

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 1 de 126	

ACTA DE REVISIÓN POR LA DIRECCIÓN

1. INFORMACIÓN GENERAL

- **INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA**
- **Código del documento (si aplica):** DO-GE-13
- **Título:** Acta de Revisión por la Dirección
- **Fecha de la reunión:** Febrero 29 de 2025
- **Lugar de la reunión:** Sala de Juntas
- **Número de acta:** 001
- **Periodo evaluado:** Enero-Diciembre de 2024

OBJETIVO DE LA REVISIÓN: Evaluar la adecuación, suficiencia y eficacia del Sistema de Gestión de la Calidad (SGC).

2. LIDERES DE PROCESO DE LA INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA

Se verifica la asistencia de las siguientes personas:

No.	NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO
1	Maribel Perafán Gallardo	Gerente
2	Cesar Fernando Imbachí	Jefe División Financiera
3	María del Mar Muñoz	Jefe División Jurídica
4	Carlos Oswaldo Díaz	Jefe División Talento Humano
5	Samir Eduardo Orozco	Jefe División Administrativa
6	Jaime Humberto Mendoza	Jefe División Producción
7	Juan Manuel Solano	Sección Mantenimiento
8	Carolina Solano	Sección Control Calidad
9	Ivon Lucía Sarria	Jefe División Planeación
10	Ivonne Enríquez	Jefe Control Interno

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 2 de 126	

3. TABLA DE CONTENIDO

ESTADO DE LOS COMPROMISOS DE REVISIONES ANTERIORES

(Informe del cumplimiento de acciones o decisiones tomadas anteriormente).

CAMBIOS EN CUESTIONES INTERNAS Y EXTERNAS PERTINENTES AL SGC

(Análisis del contexto, partes interesadas, riesgos, oportunidades).

INFORMACIÓN SOBRE EL DESEMPEÑO Y LA EFICACIA DEL SGC, INCLUYENDO:

- Satisfacción del cliente y retroalimentación de partes interesadas.
- Cumplimiento de objetivos de calidad.
- Desempeño de los procesos.
- No conformidades y acciones correctivas.
- Resultados de auditorías internas y externas.

EFICACIA DE LAS ACCIONES TOMADAS PARA ABORDAR RIESGOS Y OPORTUNIDADES

OPORTUNIDADES DE MEJORA

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 3 de 126	

3.1. ESTADO DE LOS COMPROMISOS DE REVISIONES ANTERIORES

De acuerdo con los compromisos establecidos en el Acta de Revisión por la Dirección correspondiente al vigencia 2023, firmada el 4 de abril de 2024, los avances de las acciones de mejora constituidas como compromisos son los siguientes:

No.	Acción de Mejora	Descripción del Avance de la Acción de Mejora
1	Es relevante establecer un indicador que permita que desde lo comercial se refleje el beneficio hacia la organización por la entrega de patrocinios.	A pesar que están establecidos nuevos indicadores para la división de comercialización, aun no se establece un indicador que permita reflejar el beneficio de la entrega de patrocinios por parte de la factoría.
2	Para el año 2024, llevar a cabo capacitaciones en el aplicativo SEVENET que puedan permitir que el personal nuevo, pueda desarrollar el proceso de digitalización de la información y de los procedimientos.	Se realizó capacitación al personal administrativo, en el aplicativo SEVENET, logrando que el personal nuevo y antiguo continuara con el proceso de digitalización de procedimientos.
3	Realizar un cronograma de refuerzo al personal administrativo de la factoría, con el fin de fortalecer el manejo en el aplicativo SEVENET.	Se realizó un cronograma por parte de la división de planeación para continuar con el proceso de capacitación del personal administrativo con el fin de fortalecer el manejo del aplicativo SEVENET.
4	Continuar con el seguimiento detallado a los indicadores reportados en el Balance ScoreCard y realizar la verificación por parte de la alta dirección con el objetivo de tomar decisiones oportunas.	Dentro de la vigencia 2024 se continuó con las acciones de seguimiento y verificación a los indicadores por parte de la División de Planeación a cada proceso. Esto permitió a la Alta Dirección tomar decisiones oportunas en algunos de los procesos de acuerdo a los resultados obtenidos.
5	Establecer un mecanismo que permita que los supervisores de contratos, realicen una buena supervisión para evitar que pasen a la vigencia 2024 cuentas por pagar. Se recomienda que los jefes de división y profesionales líderes de proceso sean quienes lleven el control de los procesos contractuales.	Para lograr que los supervisores de los contratos, realizaran una buena gestión en el desarrollo de los contratos, se realizaron tres capacitaciones en los siguientes temas: <ul style="list-style-type: none"> • Socialización del manual de contratación de la Industria Licorera del Cauca.

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 4 de 126	

No.	Acción de Mejora	Descripción del Avance de la Acción de Mejora
		<ul style="list-style-type: none"> • Obligaciones de los supervisores en la contratación. • SECOP II.
6	Lograr una trazabilidad en el inventario arrojado por el aplicativo Apoteosys y las existencias reales en la bodega de producto terminado, para tener datos exactos y poder realizar la debida comercialización del producto.	Se realizaron inventarios físicos de producto terminado mensuales y estos a su vez fueron revisados y analizados con los datos que arroja el aplicativo Apoteosys. Como resultado de ello, se elaboraron informes de inventarios físicos y virtuales con sus respectivas observaciones y recomendaciones. Por esta razón, se realizaron ajustes a inventarios en el aplicativo Apoteosys.
7	Actualizar la Resolución No. 1398 de 2014 de acuerdo a la normatividad vigente y dar cumplimiento a la misma.	Se realizó actualización de la Resolución 1398 de 2014 por medio de Resolución 0207 de 2025 por medio del cual se establece el procedimiento de aprobación de patrocinios y préstamo de infraestructura por parte de la Industria Licorera del Cauca.
8	Realizar capacitaciones periódicas al personal de la división de producción de la Industria Licorera del Cauca en el manejo de la nueva línea de producción, con el fin de evitar la especialización de tareas y el manejo inadecuado de la misma.	Durante las intervenciones de mantenimiento preventivo y correctivo a la línea de envasado por parte del proveedor OMEGA se realizaron diferentes socializaciones en manejo y mantenimiento de las maquinas intervenidas.
9	Aunar esfuerzos con la alta dirección para seguir haciendo acercamientos con otros departamentos para la comercialización de nuestros productos.	Desde la Alta Dirección se realizaron acercamientos con los Departamentos de Quindío, Nariño, Valle del Cauca
10	Ofrecer el servicio de maquila para los departamentos que así lo requieran, teniendo en cuenta que tenemos la maquinaria necesaria para realizar el proceso.	Se realizó acercamiento con Gobernador del Departamento Nariño y producto de ello se realizó propuesta de Maquila para Aguardiente de Nariño.
11	Realizar análisis financieros y comerciales detallados que aporten en la toma de decisiones por parte de la alta gerencia con	Se elaboró propuesta de reenvaso de aguardiente en presentación Tetrapack, que fue socializado en Junta Directiva

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 5 de 126	

No.	Acción de Mejora	Descripción del Avance de la Acción de Mejora
	respecto al impulso y a la venta de tetra pack.	el día 30 de Diciembre de 2024 soporte Acta N° 6 de Junta Directiva.
12	Realizar por lo menos dos (2) veces al año, las encuestas de satisfacción al cliente y que estas sean desarrolladas por el Sistema de Gestión de la Calidad	Las encuestas de satisfacción al cliente, fueron elaboradas y desarrolladas por la división de comercialización con el acompañamiento del Sistema de Gestión de la Calidad.
13	Para poder mantener el alcance de las auditorias en el Sistema de Gestión de la Calidad y en la de Sello de Calidad, se hace necesaria la producción y comercialización de escarchados, cremas, ron y ginebra.	De acuerdo a la programación de ventas del año 2024 se planificó la producción de escarchados y ginebra; al igual que la producción de los productos de mayor rotación como son el aguardiente tradicional y sin azúcar. Por ello, en la actual vigencia se solicitará la modificación de las auditorias respecto al alcance de productos.
14	Aplicar el procedimiento PR-CC-11 Diseño y Desarrollo, para mantener la vigencia de los registros sanitarios otorgados por el INVIMA, que requiera la Industria Licorera del Cauca.	Se realizó el ajuste al procedimiento incluyendo información relevante para el proceso en el Numeral 6.2.1 Verificación del cumplimiento de requisitos del Procedimiento
15	Adquirir un Software que incluya módulos de trazabilidad (producción y control de calidad) a los inventarios de la Industria Licorera del Cauca y que a su vez alimente la división financiera.	Se adquirió la licencia para el Software ERP ODOO y se avanzó en la implementación de: <ul style="list-style-type: none"> • Documentación de las rutinas de planeación del proceso de Producción. • Y la documentación del Proceso de Mantenimiento.

