
RUBRO DE EJECUCION	2.1.2.02.02.009.92913 CAPACITACIONES - SERVICIOS DE EDUCACIÓN PARA LA FORMACIÓN Y EL TRABAJO.

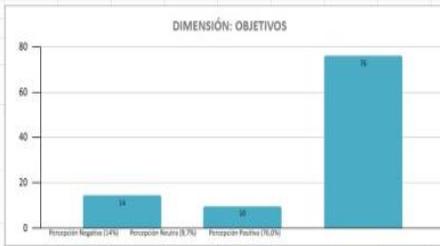


ACTIVIDAD	NUMERO 2
NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	Aplicación de Batería de riesgo psicosocial, informe e intervención – Medición de Clima Organizacional, informe
FECHA DE EJECUCION	Agosto a octubre de 2024.
LUGAR DONDE SE DESARROLLO LA ACTIVIDAD	Industria Licorera del Cauca
VALOR DE LA ACTIVIDAD	Valor Global por rubro de capacitaciones, referido en el punto (c).
RUBRO DE EJECUCION	2.1.2.02.02.009.92913 Capitaciones - servicios de educación para la formación y el trabajo.
EVIDENCIAS DE INTERVENCIÓN DE RESULTADOS DE LA APLICACION DE MEDICION DE CLIMA Y BATERIA DE RIESGO PSICOSOCIAL. (Son dos cosas Totalmente distintas)	

ACTIVIDAD	NUMERO 3
-----------	----------

Cuadro 1. Dimensión: Objetivos										
VARIABLE CONSIDERADA	TOTAL POR INDICADOR							TT		
	1	2	3	4	5	6	7			
1. ¿Cómo califica usted los conocimientos que tiene acerca de la empresa?	1	1	0	8	16	72	23	121		
2. Califique la cantidad de información que recibió sobre los objetivos y políticas de la empresa al ingresar a ella.	5	5	12	6	37	36	20	121		
3. Al colaborar con su trabajo en el logro de los objetivos de la empresa, ¿Con qué intensidad satisface sus necesidades económicas, de ascensos, experiencia de aprendizaje, progreso, etc.?	1	4	7	8	43	49	9	121		
4. ¿Con qué frecuencia determina usted tareas y resultados en su trabajo que permitan el cumplimiento de objetivos fijados a su departamento (o área)?	0	4	2	17	24	38	36	121		
5. Califique la cantidad de información que recibe periódicamente sobre las políticas, objetivos y estrategias de la empresa.	3	4	21	20	33	30	10	121		
6. Califique la cantidad de información que recibió al ingresar a la empresa sobre las obligaciones y labores que tiene que desempeñar.	4	9	12	9	28	34	25	121		
7. ¿Qué información recibe sobre los acontecimientos o innovaciones que se presentan en la empresa?	5	6	15	14	33	37	11	121		
TOTALES	19	33	69	82	214	296	134	847		
% Por indicadores de la categoría.	2,4	4,1	8,1	9,7	25,3	34,9	15,8	100		
% Percepción por grupo: negativa, neutra, positiva.	14		9,7		76,0					

Fuente: La investigadora



NOMBRE DE LA ACTIVIDAD

Construcción de la Política Pública de discapacidad e inclusión social (acciones de Capacitación a los servidores públicos en tema de discapacidad lengua de señas, acompañamiento a personas con discapacidad e inclusión.

FECHA DE EJECUCION

3 de octubre –Socialización de la Política de Discapacidad.
4 de octubre – Cap. Lengua de señas e inclusión.
5 de julio – Cap. Lengua de Señas.



- Se realizaron actividades encaminadas a la INCLUSION SOCIAL y DISCAPACIDAD; Derivado de esta actividad se realizó la socialización de la Política Publica de Discapacidad, Capacitación de Lengua de Señas Colombiana e



Gobernación del Cauca



intervención sobre discapacidad e inclusión, teniendo en cuenta el núcleo familiar de las personas con discapacidad.

- Se realizó con satisfacción la feria de servicios y actividad gastronómica, a continuación, se relacionan evidencias de las actividades realizadas.

INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA
SABORES QUE UNEN

INVITACIÓN FERIA DE SERVICIOS

HOY, 26 de marzo de 2024, se llevará a cabo la FERIA DE SERVICIOS, con el fin de brindar información por parte de algunas entidades territoriales, empresas etc, posibilitando contar a los SERVIDORES PÚBLICOS, alternativas para atención en servicios de salud, educación, emprendimientos y mucho más.

Salón de La Colina - Hora: 9:45 am - 1:00pm. / 2:00 pm - 4:00 pm

Podrán aprovechar este espacio a medida de la disponibilidad de tiempo, de acuerdo a las actividades de su área.

Recuerda, aprovechar este tipo de acciones y articulaciones, Es para ustedes, porque son el alma de la empresa.