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 6 de 126	

3.2. CAMBIOS EN CUESTIONES INTERNAS Y EXTERNAS RELEVANTES

COMPORTAMIENTO DE LAS FINANZAS: ANALISIS FINANCIERO Y PRESUPUESTAL DE LA VIGENCIA 2024

Cambios significativos son analizados en materia financiera y presupuestal, justamente por los cambios en el comportamiento del mercado local.

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%

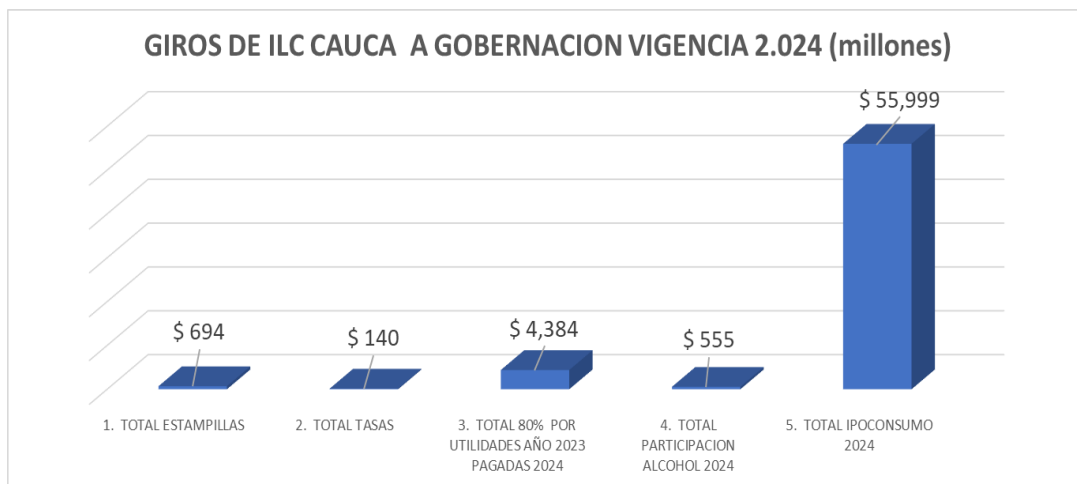
Tabla 1 Estados financieros ILCauca 2.024

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

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 7 de 126	

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*

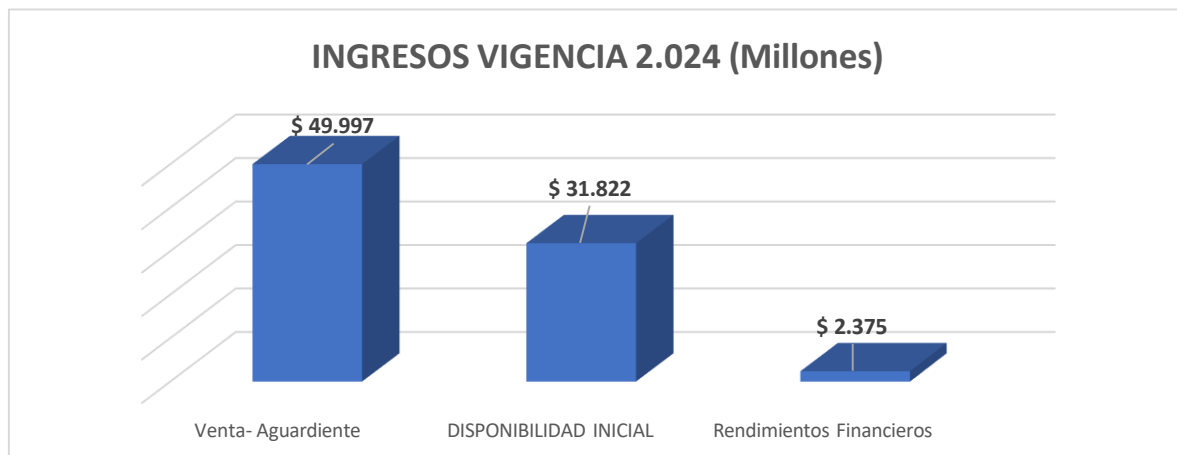
La Industria Licorera del Cauca, para la vigencia 2.024, dispuso de un presupuesto, el cual fue aprobado mediante acuerdo 006 de 28 diciembre de 2.023, por un total inicial \$102.576 millones, el cual está respaldado mediante resoluciones CONFIS 0100 28 febrero 2.023, presupuesto que fue liquidado mediante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

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 8 de 126	

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.

PRESUPUESTO DE GASTOS 2.024.

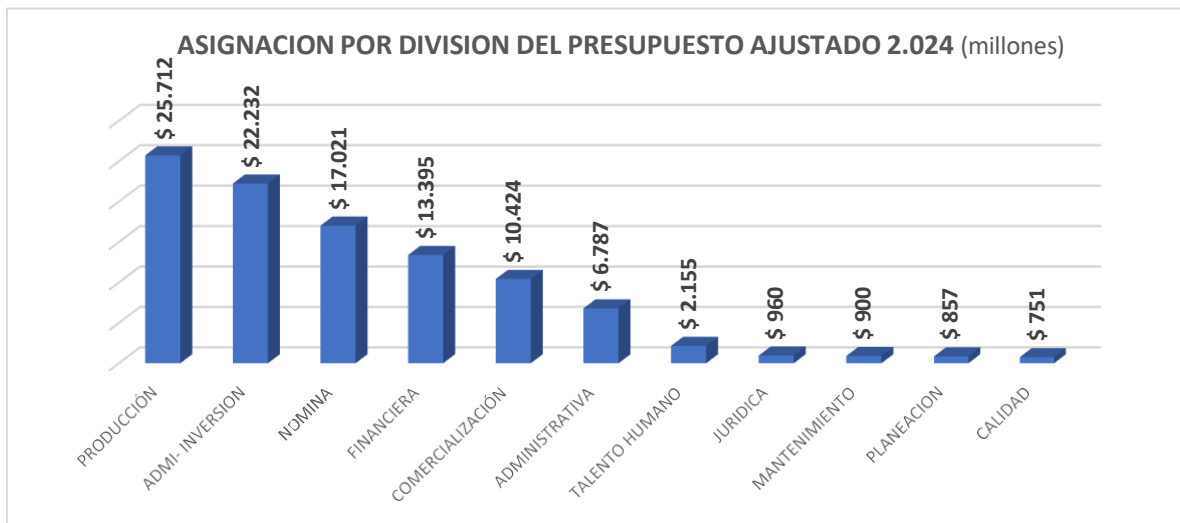
El presupuesto de gastos inicial y el presupuesto ajustado (definitivo) de la vigencia 2.024, de acuerdo con las responsabilidades de cada división presentaron la siguiente asignación de recursos:

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%

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 9 de 126	

CENTROS	INICIAL		AJUSTADO	
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 IL Cauca
Fuente: Ejecución presupuestal de gastos 2.024 IL Cauca.*

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%

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 10 de 126	

CENTROS	AJUSTADO	EJECUTADO	
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 IL Cauca
Fuente: Ejecución presupuestal de gastos 2.024 IL Cauca.

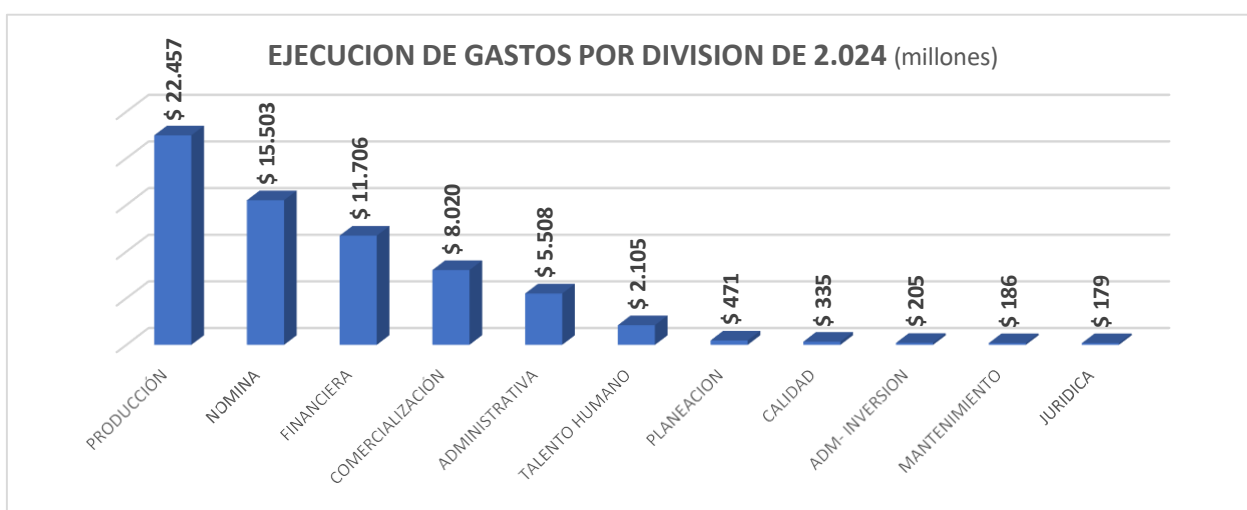


Ilustración 3: Ejecución de Gastos por División IL Cauca
Fuente: Ejecución presupuestal de gastos 2.024 IL Cauca.