PARTICIPANTES

1. Comfauca. (todos los servicios)
2. Integral Constructora.
3. Secretaría de salud.(orientación frente a situaciones en atención de Salud)
4. OMNILIFE. (Alternativas de cuidado en salud)
5. Asociación de Sordos Popayán. (Servicios frente a la atención, orientación a personas con discapacidad auditiva e inclusión)
6. Wecarry. (servicios de transporte y alternativas de laborales)
7. Ortodoncia para todos.(ofrecen gratis en el Espacio Higilene Oral)
8. MERY CAY. (autocuidado facial, femenino y masculino)
9. Constructora Grupo Empresarial DIC.
10. Universidad cooperativa de Colombia. (oferta educativa)
11. HINODE GROUP (autocuidado)
12. ON VACATION. (Viajes).



Actividad



Rifa de 15 bicicletas, actividades realizadas con articulación del COPAST



Se realizaron articulaciones con diferentes instituciones a continuación se relacionan las actividades realizadas:

<p>Actividad</p>	<p>Asesoría y Asistencia Técnica Modelo de abordaje psicosocial POSITIVAMENTE MÁS!</p>
	
<p>Actividad</p>	<p>Articulación con estudiantes Universidad María Cano</p>



- Se realizaron las capacitaciones para fortalecer la gestión archivística de la entidad, actividad realizada con acompañamiento del SENA, 24 servidores públicos inscritos.
- Se mantuvieron Convenios Académicos con Instituciones de Educación Superior del Departamento del Cauca, para fomentar la apertura de la empresa hacia la sociedad en general, a través de prácticas y pasantías.
- Indicador de cumplimiento de las actividades del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el trabajo (SG-SST) 95%, se realizaron actividades de capacitación de trabajo en alturas, espacios confinados y manejo de montacargas, con un cubrimiento del 100% de los trabajadores objetivo, actualización de la matriz de peligros y socialización de la misma.
- Desde el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo se dio cumplimiento en un 80% referente al tema de señalización y demarcación de áreas de la factoría.
- A la fecha han operado en buena medida, EL COPASST (Comité Paritario de Salud y Seguridad en el trabajo) y el Comité de Convivencia Laboral.
- Se realizó socialización del Código de Integridad en las diferentes áreas de la empresa.

NOTA: La explicación del cumplimiento o resultados de los indicadores, tiene sus soportes documentales en el archivo de gestión de Talento Humano.

11. GESTION CONTROL INTERNO

Finalizando esta vigencia me permito presentar el informe de gestión de la oficina de Control Interno a cargo de la jefe Ivonne Adriana Enríquez Santacruz, haciendo énfasis en cada una de las actividades de manera independiente, objetiva, seguimiento y control aplicando las tres líneas de defensa de acuerdo al Modelo de



Planeación y Gestión MIPG, brindando un valor agregado y mejora continua en la misión institucional en pro de la producción y venta del producto, aplicando el mecá, auditoría interna, bajo la directriz del Plan de Acción y el Programa de Auditoría debidamente aprobado por el CICC I y la alta gerencia.

La oficina de Control Interno de la Industria Licorera del Cauca, da cumplimiento a sus objetivos institucionales con un enfoque sistemático y disciplinado para evaluar y mejorar la efectividad de los procesos de gestión, financieros, administrativos y operativos; en la cual adoptamos instrumentos de auditoría como, procedimientos internos, guía de auditoría, Estatuto de Auditoría y código de Ética, buscando aplicar mejores prácticas de control para el ejercicio de las actividades propias del proceso y ejecutadas por la Oficina de Control Interno, las cuales se encuentran regladas jurídicamente en la Ley 87 de 1993, la ley 1474 de 2011, Decreto 648 de 2017 en su Artículo 2.2.21.4.7. Los Informes de auditoría, seguimientos y evaluaciones tendrán como destinatario principal al Representante Legal de la Entidad y al comité de coordinación de control interno y/o comité de auditoría y/o junta directiva y deberán ser remitidos al nominador, en este caso el gobernador, cuando este lo requiera.

El 9 de noviembre de 2018, la ILC adopto mediante Resolución 1268 la creación del Comité Coordinador de Control Interno CCCI y definió sus funciones, desde entonces se realizan los comités, las cuales cuentan con sus respectivas actas y soportes.

En pro de la mejora continua de los procesos Control Interno brinda un cumplimiento del 99% del plan de acción propuesto en la vigencia 2024, haciendo énfasis al cumplimiento con los requerimientos de los Entes Externos del 100%, Auditorías externas a proveedores no se lograron realizar por falta de presupuesto en esos rubros, , con un 100% plan de mejoramiento vigencia 2020 y 90% en la vigencia 2022, ejecución de Auditorías Internas del 100% y un cumplimiento del 0% de las No Conformidades del SGC Cerradas vigencia 2024, cumplimiento del 100% en informes de ley y requerimientos de SIA CONTRALORIA, al igual que los informes de cumplimiento a la gestión.

Primer Comité Institucional de Control Interno vigencia 2024.

La oficina Control Interno dando cumplimiento a la Resolución 1268 del 9 de noviembre de 2008 por medio de la cual crea el Comité Coordinador de la Factoría, realizo las convocatorias con su respectiva acta, la primera acta fue realizada el 11 de marzo de 2024, y tuvo el siguiente orden tratado, se encuentra firmada y publicada.



Se Socializó:

- ✓ Se da a conocer los cinco (5) roles según el Decreto 648 de 2017, artículo 2.2.21.5.3 de las oficinas de control interno:
- ✓ Se da a conocer el Decreto 648 de 2017, artículo 2.2.21.4.7 Relación administrativa y estratégica del Jefe de Control Interno
- ✓ Se da a conocer las Funciones del Comité de Control Interno según Resolución 1268 del 8 de noviembre de 2018
- ✓ Se socializo que los informes de la Oficina de Control Interno serían publicados dándole cumplimiento a la Ley de Transparencia 1712 de 2014. En la página institucional de la factoría: <https://ilcauca.com/transparencia-y-acceso-a-la-informacion-publica>
- ✓ Se socializo Plan de mejoramiento suscrito con La Contraloría General del Cauca suscritos en las vigencias 2020 y 2021: Se evidenció un **total de 35 Hallazgos de Auditoría pasada 2021**, de los cuales se trabajaron y se cerraron un total de 47 hallazgos que venían de auditoría 2020, quedando pendiente uno (1), el cual está cerrado en la actualidad.
- ✓ Se socializo cuadro resumen de cada uno de los 12 hallazgos dejados en la Auditoría de Gestión y Financiera de la vigencia 2022, de la CONTRALORIA GENERAL DEL CAUCA los cuales a fecha actual solo quedan abiertos 3 al 85%, 90% y 95% respectivamente.
- ✓ Descripción de hallazgos dejados en la Auditoría de seguimiento al origen de los recursos del sistema general de salud de la vigencia 2022 de la SUPER SALUD, recordando que las utilidades que genera la Industria Licorera del Cauca son transferidas al departamento-Gobernación del Cauca, para ser distribuidas en deporte, salud y educación, dejaron 7 hallazgos, de los cuales se tienen 3 hallazgos abiertos al 90% de cumplimiento para la fecha actual.
- ✓ Se socializo cuadro resumen de cada uno de los 56 hallazgos dejados en la Auditoría Interna vigencia 2023, la cual tiene como objetivo verificar el cumplimiento de la Gestión enmarcados en los objetivos establecidos y los requisitos de la norma ISO9001:2015, MECI y MIPG y la implementación de los documentos actualizados del sistema de Gestión de Calidad de la Industria Licorera del Cauca, además de los procedimientos estandarizados, de los cuales se tienen cerrados para la vigencia 2024, pasando algunos de los de la vigencia para auditoría realizada en la vigencia 2024.
- ✓ Se socializo el Plan Anual de Presentación de Informes de Ley vigencia 2024 por parte de la Oficina de Control Interno, los informes de Ley dándole cumplimiento al Decreto 648 de 2017 según su artículo 2.2.21.4.9 Informes,



más informes al cumplimiento de la gestión, el cual fue enviado desde el 9 de marzo de 2024 al chat de gerencia para la revisión de todos, el cual será publicado en la página web de la Industria Licorera del Cauca, ya que no se efectuaron cambios, ni sugerencias por parte del Comité

Se Aprobó:

- ✓ El equipo auditor conformado por 27 auditores que serán parte del equipo auditor líder y de apoyo para los 14 procesos existentes en la Industria Licorera del Cauca, certificados por la compañía SGS y BUREAU VERITAS como auditores internos en Sistemas Integrados de Gestión ISO 9001:2015, 45001:2018 y Decreto 1072 como también cuentan con el curso en el Modelo Integrado de Planeación y Gestión MIPG, bajo los lineamientos de la ISO 19011:2018, también se presentan a tres personas como auditores aprendices, ya que no cuentan con el certificado de respaldo para ejercer como auditor, certificado que se puede corroborar en las HV que reposan en la Sección de Talento Humano.
- ✓ Se aprueba el Plan Anual de Auditoría Interna cuyo objetivo es verificar cumplimiento de los sistemas de Control Interno- Sistema de Calidad, Salud y Seguridad en el Trabajo y MIPG vigencia 2024, plan de acción ante INVIMA según oficio remitario 7306-421-2024 del 4, 5 marzo de 2024, cumplimiento a la gestión y normatividad aplicada, el cual será insumo para establecer las metas del Plan de Acción del Proceso Evaluación, Control y Mejoramiento; La Gerente Maribel Perafan sugiere que se incluya en el alcance de todas las auditorías el cumplimiento del plan de acción suscrito con INVIMA según oficio remitario 7306-421-2024 del 4, 5 marzo de 2024, el cual se incluyó en el objetivo del Programa de Auditorías FOCI03 versión 1 del 28 de marzo de 2018, y también se incluyó en cada uno de los planes de auditoria que según el procedimiento de auditoria Interna PR-CI-01, establece entregarlo al proceso auditado ocho (8) días antes de reunión de apertura de la auditoria.