CIERRE DE TESORERIA INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA

- ❖ La Industria Licorera del Cauca, realizado el cierre de tesorería a 31 de diciembre de 2.024, estableciendo un total de fondos en tesorería por valor de: **CUARENTA Y CUATRO MIL OCHOCIENTOS ONCE MILLONES CUATROCIENTOS DIECISIETE MIL NOVECIENTOS CINCUENTA Y CUATRO PESOS CON CINCUENTA Y SIETE CENTAVOS M/CTE (\$44.811.417.954.57)** y una obligaciones pendientes a la fecha por valor de: **TREINTA Y TRES MIL SEISCIENTOS NOVENTA Y CUATRO MILLONES SEISCIENTOS SETENTA Y UN MIL SETECIENTOS VEINTICUATRO PESOS CON SETENTA Y CINCO CENTAVOS M/CTE (\$33.694.671.724.75)**, generando como resultado el valor de: **ONCE MIL CIENTOS DIECISEIS MILLONES SETECIENTOS CUARETA Y SEIS MIL DOSCIENTOS VEINTI**

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 11 de 126	

NUEVE PESOS CON OCHENTA Y DOS CENTAVOS M/CTE (\$11.116.746.229.82) como saldo disponible, valor que puede variar de forma positiva por la depuración y pago de las cuentas por pagar.

CAMBIOS EN EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO LOCAL

El comportamiento de las ventas en millones de unidades factor 750 cc presenta el siguiente comportamiento entre 2012 y 2023.

Ilustración X Variación Porcentual Ventas 2012-2023

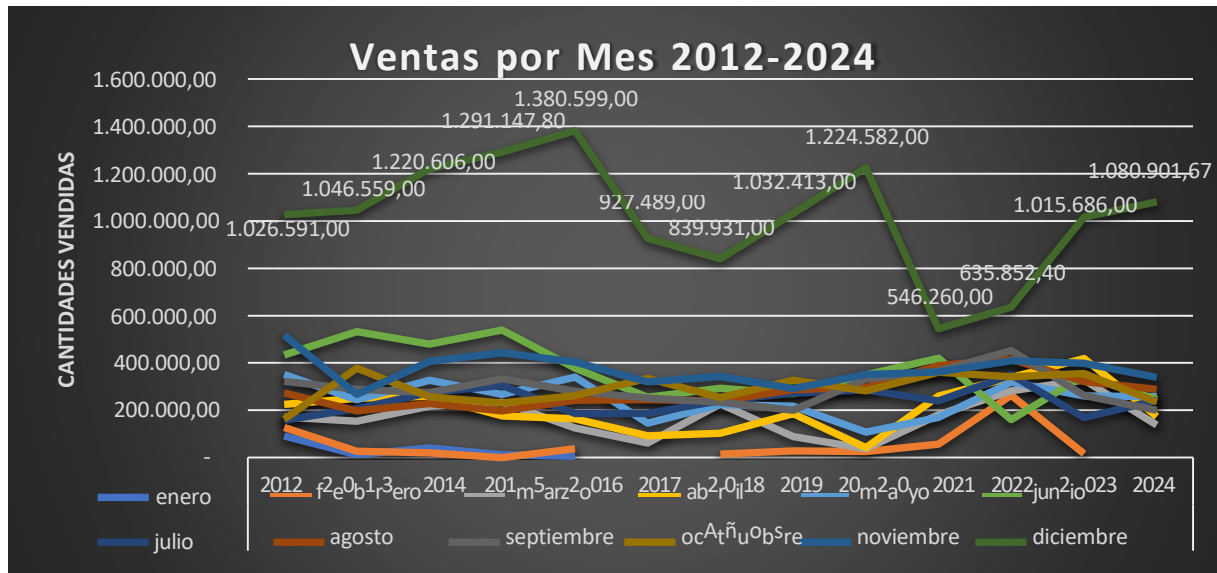


Fuente: División Planeación Junio 2024

El comportamiento de las ventas mensuales, denota claramente que las mayores ventas se presentan en el mes de diciembre, hecho que evidencia una estación anual que si bien varía en cantidades vendidas, es la que presenta las mayores ventas del año. Con excepción de los años 2021 y 2022 las ventas en diciembre han superado el millón de unidades entre 2019 y 2024, siendo la venta mas alta en 2020 año de la Pandemia con 1.224.582 unidades vendidas y seguidamente en 2024 que aunque bajaron ventas respecto a la vigencia 2023, superó las ventas durante el mes diciembre con 1.080.901 unidades respecto a 1.015.686 en 2023 y 1023.423 unidades en 2019.

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 12 de 126	

Ilustración XX Variación Porcentual Ventas 2012-2024

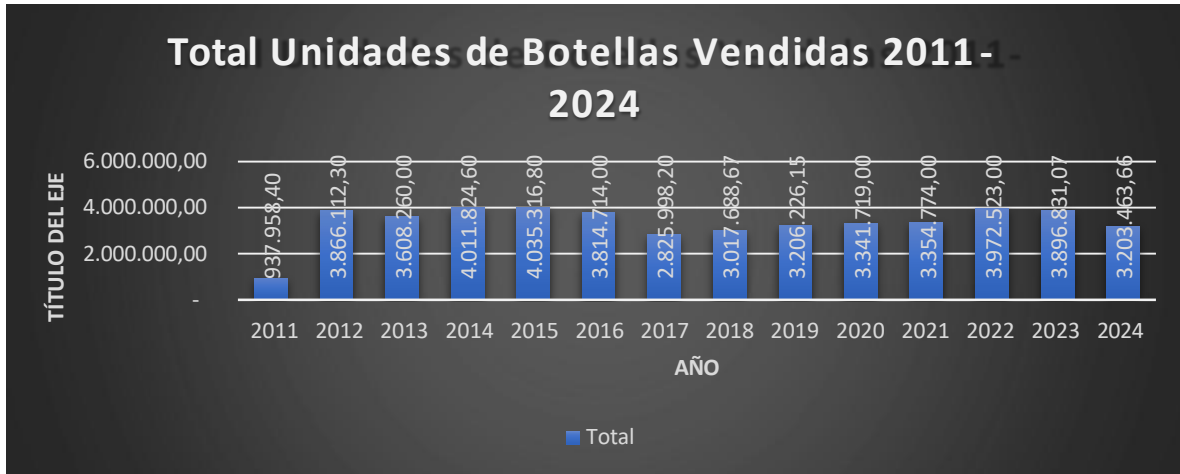


Fuente: División Planeación Junio 2024

Otra ilustración de la tendencia de las ventas y su estación de incremento anual en el mes de diciembre se puede observar con la línea de tendencia del año 2024 terminando el mes de noviembre. Este trazo muestra como el dato de venta del mes de noviembre se encuentra en 339.516 unidades vendidas y que en la anterior ilustración evidencia una venta mensual en diciembre de 1.080.901. Es llamativo como durante los años observados la dinámica del mercado y la rotación de los productos tienen un comportamiento similar en su generalidad. Este comportamiento si bien muestra ser recurrente supone que los ingresos por ventas están sujetos al comportamiento de la rotación de productos. Adicionalmente supone un análisis profundo de la programación de la producción de licores, en tanto estos no tienen una frecuencia de venta mensual que garantice flujo de recursos y que permita que la cadena de logística adecue almacenamiento de materias primas y de producto terminado y que el talento humano requerido para los procesos de producción tenga un rendimiento que responda a las demandas de los pedidos y estos a su vez respondan a las demandas del mercado.