Segundo Comité institucional de Control Interno vigencia 2024.

Se realizó las convocatorias con su respectiva acta, la segunda acta fue realizada el 20 de agosto de 2024, y tuvo el siguiente orden tratado, se encuentra firmada y publicada.

Se Socializó:

- Ejecución del programa de auditorías vigencia 2024: Programa de Auditoria vigencia 2024, aprobado mediante acta de Comité Coordinador de Control



Gobernación
del Cauca



Interno, realizado mediante Acta No01 del 11 de marzo de 2024. Cuyo archivo se encuentra en las TRD de la Oficina de Control Interno de la ILC y el mismo está publicado en la página web de la ILC, la misma que se puede consultar en el siguiente link:

<https://ilcauca.com/la-licorera/control-interno/plan-anual-de-auditorias-internas>

Objetivos de Auditorías Internas 2024:

- Se verificó el cumplimiento de la Gestión enmarcados en los objetivos establecidos y los requisitos:
 - Norma ISO9001:2015: Implementación de los documentos caracterizaciones, procedimientos, instructivos y formatos actualizados del sistema de Gestión de Calidad de la ILC.
 - Modelo Estándar de Control Interno
 - Salud y Seguridad en el trabajo
 - TRD aprobadas para la ILC
 - Modelo Integrado de Planeación y de Gestión
 - Plan de acción ante INVIMA según oficio remitario 7306-421-2024 del 4, 5 marzo de 2014
 - Cumplimiento de Gestión Plan de Acción Intitucional2024_Indicadores2024
- ✓ Se socializo los informes de Auditoria Interna Vigencia 2024 (Publicados en la página web según Ley 1712 de 2024 Artículo 11 literal e). Se socializaron un total de 103 hallazgos internos, como también se manifestó que el proceso de comercialización no se había logrado realizar la auditoria. Hasta el momento ya se cuenta con informe firmado de auditoria al proceso de comercialización.

Se Aprobó, Compromisos:

- Realizar el plan de mejoramiento en el formato FO-GC-03 Acciones correctivas versión 4, del 25 de enero 2024, según ciclo PHVA
- El día 20 de agosto se envió formato diligenciado con cada uno de los hallazgos, a cada uno de los líderes de proceso, para ser diligenciados y ser enviados a la Oficina de Control Interno antes del viernes 30 de agosto de 2024
- La oficina de Planeación y siguiendo el procedimiento PR-GC-03 acciones correctivas Versión 10 Julio 06 de 2022, deberá realizar acompañamiento a la realización del formato FO-GC-03 Acciones correctivas
- Las actividades del ciclo PHVA relacionadas en el formato FO-GC-03 Acciones Correctivas deberán ser fecha máxima al 31 diciembre de 2024.



Se dio cumplimiento al Programa Anual de Auditorías vigencia 2024.

Se realizó el programa anual de auditorías con un total de Equipo auditor conformado por 27 auditores entre auditor líder y de apoyo para los 14 procesos existentes en la Industria Licorera del Cauca, certificados por la compañía SGS y BUREAU VERITAS como auditores internos en Sistemas Integrados de Gestión ISO 9001:2015, 45001:2018 y Decreto 1072 como también cuentan con el curso en el Modelo Integrado de Planeación y Gestión MIPG, bajo los lineamientos de la ISO 19011:2018, también se presentaron a tres personas como auditores aprendices, ya que no cuentan con el certificado de respaldo para ejercer como auditor, certificado que se puede corroborar en las HV que reposan en la Sección de Talento Humano, la lista de total de auditores es:

Lista de Auditores Internos Programa Auditorías 2024

AUDITORES INTERNOS	
1	Edith Milena Cabezas Hurtado
2	Leidy Vanessa Iriarte Valdes
3	Stella Camacho Pisamina
4	Maricel Gómez Sánchez
5	Ricardo Alberto Montenegro Zambrano
6	Yuly Katherine Jaimes Paz
7	Nathalia Andrea García Chávez
8	Daniel Eduardo López Salamanca
9	Hugo Fernando Banguero Ramos
10	Carolina Muñoz Olave
11	Jhon Jaime Martínez Alegría
12	José Luis Hernández Otero
13	Evelyn Soraida Agredo Trujillo
14	Magally Yasmin Macías Córdoba
15	Rolando Alberto López Muñoz
16	Carolina Solano Certuche
17	Jaime Humberto Mendoza Chacón
18	Edith Méndez
19	Juan Manuel Segura Mosquera
20	Ivonne Adriana Enriquez Santacruz
21	Sandra Milena Camacho Gómez
22	Lisandro Salamanca Santiago
23	Victoria Eugenia Sarria Palta
24	Clairena Porras
25	Doris Ramírez Salud y Seguridad en el Trabajo
26	Ivon Lucia Sarria_Aprendiz
26	Fernando Imbachi_Aprendiz
27	Mónica Martínez_Aprendiz

Tabla 27 Lista de Auditores Internos Programa Auditorías 2024
Fuente: Primer acta de Control Interno 2024

Todos los procesos cuentan con informes de auditorías según el formato establecido por el Sistema de Gestión de la Calidad FO-CI-10, socializados con cada uno de los líderes y concertados los hallazgos, de igual manera socializados en Comité Coordinador Control Interno el pasado 20 de agosto de 2024.