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 13 de 126	

Ilustración 4 Total Ventas Unidades 750 cc 2011-2024

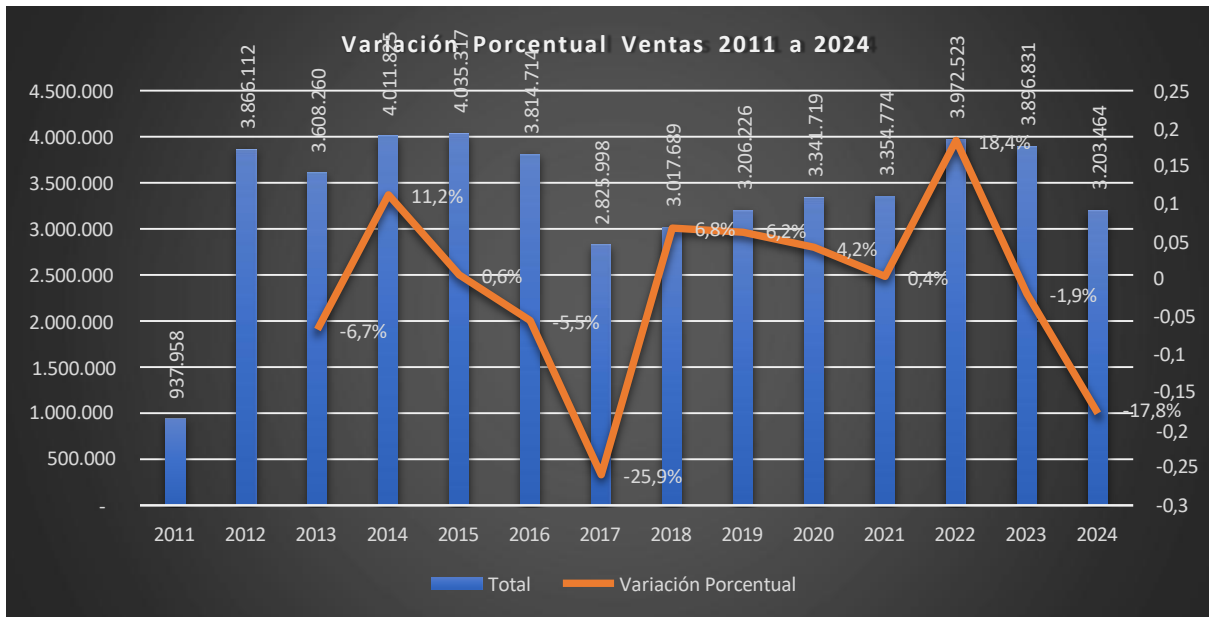


Fuente: División Planeación 2024

El valor máximo de unidades vendidas se observa en el año 2015 con una venta anual de 4.035.316 botellas 750 cc, en segundo lugar se observa una venta de 4.011.824 unidades de botellas en 2014. El promedio de las ventas entre 2017 y 2023 fue de 3.373.680 botellas vendidas anualmente. Se observa la disminución de las ventas en los años 2023 y 2024 respecto al año 2022 y las variaciones porcentuales de las ventas anuales de -1.9% y -17.8% que se observan en la gráfica entre 2022 y 2023 y entre 2023 y 2024 respectivamente, indican una tendencia marcada de disminución de las ventas representadas en 75.691 unidades y 693.367 unidades respectivamente.

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 14 de 126	

Ilustración 5XX Variación Porcentual Ventas 2011-2024



Fuente: División Planeación 2024

La solicitud expresa de los grandes compradores o mayoristas que operan en la ciudad de Popayán de disminuir la cantidad de cajas de licor pactadas en las ofertas mercantiles, como puede observarse en las imágenes siguiente, son una causa relevante de disminución de las ventas durante la vigencia 2024, máxime cuando el modelo de negocio que predomina en la comercialización de los productos de la industria son las ofertas mercantiles.

Esta situación amerita el análisis de los cambios sustanciales de los acuerdos de venta pactados en consecuencia la disminución de los ingresos por ventas recaudados. Si bien la meta de venta estaba definida en 4.000.000 de unidades de licor 750 c.c. fue necesaria la decisión en junta directiva de disminuir a 3.400.000 unidades la meta de la vigencia. Meta que alcanzó un cumplimiento del 94% representado en una venta total anual de 3.203.464 unidades de botella 750.

Indiscutiblemente, el análisis conlleva a la revisión de la interacción de las partes interesadas, pues dicha interacción es influenciada por las situaciones externas del mercado de licores y afectan el relacionamiento y sus intereses con relación a las dinámicas en el mercado local.

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 15 de 126	

Octubre, 2024 Corinto

Doctora
MARIBEL PERAFAN GALLARDO
Gerente Licorera del Cauca

INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA
 Vigencia: 2021 - Corinto: 83000
 Sede: INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA
 Consecutivo: 02450
 Fecha de: 21/11/2024-05:21 PM
 Resolución:
 Tipo de: OTROS
 Documento: SOLICITUD DE OFERTA MERCANTIL
 Serie: DE ASCO HECTOR (10530975)
 Remite: KATHERINE ALLIANDRA CRUZ SUITRON
 Redactor: GESTION DOCUMENTAL

Asunto: Solitud de Ajuste a la Oferta Mercantil

Cordial saludo

Con base en la en la Oferta Mercantil mediante la resolución 0240 del 18 de abril del 2024, donde tenemos el compromiso colectivo de comprar de 280.000 cajas de aguardiente Caucano, de los cuales personalmente tengo el compromiso de comprar 10.000 cajas para la vigencia 2024. Y Teniendo en cuenta las diversas dificultades que hemos tenido en el territorio, en cuanto al orden publico y el incremento de licores de contrabando de forma incontrolada

De acuerdo a lo anterior expuesto respetuosamente propongo que se me individualice en la oferta de la resolución 0240 y el cumplimiento de mi compromiso de compra será de 7.000 cajas, donde expreso que se me respete los acuerdos de bonificación del 10.5% en compras.

Agradezco su valiosa atención y quedo ante una positiva respuesta

Atentamente


HECTOR VELASCO GUZMAN
 Cedula 10.630.975
 Distribuidor Municipio de Corinto

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 16 de 126	



Deposito Cauca

Popayán, 30 septiembre de 2024

INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA
 Vigencia: 2024 - Consecutivo: R-2837
 Sede: INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA
 Consecutivo: R-2837
 Fecha de Radicación: 12/12/2024-08:03 PM
 Tipo de Documento: OTROS
 Asunto: SOLICITUD DE ACUERDO COMERCIA
 DEPOSITO CAUCA
 Rambo: SANDRA GUEVARA (34547436-1)
 Radicador: KATHERINE ALEJANDRA CRUZ BUITR
 GESTION DOCUMENTAL

Señores

INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA

Ciudad

Yo, SANDRA MERCEDES GUEVARA VILLAMARIN, identificada con la cédula de ciudadanía No. 34.547.436 y como Propietaria del establecimiento DEPOSITO CAUCA, con NIT:34547436-1, solicito a quien corresponda la revisión del acuerdo comercial que se firmó a principios de este año para la compra de Aguardiente Caucaño, ya que dicho acuerdo está difícil de cumplir por la falta de acompañamiento de mercadeo que es bastante deficiente y la falta de compromiso de sostener los precios para con los mayoristas, esto debido a que en la plaza se encuentran a un menor valor al estipulado para nosotros. Dicho esto, solo podré comprar 20.000 cajas.

Por lo anterior solicito el descuento comercial y el auxilio de transporte correspondiente a dichas cajas.

Agradezco de antemano su su atención y colaboración, quedo así atenta a su pronta respuesta.

Cordialmente,


 **DEPÓSITO CAUCA**
 Nit: 34.547.436-1
 Sandra M. Guevara
 Carrera 4 # 9-14
 Ciudad Guevara

SANDRA MERCEDES GUEVARA VILLAMARIN

NIT. 34547436-1

PROPIETARIA

Carrera 4 No. 9 - 14 TEL. 8241416
 POPAYÁN


 30 sept. 2024

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 17 de 126	



Popayán, 16 de septiembre de 2024

INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA
 Vigencia: 2021 - Consecutivo: R-2032
 Serie: INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA
 Consecutivo: R-2032
 Fecha de Radicación: 16/09/2024-09:25 AM
 Tipo de Documento: OTRCS
 Asunto: SOLICITUD REVISIÓN ACUERDO COMERCIAL -MAYOR...
 Radicante: JAMES RENGIFO (10538525)
 Radicador: KATHERINE ALEJANDRA CRUZ BUITRÓN - GESTION DOCUMENTAL

Señores:
 INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA
 L.C

Ref.: SOLICITUD REVISIÓN ACUERDO COMERCIAL

Yo, JAMES OCIEL RENGIFO MUÑOZ identificado con CC No.10.538.525 de Popayán como Representante legal del DEPOSITO RENGIFO SAS identificado con el N 901.148.765-0, solicito la revisión del Acuerdo Comercial que se suscribió a principios de año para la compra de 60.000 cajas de Aguardiente Caucaño, lo cual NO va ser posible por la variación en precios y el nulo mercadeo que se hace con las mayoristas para rotación, por lo cual la compra sería de 30.000 cajas, por ello necesito saber cuál sería descuento comercial y el auxilio de transporte por dichas cajas.

Agradezco su pronta respuesta.

Atentamente,



DEPOSITO RENGIFO S.A.S.
DISTRIBUIDOR MAYORISTA

JAMES OCIEL RENGIFO MUÑOZ Nit: 901148765-0 - POPAYÁN
 Representante Legal
 CC 10.538.525

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 18 de 126	

Noviembre, 2024 Popayán

Doctora
MARIBEL PERAFAN GALLARDO
Gerente Licorera del Cauca

INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA
 Vigencia: 2021 - Cierre: 2028
 Serie: INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA
 Control: 83.241
 Fecha de: 21/11/2024-05 24 PM
 Reducido:
 Tipo de:
 Documento: OTROS
 Asunto: SOLICITUD DE AJUSTE A LA OFERTA MERCANTIL
 Remite: NELSON GOMEZ (83.241.159)
 Radicador: GESTION DOCUMENTAL

Asunto: Solicitud de Ajuste a la Oferta Mercantil

Cordial saludo

Con base en la en la Oferta Mercantil mediante la resolución 0187 del 19 de marzo del 2024, donde tenemos el compromiso colectivo de comprar de 45.000 cajas de aguardiente Caucano, de los cuales personalmente tengo el compromiso de comprar 13.500 cajas para la vigencia 2024. Y Teniendo en cuenta las diversas dificultades que hemos tenido en el territorio, en cuanto al orden publico y el incremento de licores de contrabando de forma incontrolada

De acuerdo a lo anterior expuesto respetuosamente propongo que se me individualice en la oferta de la resolución 0187 y el cumplimiento de mi compromiso de compra será de 3.000 cajas, incluyendo las compras que llevo hasta el momento (1.051) donde expreso que se me respete los acuerdos de bonificación del 8.5% en compras tanto en anteriores como en futuras, mas 1% en transporte.

Agradezco su valiosa atención y quedo ante una positiva respuesta

Atentamente



83241159.
NELSON GOMEZ
CC 83.241.159
Distribuidor Popayán

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 19 de 126	

Noviembre, 2024 Popayán

INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA
 Vigencia: 2024 - Consecutivo: R-2417
 Sede: INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA
 Consecutivo: R-2417
 Fecha de Radicación: 12/11/2024-05:57 PM
 Tipo de Documento: OTROS
 Asunto: SOLICITUD DE AJUSTE A LA OFERTA
 MERCANTIL
 Radicante: OTERO ALBAIRO OTERO ALVAREZ
 Radicador: KATHERINE ALEJANDRA CRUZ
 GESTION DOCUMENTAL

Doctora
MARIBEL PERAFAN GALLARDO
 Gerente Licorera del Cauca

Asunto: Solicitud de Ajuste a la Oferta Mercantil

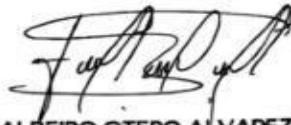
Cordial saludo

Con base en la en la Oferta Mercantil mediante la resolución 0187 del 19 de marzo del 2024, donde tenemos el compromiso colectivo de comprar de 45.000 cajas de aguardiente Caucano, de los cuales personalmente tengo el compromiso de comprar 5.500 cajas para la vigencia 2024. Y Teniendo en cuenta las diversas dificultades que hemos tenido en el territorio, en cuanto al orden publico y el incremento de licores de contrabando de forma incontrolada

De acuerdo a lo anterior expuesto respetuosamente propongo que se me individualice en la oferta de la resolución 0187 y el cumplimiento de mi compromiso de compra será de 1.500 cajas, donde expreso que se me respete los acuerdos de bonificación del 8.5% en compras.

Agradezco su valiosa atención y quedo ante una positiva respuesta

Atentamente



JESUS ALBEIRO OTERO ALVAREZ
 Cedula 10.558.661
 Distribuidor Puerto Tejada

LICORES "LA 20"
 Jesús Albeiro Otero Alvarez
 N.L. 10.558.661 - 0 Rég. Simplificado
 Cra. 20 No. 16-80 Tel. 828 1819
 Puerto Tejada - Cauca

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 20 de 126	

Octubre, 2024 Villa Rica Cauca

INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA
 Vigencia: 2024 - Consecutivo: R-2280
 Sede: INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA
 Consecutivo: R-2280
 Fecha de Radicación: 17/10/2024-08:58 AM
 Tipo de Documento: OTROS
 Asunto: SOLICITUD DE AJUSTE A LA OFERTA MERCANTIL
 Radicador: FILIGRAMA SAMUEL (10555059)
 Radicador: KATHERINE ALEJANDRA CRUZ BUITAN
 Radicador: GESTION DOCUMENTAL

Doctora
MARIBEL PERAFAN GALLARDO
 Gerente Licorera del Cauca

Asunto: Solicitud de Ajuste a la Oferta Mercantil

Cordial saludo

Con base en la en la Oferta Mercantil mediante la resolución 0187 del 19 de marzo del 2024, donde tenemos el compromiso colectivo de comprar de 45.000 cajas de aguardiente Caucano, de los cuales personalmente tengo el compromiso de comprar 6.500 cajas para la vigencia 2024. Y Teniendo en cuenta las diversas dificultades que hemos tenido en el territorio, en cuanto al orden público y el incremento de licores de contrabando de forma incontrolada

De acuerdo a lo anterior expuesto respetuosamente propongo que se me individualice en la oferta de la resolución 0187 y el cumplimiento de mi compromiso de compra será de 5.000 cajas, donde expreso que se me respete los acuerdos de bonificación del 8.5%

Agradezco su valiosa atención y quedo ante una positiva respuesta

Atentamente


SAMUEL FILIGRAMA
 10.555.059 de Puerto Tejada
 Distribuidor

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 21 de 126	

El comportamiento de los acuerdos según las ofertas mercantiles y sus modificaciones se observa en la siguiente tabla:

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	Total Pendiente de Compra	%
A	Oferta Inicial	60,000.00	30,000.00	50.00%	30,000.00	-	
	Oferta Adicional		20,000.00		8,367.00	11,633.00	77%
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%

Distribuidores Oferta Mercantil 2	Oferta Mercantil 2	Total Caja Oferta Inicial	Total Cajas Nueva Oferta	%	Total Compra a 9 de Diciembre	Total Pendiente de Compra	%
G	Oferta Inicial	14,000.00	5,028.00	64.09%	5,028.00	-	100%

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021		Página 22 de 126

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	650.00	88.18%	650.00	-	100%
	Oferta Adicional		853.00		853.00	-	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	-
--------------------------	------------------	------------------	------------------	---

SUBTAL OFERTAS	338,500.00	238,095.00	-	226,462.00	11,633.00
-----------------------	-------------------	-------------------	---	-------------------	------------------

Nueva Oferta	95%	5%
Si la oferta inicial se mantuviera	67%	33%

Las ofertas iniciales evidenciaron una baja en la venta de cajas de licor del 33% del total concertado, ésta venta representa el 85% de las ventas anuales, es decir 2.727.505, unidades de botella 750 c.c. El 14.8% de las ventas alcanzadas corresponden a nuevos negocios, que equivalen a una venta de 475.958 botellas 750 c.c., ventas logradas por la implementación de estrategias de mercadeo en el segundo semestre de 2024 con la interacción directa de nuevos clientes -TAT, el 0.2% corresponde a las ventas realizados en el Punto de Venta que se implementó en el segundo trimestre de la vigencia 2024 y equivale a 5.605 botellas 750 c.c.

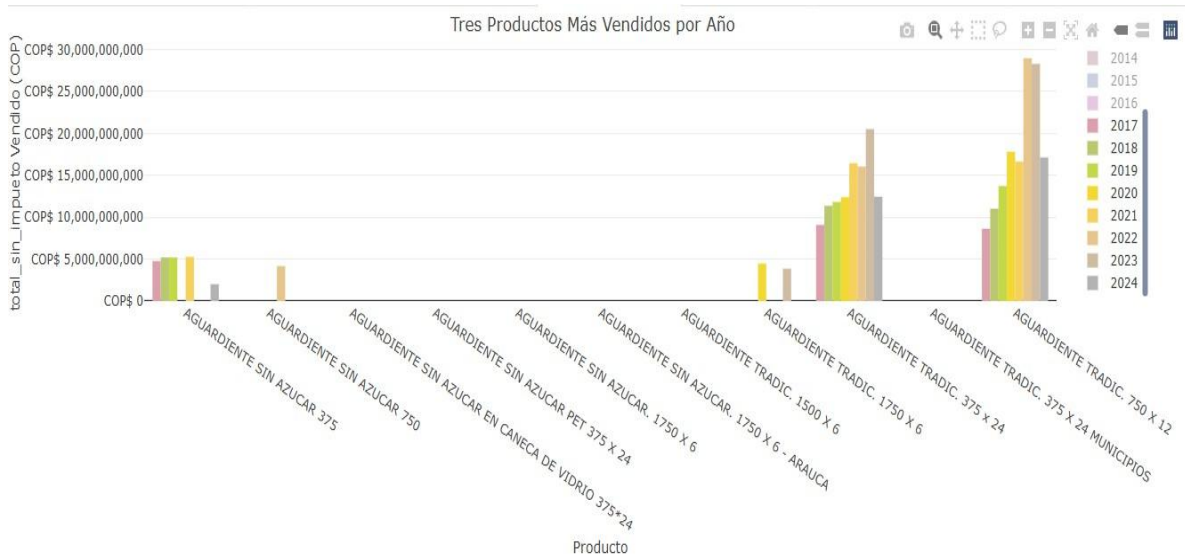
Ventas por Tipo de Licor

Si bien el comportamiento de las ventas acumuladas anualmente con el factor de conversión 750 cc muestra tendencias del mercado local mensualmente, estas no permiten analizar el comportamiento individual de los productos que integran el portafolio de la industria. El análisis individual marca pautas para establecer la

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 23 de 126	

necesidad de implementar estrategias de innovación y desarrollo que respondan a las necesidades de los consumidores finales.