Hallazgos Interno vigencia 2024



Tabla 38: Hallazgos Interno vigencia 2024

Ítem	Proceso	Jefe Proceso/Área	No. Hallazgos por proceso
1	Control de la calidad	Carolina Solano	7
2	Comunicaciones	Alberth Viafara Banguero	8
3	Comercialización		9
4	Talento Humano	Carlos Oswaldo Díaz	8
5	Mantenimiento	Juan Manuel Segura	9
6	Financiera	Cesar Fernando Imbachi	12
7	División Jurídica	María del Mar Muñoz Balcázar	7
8	División Administrativa	Samir Eduardo Orozco	9
9	Gestión de la Calidad	Ivon Lucia Sarria Mosquera	9
10	Tecnología de la Información y comunicación.		7
11	Planeación		8
12	Producción	Jaime Humberto Mendoza	9
13	Evaluación control y mejoramiento	Ivonne A. Enríquez Santacruz	2
14	Direccionamiento Institucional	Maribel Perafan Gallardo	7
	Total		111

Fuente: oficina Control Interno informe de Planes de Mejoramiento

Seguimiento a Planes de Mejoramiento de hallazgos Internos vigencia 2024.

Se cuenta hasta el momento con los planes de Mejoramiento de los hallazgos Internos correspondientes a la vigencia 2024:

- a) Producción,
- b) Mantenimiento
- c) Control de Calidad,
- d) Administrativa,
- e) Planeación,
- f) Sistema de Gestión de la Calidad
- g) Tecnología de la Información y comunicación
- h) y Evaluación control y mejoramiento.

Queda faltando:

- a) Comunicaciones,
- b) Comercialización,
- c) Talento Humano,
- d) Financiera,
- e) Jurídica
- f) y Direccionamiento Institucional.



Gobernación
del Cauca

Estos planes de mejoramiento deberán ser entregados y cumplidas las actividades estructuradas antes de dar inicio al nuevo ciclo de auditoría de la vigencia 2025.

Seguimiento a Planes de Mejoramiento de hallazgos de Contraloría General del Cauca

- ✓ Seguimiento Control Interno hallazgo pendiente de auditoría vigencia 2021.

En cumplimiento del plan de auditoría 2024, se realizó seguimiento íntegro al plan de mejoramiento suscrito en diciembre de 2021. Como resultado de esta revisión, se verificó que el hallazgo No. 28, referente al contrato de servicios N° 029/2020 con Transportes Sarvi Ltda., ha sido subsanado de manera satisfactoria mediante la emisión de la resolución de terminación N° 447/2024. Con base en la documentación recopilada y la información proporcionada por las áreas involucradas, se elaboró el Informe de Seguimiento N° 0674 del 12 de julio 2024, en el cual se solicita formalmente la clausura del plan de mejoramiento correspondiente al año 2021.

- ✓ Seguimiento Control Interno hallazgo pendiente de auditoría vigencia 2022.

Resumen de Hallazgos Contraloría vigencia 2022.

N. HALLAZGO	UNIDAD MEDIDA METAS	PORCENTAJE AVANCE
Hallazgo de Auditoría No 02 Administrativa con presunta connotación fiscal y disciplinaria	Informes de Arqueo de auto revisión de caja por el responsable de la caja menor e informes por parte de la oficina de control interno	100%
Hallazgo de Auditoría No 03 Administrativa con presunta connotación Disciplinaria	Informes de Arqueo de auto revisión de caja por el responsable de la caja menor e informes por parte de la oficina de control interno	100%
Hallazgo de Auditoría No 04 Administrativa	Procedimiento y herramienta o formato	100%
Hallazgo de Auditoría No 05 Administrativa	formato de reporte de bienes y equipos según la resolución 34 de 2021 o la que aplique para cada vigencia	100%
Hallazgo de Auditoría No 06 Administrativa	Informe de ajuste a cuentas por cobrar	100%
Hallazgo de Auditoría No 07 Administrativa con connotación Disciplinaria	Informe de cumplimiento del acuerdo de pago	95%
Hallazgo de Auditoría No 08 Administrativa	Informe por parte de la división jurídica	100%
Hallazgo de Auditoría No 10 Administrativa	Informe contable actualizado de propiedad planta y equipo de la evaluación y depuración	85%
Hallazgo de Auditoría No 11 Administrativa	Estados financieros	100%
Hallazgo de Auditoría No 12 Administrativa	Información bancaria de validación recursos Informes de avance disminución de recursos a favor de terceros Acta de comité financiero	90%
Hallazgo de Auditoría No 13 Administrativa	Procedimiento y herramienta o formato	100%
Hallazgo de Auditoría No 14 Administrativa	Informe de ajuste de valores e impuestos	100%

Fuente: Oficina control Interno-2024

Tabla 29: Hallazgos Contraloría vigencia 2022.



✓ Seguimiento Control Interno

De acuerdo con el seguimiento del plan de mejoramiento correspondiente a la vigencia 2022, se identificaron nueve hallazgos que cumplieron al 100% con las acciones propuestas, según las evidencias presentadas por cada responsable en su ejecución de acuerdo a lo pactado con el ente de control. Además, se evidenciaron tres hallazgos en proceso de cierre de acuerdo a los registros del plan de mejoramiento suscrito.

✓ Resumen de hallazgos en ejecución plan de mejoramiento vigencia 2022

Resumen de Hallazgos Contraloría vigencia 2022.

N. HALLAZGO	UNIDAD MEDIDA METAS	PORCENTAJE AVANCE
Hallazgo de Auditoria No 07 Administrativa con connotación Disciplinaria	Informe de cumplimiento del acuerdo de pago	95%
Hallazgo de Auditoria No 10 Administrativa	Informe contable actualizado de propiedad planta y equipo de la evaluación y depuración	85%
Hallazgo de Auditoria No 12 Administrativa	Información bancaria de validación recursos Informes de avance disminución de recursos a favor de terceros Acta de comité financiero	90%

Tabla 30: Hallazgos Contraloría vigencia 2022.

Fuente: Control Interno-2024.

✓ Conclusión plan de mejoramiento vigencia 2022.

El plan de mejoramiento de 2022 se encuentra en su fase final, con un avance del 97.5%. Los tres hallazgos restantes están siendo abordados de manera prioritaria para concluir exitosamente el plan y dar cumplimiento a los compromisos adquiridos, se evidencia por parte de la oficina de control interno el compromiso de los líderes de proceso para abordar acciones y terminar conocimiento al 100%.

Seguimiento a Planes de Mejoramiento de hallazgos de Súper Intendencia de Salud

Descripción de hallazgos dejados en la Auditoria de seguimiento al origen de los recursos del sistema general de salud de la vigencia 2022 de la SUPER SALUD, recordando que las utilidades que genera la Industria Licorera del Cauca son transferidas al departamento-Gobernación del Cauca, para ser distribuidas en deporte, salud y educación, por tal motivo la Súper Intendencia de Salud nos realiza auditoria haciéndole seguimiento de donde nacen los recursos dirigidos al deporte.

Hallazgos SUPERSALUD Vigencia 2022

AUDITORIA SUPERSALUD 2022			
DIVISION RESPONSABLE	No. DE HALLAZGOS	No. DE HALLAZGOS ABIERTOS CORTE AL DICIEMBRE 2023.	% PORCENTAJE DE AVANCE
DIVISION-FINANCIERA-presupuesto(1)-facturación(2)	3- hallazgo(No.01-02-05)	1 hallazgo (No.02 Caja y Facturación)	90%
DIVISION ADMINISTRATIVA Almacén(1) almacén y producto terminado(1)	2- hallazgos(No.03-04)	2-hallazgo(No.03-04)	90%
JURIDICA	2-hallazgos (No.06-07)		
TOTAL HALLAZGOS	7	3	90%