Ilustración xx Tres Productos más vendidos por Año



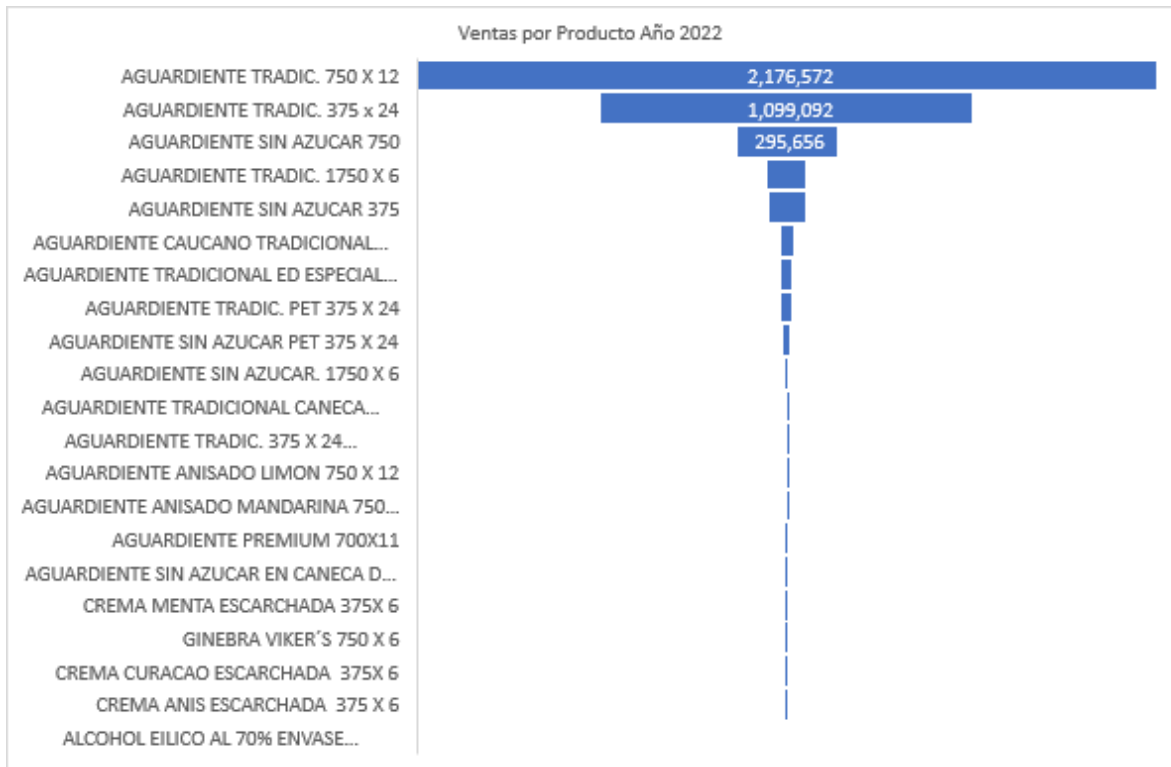
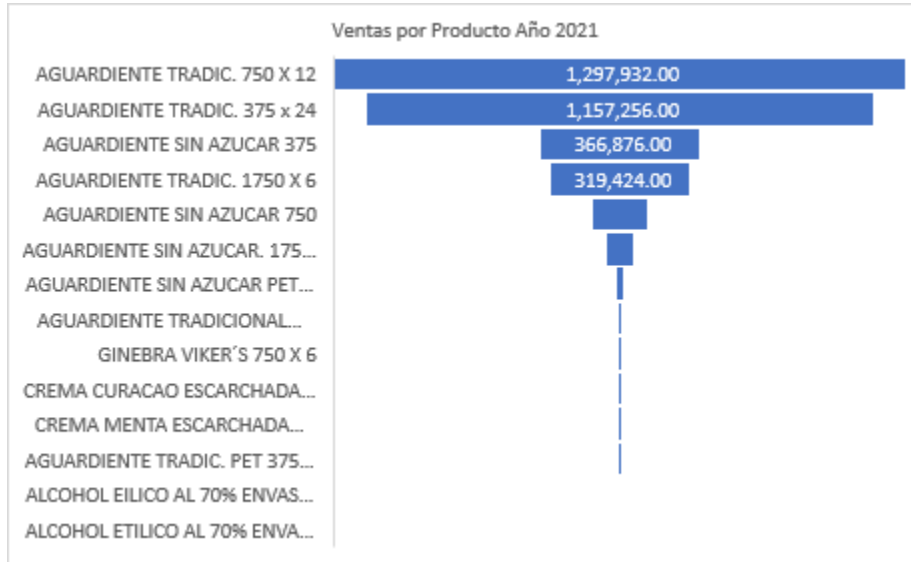
Fuente: División Planeación 2024

El aguardiente tradicional 750 cc *12 ocupa el primer lugar en las ventas anuales, seguido del aguardiente tradicional 375cc*24 y en tercer lugar se encuentra el aguardiente sin azúcar 375cc. A pesar de la variedad de productos que conforman el portafolio, los históricos de las ventas muestran que los productos estrella que son de la línea de aguardientes son los de mayor preferencia y consumo. Sin embargo en los últimos dos años han bajado las cantidades vendidas.

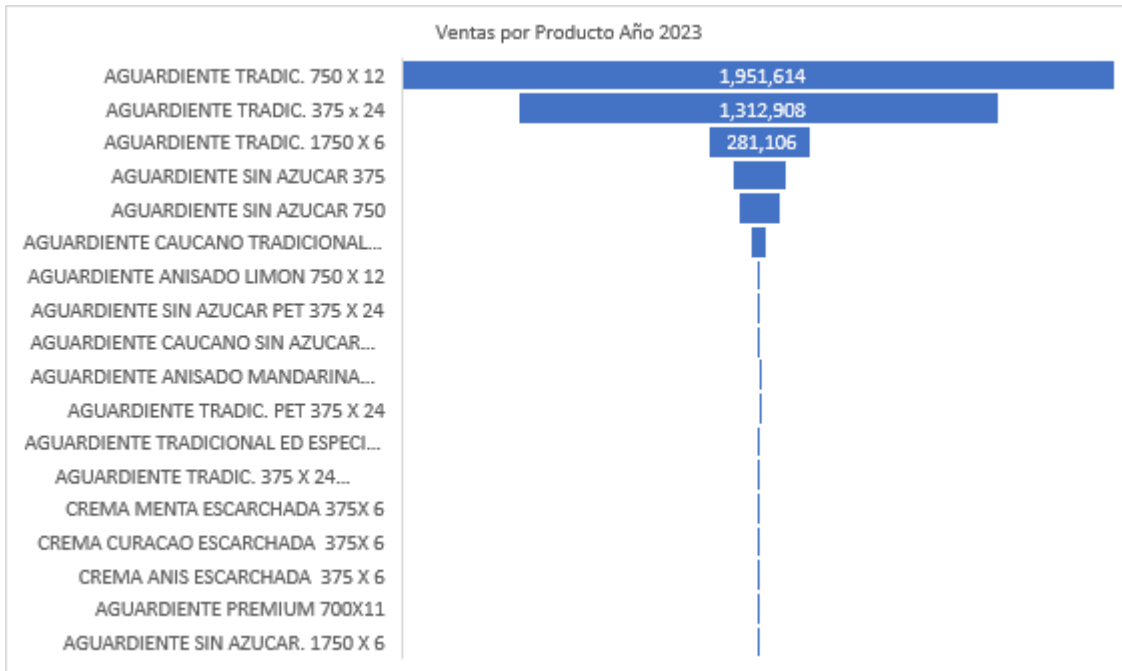
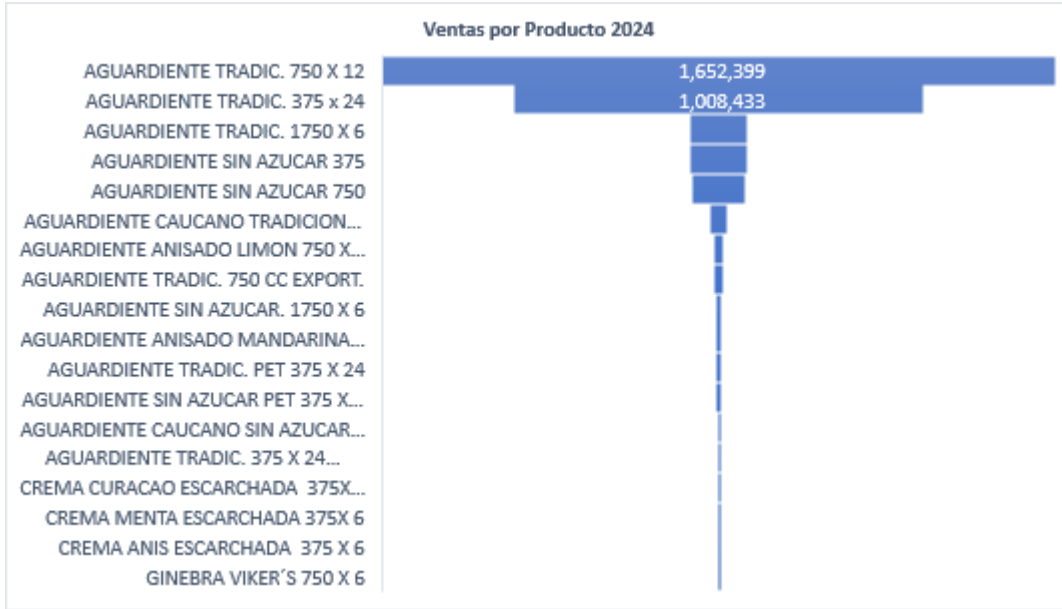
Las ventas anuales muestran que los productos más vendidos durante las vigencias 2021, 2022, 2023y 2024 son el Aguardiente tradicional 750 cc, Aguardiente tradicional 375 , Aguardiente si azúcar 750.

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 24 de 126	

Ilustración 6 Ventas por Producto 2021a 2024



	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 25 de 126	



Fuente: Elaboración Propia 2024

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 26 de 126	

CAMBIOS EN REGULACIONES DEL SECTOR LICORERO

Aspectos clave de la Ley 1816 de 2016:

- **Monopolio Rentístico:** La ley otorga a los departamentos la facultad exclusiva para la producción y comercialización de licores destilados, permitiendo que cada región administre y regule este sector de acuerdo con sus necesidades y prioridades.
- **Impuesto al Consumo:** Se establece un impuesto al consumo de licores, vinos, aperitivos y similares, cuyo recaudo se destina principalmente a financiar programas de salud y educación en los departamentos.
- **Control de Calidad y Regulación:** La ley establece mecanismos para garantizar la calidad de los licores producidos y comercializados, incluyendo la implementación de estándares técnicos y la vigilancia sanitaria.

En particular, el artículo 28 de esta ley otorga a los departamentos la facultad de suspender la expedición de permisos para la introducción de aguardiente, tanto nacional como extranjero, en sus respectivas jurisdicciones. Esta suspensión puede tener una duración de hasta seis años y debe basarse en la amenaza de daño grave a la producción local, sustentada en un incremento súbito e inesperado de productos similares provenientes de otras regiones.

La aplicación de este artículo ha sido objeto de debate y análisis por parte de la Corte Constitucional de Colombia. En la sentencia C-052 de 2019, la Corte evaluó la constitucionalidad de la Ley 1816 de 2016, incluyendo el artículo 28, y determinó que la ley es constitucional, permitiendo a los departamentos ejercer el monopolio rentístico de los licores destilados.

Sin embargo, la implementación de este artículo ha generado controversia. Algunos sectores argumentan que la suspensión de permisos para la introducción de aguardiente de otras regiones puede restringir la competencia y afectar la libre circulación de productos en el mercado nacional. Además, se ha señalado que esta medida podría tener un impacto negativo en pequeños productores y comerciantes que no pueden competir con las grandes industrias licoreras locales.

Es importante destacar que, en mayo de 2024, la Corte Constitucional de Colombia inició la audiencia pública para evaluar la demanda que podría afectar el monopolio rentístico de los licores nacionales establecido por la Ley 1816 de 2016.

Esta demanda cuestiona la exclusividad de los departamentos en la producción y comercialización de licores destilados, lo que podría permitir la entrada de otras marcas de aguardiente al mercado y fomentar una mayor competencia y diversidad de productos. En

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 27 de 126	

diciembre de 2024 la Corte Constitucional continúa la audiencia pública, sin que en ella se lograra un fallo.

El 4 de febrero de 2025, la Sentencia C-032/25, Conforme a la fuente: COMUNICADO NO 24 Y 5 DE FEBRERO DE 2025, DIVULGADO POR PÁGINA DE LA CORTE CONSTITUCIONAL PROCESO D-15565 AC, M.P. Jorge Enrique Ibáñez Najar, Expediente: D-15565 AC, la Corte Constitucional declaró inexecutable la facultad que el artículo 28 de la ley del monopolio de licores concedía a los Departamentos para suspender la expedición de permisos de introducción de aguardientes en sus jurisdicciones.

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 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.

PARÁGRAFO. A los efectos del presente artículo, entiéndase como aguardiente las bebidas alcohólicas, con una graduación entre 16 y 35 a una temperatura de 20o C, obtenidas por destilación alcohólica de caña de azúcar en presencia de semillas maceradas de anís común, estrellado, verde, de hinojo, o de cualquier otra planta aprobada que contenga el mismo constituyente aromático principal de anís o sus mezclas, al que se le pueden adicionar otras sustancias aromáticas. También se obtienen mezclando alcohol rectificado neutro o extraneutro con aceites o extractos de

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 28 de 126	

anís o de cualquier otra planta aprobada que contengan el mismo constituyente aromático principal del anís, o sus mezclas, seguido o no de destilación y posterior dilución hasta el grado alcoholimétrico correspondiente, así mismo se le pueden adicionar edulcorantes naturales o colorantes, aromatizantes o saborizantes permitidos. El aguardiente de caña para ser considerado colombiano debe haberse producido en el territorio nacional.

Decisión-ÚNICO. Declarar **INEXEQUIBLES** los incisos primero y segundo del artículo 28 de la Ley 1816 de 2016. Esta decisión, en particular, lo expresado en los fundamentos jurídicos de la citada sentencia:

...”La Corte resaltó que, si bien el artículo 336 de la Constitución Política permite la creación de monopolios, esta norma debe ser interpretada en armonía con el artículo 333 que prevé el derecho a la libertad de competencia. En este caso, la vaguedad de los requisitos fijados para activar la suspensión de los permisos de introducción anula por completo el contenido del artículo 333, pese a que el régimen propio del monopolio no es de monopolio comercial sino solo rentístico.

Por las mismas razones, la medida excede de forma desproporcionada la protección que concede el artículo 336 de la Constitución Política a las empresas monopolísticas y sus arbitrios rentísticos por lo cual es inconstitucional. En adición, la Sala Plena encontró que la disposición acusada es contraria a la Constitución Política en tanto desconoce el principio de estricta legalidad que el legislador debió observar al reglamentar este monopolio en particular. Frente al carácter excepcional de la facultad para establecer monopolios prevista en el artículo 336 de la Constitución Política, correspondía al Legislador regular el régimen del monopolio de licores de manera restringida. En contraste, la medida acusada adolece de una vaguedad y amplitud que resultan contrarias al deber de estricta regulación descrito.

Por último, la Corte constató que la disposición acusada restringe por completo la libertad de elección de los consumidores que residen o transitan en los departamentos en los que se ejerce la facultad demandada, pues restringe de forma absoluta la posibilidad de que elijan libremente entre diferentes proveedores que aguardiente desean consumir. El efecto de la medida en la libre competencia se replica en el ejercicio de la libertad de elección de los consumidores. La medida implica que en departamento, los oferentes de aguardiente se reducen a uno, de modo que los consumidores de aguardiente se ven privados por completo de la libertad de elegir el proveedor del aguardiente que consumirán. De la misma forma, la libertad de elegir qué tipo de aguardiente consumirán se reduce a las variedades que produzca la industria licorera departamental. La Corte recordó que la jurisprudencia constitucional ha sido pacífica al señalar que, si bien el derecho a la libertad de elección de los consumidores no es absoluto y puede ser limitado por la ley, la completa restricción de la libertad de elección es contraria a la Constitución Política”. Sentencia C-032/25 (4 de febrero)

Esta sentencia, tiene un impacto significativo en la Industria Licorera del Cauca (ILC) y en otras licoreras departamentales; la industria se enfrenta ahora un mercado abierto donde debe competir con aguardientes de otras regiones.

Esto presenta tanto desafíos como oportunidades. La entrada de aguardientes foráneos podría reducir la cuota de mercado de la ILC en el Cauca, afectando sus ingresos y, por ende, los recursos destinados a salud y educación, que son una fuente de financiación importante al ser un ingreso de rentas del monopolio, esta situación representa un desafío no solo para la industria, sino, para las rentas departamentales y su afectación en los recursos de inversión para el desarrollo. No obstante, se gestan nuevas oportunidades ya que la ILC ahora tiene la posibilidad

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 29 de 126

de expandir sus ventas a otros departamentos, aumentando su presencia nacional y generar ingresos por ventas en

En resumen, la Sentencia C-032 de 2025 marca el fin de los monopolios departamentales sobre el aguardiente, promoviendo un mercado más libre y competitivo. Para la Industria Licorera del Cauca, esto representa un cambio significativo que requerirá adaptación y estrategias innovadoras para prosperar en el nuevo entorno comercial.