Tabla 31: Hallazgos SUPERSALUD Vigencia 2022

Fuente: Control Interno-2024

Hallazgos abiertos ante la SUPERSALUD Vigencia 2022

División Financiera/Facturación	<p>Una vez realizada la verificación y cruce de información entre los archivos denominados "14 INFORMES VENTAS Y DEGUSTACIONES 2020, 2021 Y 2022.", con la información entregada en la carpeta del ítem 14 del componente financiero y los archivos en Excel de ventas y costos de ventas del ítem 11 del componente financiero "11 Auxiliar Contable producción", NO se evidencia el consecutivo de la facturación, con la siguiente numeración: 8, 9, 342, 397, 644, 646, 1639, 1722, 48490, 48613, 48523, 48640, 48749 y 48673, por lo que se presume que la Industria Licorera del Cauca, está incumpliendo con la liquidación, pago y transferencia del impuesto al consumo y/o participación de licores de los recursos del SGSSSS, con lo cual contraviene presuntamente lo establecido en los artículos 16 y 19 de la Ley 1816 del 2016, parágrafo del artículo 3 de la Ley 1314 de 2009, el artículo 3, Numeral 19 de la Ley 1949 de 2019.</p>
División Administrativa/Almacén	<p>Presuntas diferencias en el resultado final de inventarios de unidades de productos terminados La Industria de Licores del Cauca presenta diferencias con respecto a las cantidades del inventario analizados por esta Superintendencia en lo referente a los saldos finales, para las vigencias 2020, 2021 y primer semestre del 2022, así: 355 unidades de CREMA DE TRIPLE SEC 375 X 6 para la vigencia 2020, 412 unidades de producto terminado de AGUARDIENTE TRADIC 375 X 24, 6 unidades de ALCOHOL ETILICO AL 70% ENVASE VIDRIO 1.750 ML, 6 unidades de ALCOHOL ETILICO AL 70%, 6 unidades de ENVASE POLIETILENO 1000 ML y 6 unidades de ALCOHOL ETILICO AL ENVASE POLIETILENO 2000 ML para la vigencia 2020 y 342 unidades de CREMA DE TRIPLE SEC 375 X 6 y 228 unidades de ALCOHOL ETILICO AL 70% ENVASE VIDRIO 750 ML, toda vez que estas diferencias se reflejan en mayores cantidades con respecto a las reportadas en las base de datos del Kardex y la certificación de los inventarios, lo cual impide tener un dato exacto de las cantidades de producto terminado en los inventarios, con lo cual se presume el incumplimiento a lo establecido en el parágrafo del artículo 3 de la Ley 1314 de 2019, y Numeral 11, artículo 3 de ley 1949 de 2019 que modifica el artículo 130 de la ley 1438 de 2011, Numeral 1.3. Procedimiento para la Evaluación del Control Interno Contable, artículo 1º Resolución 193 de 2016, de la CGN.</p>
División Administrativa/Almacén/Producto Terminado	<p>Presunta falta de gestión y deficiencias en el manejo de inventarios con respecto al Proceso de bajas de los productos terminados para las vigencias 2020 y 2021. La Industria de Licores del Cauca informó que el procedimiento administrativo para enajenar, permutar, ceder a título gratuito, destruir bienes muebles inservibles, Deteriorados, inaprovechables e innecesarios, es el establecido en la Resolución No. 010691 de 30 de septiembre de 1998 "Por la cual se establece el procedimiento para Dar de baja a bienes de la Industria Licorera del Cauca". Para la vigencia 2020 realizó 587 bajas de unidades de productos terminados por un valor \$ 1.857.939,44 de pesos, para la vigencia 2021 dio de baja 807 productos terminados por un valor de \$3.006.031,69, información que no se encuentra registrada en los inventarios, lo cual impide tener un dato exacto de los mismos, lo cual denota una falta de gestión administrativa y financiera que no permite llevar un</p>

Gobernación
del Cauca

	control en los movimientos y registros contables de las bajas y/o degustaciones que tiene la ILC.
--	---

Tabla 32: Hallazgos abiertos ante la SUPERSALUD Vigencia 2022

Fuente: Plan de Mejoramiento Súper Salud 2022

De acuerdo a la lectura de los hallazgos y tareas pendientes se estableció compromisos por las áreas respectivas, que se describen en compromisos para darle cierre al 100% antes de 30 de marzo de 2025, fecha que se enviara a la plataforma de la Súper Intendencia de salud nuevamente el plan de mejoramiento.

Seguimiento Riegos Institucionales de la Industria Licorera del Cauca

En aras de darle cumplimiento a uno de los roles “evaluación de la Gestión del Riesgo” según artículo 2.2.21.4.8 Decreto 648 de 2017 realizo el siguiente ejercicio:

Los líderes de los catorce (14) procesos de la Industria Licorera del Cauca ILC, identificaron cada uno los riesgos puedan llegar a interrumpir el logro de los objetivos en caso de que se materialicen, tal como se evidencia el siguiente cuadro:

Riesgos de los catorce (14) procesos.

Situación inicial de cada riesgo de gestión con corte a 31 de diciembre del 2024.

Riesgos de Gestión Vigencia 2024.								
Proceso	Numero de Riesgos	Nivel de Riesgos Extremo	Nivel de Riesgos Alto	Nivel de Riesgo Moderado	Nivel de Riesgo Bajo	ZONA DE RIESGO		Nivel de Impacto
						Riesgo de Corrupción	Riesgo de Gestión	
Comercialización	1			1	0		x	Menor
Producción	2			0	2		x	Menor
Mantenimiento	2			2	0		x	Menor
Jurídica	2			1	1		x	Leve
Administrativa	2				2		x	Leve
Tecnología de la información y C.	2			1	1		x	Menor
Evaluación, control y mejoramiento	3				3		x	Menor
Planeación	2			2	0		x	Menor
Direccionamiento institucional	2			2	0		x	Menor
Gestión de calidad	1			1	0		x	Menor
Financiera	4			2	2		x	Menor
Control de calidad	2			2			x	Menor
Comunicación	1				1		x	Menor
Talento Humano	1		1	0	0		x	Mayor
TOTAL	27		1	14	12			

Tabla 33: Riesgos procesos.

Fuente: Oficina de Control Interno.

Gobernación
del Cauca

Terminado la vigencia del 2024 la ILC con respecto a los **riesgos de Gestión Institucional** cerro con 27 riesgos de los cuales se evidencio, uno (1) riesgo de nivel alto con un nivel de impacto mayor equivalente al 3.71% correspondiente al proceso Talento Humano, catorce (14) riesgos de nivel Moderado con un nivel de impacto Menor equivalente al 51.85% y doce (12) riesgos con un nivel bajo con un impacto menor equivalente al 44.44%.

La oficina de Control Interno evaluó la eficacia de los controles identificados y clasificados en los riesgos Nivel Extremo y Nivel Alto, asumiendo criterios de

Riesgos de Corrupción Vigencia 2024								
Proceso	Numero de Riesgos	Nivel de Riesgos Extremo	Nivel de Riesgos Alto	Nivel de Riesgo Moderado	Nivel de Riesgo Bajo	ZONA DE RIESGO		Nivel de Impacto
						Riesgo de Corrupción	Riesgo de Gestión	
Comercialización	1			2		X		Mayor
Producción	1			1		X		Mayor
Mantenimiento	1			1		X		Mayor
Jurídica	1			1		X		Mayor
Administrativa	2		1	3		X		Mayor 2- Moderado 2.
Tecnología de la información y C.	1		1			X		Mayor
Evaluación, control y mejoramiento.	2			2		X		Mayor
Planeación	1			1		X		Mayor
Direccionamiento institucional	1		1					Mayor
Gestión de calidad	1			1		X		Moderado
Financiera	2			2		X		Mayor
Control de calidad	1			1		X		Mayor
Comunicación	1			1		X		Mayor
Talento Humano	4		1	4		X		Mayor
TOTAL	20		4	20		x		

calificación según guía de Gestión del Riesgo del DAFP, con el fin de determinar si los controles son eficaces y permiten la interrupción y materialización del Riesgo.

Cuadro N°8. Riesgos de Corrupción de los catorce (14) procesos ILC.

Fuente: Oficina de Control Interno.

De acuerdo a la calificación anterior del nivel de riesgo e impacto, se observa que de 24 riesgos que se venían trabajando en la vigencia 2023 se evaluó y ajusto la matriz de riesgos durante la vigencia 2024, quedando 20 riesgos para su seguimiento y control en la vigencia correspondiente al 2025 así:

- Comercialización de 2 riesgos paso a 1 riesgo.
- Administrativa de 4 riesgos paso a 2 riesgos.



Informes de ley 2024.

La oficina de control interno dándole cumplimiento al Decreto 648 de 2017 en su artículo 2.2.21.4.9, presento a cabalidad los informes de ley a través del formato FOCl03 versión 1 del 28 de marzo de 2018, **cumpliendo al 100% en su indicador** dando los reportes respectivos ante las diferentes institucionalidades con copia a la alta gerencia.

Requerimiento contestado a Entes de Control vigencia 2024.

Dándole cumplimiento al Decreto 648 de 2017, Artículo 2.2.21.5.3. Donde uno de los roles es: relación con entes externos de control. Los oficios que llegan a la ILC de los organismos de control, son radicados ante la oficina de Control Interno, se coordina respuesta con las personas responsables y a corte 31 de diciembre de 2024, se respondió en los tiempos establecidos por los diferentes entes de control, respondiendo un total de veinte (20) requerimientos en toda la vigencia.

Reporte Aplicativo FURAG-Medición De MIPG Vigencia 2022

Se socializa por parte de la Oficina de Control Interno los resultados de desempeño Institucional FURAG 2023, donde la empresa está clasificada entre “Empresas Industriales Y Comerciales Y Sociedades Públicas”. Índice de Desempeño Institucional IDI, está en una escala de 1-100, siendo 100 el más alto.

Cuadro Resultados de desempeño Institucional FURAG 2023

Se anexa Url para la consulta en plataforma MIPG los resultados obtenidos de la ILC.

<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiZTZgYTg4NGMtZGZhMy00YmE0LWI0ZWItN2FjYmUxMDQ1MWYyYiwiidCI6IjU1MDNhYWMyLTdhMTUtNDZhZi1iNTIwLTJhNjc1YWQxZGYxNiIsImMiOiJ9&pageName=ReportSection396d1cd03a850a004c59>

Tabla 34: Informes de ley 2024.

[Q1MWYyYiwiidCI6IjU1MDNhYWMyLTdhMTUtNDZhZi1iNTIwLTJhNjc1YWQxZGYxNiIsImMiOiJ9&pageName=ReportSection396d1cd03a850a004c59](https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiZTZgYTg4NGMtZGZhMy00YmE0LWI0ZWItN2FjYmUxMDQ1MWYyYiwiidCI6IjU1MDNhYWMyLTdhMTUtNDZhZi1iNTIwLTJhNjc1YWQxZGYxNiIsImMiOiJ9&pageName=ReportSection396d1cd03a850a004c59)