Retos: El citado fallo de inconstitucionalidad, introduce variables que si bien emergen de entornos externos y se salen del control de las 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. Esto cambios sustanciales del mercado sugieren ajustes estructurales en todas las divisiones y secciones de la industria como en su manera de operar, por tanto es preciso replantear esencialmente las estrategias de comercialización y mercadeo lo que implica ajustes en sus instrumentos de planeación y en la operatividad para lograr la sostenibilidad tanto el mercado local como en el mercado nacional.

Impactos más relevantes:

- Disminución de ingresos por ventas en el Cauca ante la posible entrada de aguardientes de otros departamentos.
- Posible reducción del margen de rentabilidad operacional por aumento en costos de promoción, distribución y mejoras competitivas para mantener mercado.
- Reducción de la cuota del mercado departamental por entrada de aguardientes foráneos
- Necesidad de expansión a nuevos mercados para compensar pérdida de ventas en el mercado local.
- Posible disminución de rentas cedidas si cae el consumo de productos locales, afectando ingresos destinados a salud y educación
- Incremento en la inversión de innovación y desarrollo, necesario para mantener calidad, presentación, nuevas líneas y estrategia de marca.
- Aumento de costos logísticos al ingresar a nuevos mercados fuera del Cauca
- Cambios en la rotación por variación en la demanda departamental y nacional
- Necesidad de fortalecimiento de marca frente a competidores como Antioqueño o Néctar.

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 30 de 126	

- Priorización de aperturas de mercados nacionales, regionales e internacionales.

Para describir los antecedentes que en materia de rentas cedidas se ha tenido con la aplicación de la Ley 1816 de 2016 entre las vigencia 2024 y 2023, es importante identificar los impuestos recaudados en la Oficina de Rentas del Departamento para las vigencias en mención, por concepto de ingreso de licores nacionales. Las cifras son respectivamente: OCHENTA Y TRES MIL CIENTO TREINTA Y TRES MILLONES NOVECIENTOS OCHENTA Y TRES MIL CIENTO CUATRO PESOS M/CTE (\$ 83,133,983,104) y SETENTA Y SIETE MIL OCHOCIENTOS OCHENTA Y DOS MILLONES OCHOCIENTOS VEITISIETE MIL QUINIENTOS CINCUENTA Y OCHO PESOS M/CTE (\$ 77,882,827,558)

REGISTRO CONSOLIDADO POR DECLARANTE 2024-LICORES NACIONALES				
DECLARANTE	CANTIDADES DECLARADAS	TOTAL	TOTAL IMPUESTO AL CONSUMO	TOTAL PARTICIPACIÓN.
INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA	4,813,905	55,998,961,287	-	55,998,961,287
INDUSTRIA LICORERA DE CALDAS	1,747,032	24,641,795,034	9,741,744	24,632,053,290
QUALA S A	284,832	290,387,664	290,387,664	-
VINOS DE LA CORTE S.A. EN REORGANIZACION	125,136	622,666,099	417,770,351	204,895,748
ENALIA S.A.S	42,408	233,818,428	233,818,428	-
DIAGEO COLOMBIA S.A.	40,902	588,250,359	-	588,250,359
CASA GRAJALES S. A.	32,592	200,360,448	185,159,166	15,201,282
PDC VINOS Y LICORES S.A.S	23,325	230,282,322	82,723,842	147,558,480
IMPORTADORA Y PRODUCTORA DE LICORES S.A	6,966	115,285,078	-	115,285,078
COLOMA LTDA.	5,982	64,816,009	54,515,097	10,300,912
LICOAMERICA S.A.S	4,398	74,474,850	5,399,652	69,075,198
SABAJON APOLO S.A.	3,480	31,930,600	31,930,600	-
VINEDOS Y BODEGAS DEL NORTE	3,240	3,890,760	3,890,760	-
BODEGAS SANTA LUCIA S.A.S	2,336	13,108,098	7,584,240	5,523,858
BODEGAS ANEJAS S.A.S	1,392	11,091,648	11,091,648	-
VINOS Y LICORES DELFINOX LTDA	1,130	7,533,900	7,533,900	-

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 31 de 126	

REGISTRO CONSOLIDADO POR DECLARANTE 2024-LICORES NACIONALES				
DECLARANTE	CANTIDADES DECLARADAS	TOTAL	TOTAL IMPUESTO AL CONSUMO	TOTAL PARTICIPACIÓN.
C.I. BODEGAS ALICANTE S.A.S	468	5,330,520	5,330,520	-
Total general	7,139,524	83,133,983,104	1,346,877,612	81,787,105,492

REGISTRO CONSOLIDADO POR DECLARANTE 2023 – LICORES NACIONALES				
DECLARANTE	CANTIDADES DECLARADAS	TOTAL	TOTAL IMPUESTO AL CONSUMO	TOTAL PARTICIPACIÓN
INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA	5,072,290	54,837,162,036	-	54,837,162,036
INDUSTRIA LICORERA DE CALDAS	1,626,378	20,838,632,970	-	20,838,632,970
VINOS DE LA CORTE S.A. EN REORGANIZACION	155,232	936,658,397	483,020,323	453,638,074
ENALIA S.A.S	49,680	241,380,216	241,380,216	-
DIAGEO COLOMBIA S.A. PDC VINOS Y LICORES S.A.S	30,321	370,345,389	-	370,345,389
	30,190	201,600,218	126,525,662	75,074,556
CASA GRAJALES S. A.	28,130	163,763,584	150,402,958	13,360,626
BODEGAS ANEJAS S.A.S IMPORTADORA Y PRODUCTORA DE LICORES S.A	10,596	67,507,896	67,507,896	-
	5,700	84,124,200	-	84,124,200
COLOMA LTDA.	5,459	57,053,141	40,677,389	16,375,752
LICOAMERICA S.A.S VINOS Y LICORES DELFINOX LTDA	3,234	51,363,402	3,267,510	48,095,892
	1,574	9,924,840	9,924,840	-
C.I. BODEGAS ALICANTE S.A.S	1,377	13,595,087	13,595,087	-
PRODUCTORA Y DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS S.A.S	720	5,898,240	5,898,240	-
CAVA SOLERA S.A.S BODEGAS SANTA LUCIA S.A.S	702	2,495,262	2,495,262	-
	240	319,680	319,680	-
OLARTE SANCHEZ CARLOS AUGUSTO	200	1,003,000	1,003,000	-
Total general	7,022,023	77,882,827,558	1,146,018,063	76,736,809,495

Como puede observarse tanto para la vigencia 2024 como para la vigencia 2023 vigencias en las cuales el mercado local se protege por la salvaguarda establecida por el Artículo 28

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 32 de 126

de la Ley 1816 de 2106, el principal declarante es la Industria Licorera del Cauca y en segundo lugar la Industria Licorera de Caldas. El detalle de las cantidades que ingresan por cada tipo de licor se observa en las siguientes tablas, donde evidentemente se observa que el aguardiente solo se reporta por la Industria Licorera del Cauca:

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 33 de 126

REGISTRO DE DECLARANTES POR TIPO DE LICOR 2024							
DECLARANTE	NOMBRE o MARCA DEL PRODUCTO	GRADOS	CANTIDADES DECLARADAS	CANTIDADES ESTANDAR - 750 ml	TOTAL	TOTAL IMPUESTO AL CONSUMO	TOTAL PARTICIPACIÓN.
BODEGAS ANEJAS S.A.S	AP. DE CREMA CON SABOR A WHISKY WHISKREAM	14	600.000	600.000	6,510,600	6,510,600	-
	COC. PINA COLADA ISLENA	14	240.000	240.000	2,175,840	2,175,840	-
	V. BL. Marca BUENA COCINA	10	240.000	240.000	1,046,880	1,046,880	-
	V. ESPUMOSO BL. Marca CASA NOVA	9	120.000	120.000	536,280	536,280	-
	V. ESP. CASA NOVA ROSADO	9	120.000	120.000	490,200	490,200	-
	V. T. DULCE IN SACRA COENA	12	36.000	36.000	165,924	165,924	-
BODEGAS SANTA LUCIA S.A.S	V. BL. DULCE IN SACRA COENA	12	36.000	36.000	165,924	165,924	-
	L. PINA COLADA JAMMING	16	468.000	468.000	4,723,056	-	4,723,056
	AP. NO VIN. CREMA SAB. A WHISKY CASTLE HOUSE	14	360.000	360.000	3,232,800	3,232,800	-
	AP. VIN. SELLO DORADO SANTA LUCIA	14	720.000	360.000	1,728,000	1,728,000	-
	AP. NO VIN. EL AGUARDIENTERO SANTA LUCIA 15	15	180.000	180.000	1,351,800	1,351,800	-
	BEB. EMB. DE UN GRADO ALCOHOLIMETRICO CON SABOR A VINO GASIFICADO ROSADO MAGESTIC (2.4)	2	480.000	480.000	681,120	681,120	-
	AP. NO VIN. CREMA SAB. A CAFE Marca SORTILEGIO	14	60.000	60.000	590,520	590,520	-
	L. DE W. MCA. CASTLE HOUSE	30	34.000	34.000	533,528	-	533,528
	L. DE W. CASTLE HOUSE 30	30	34.000	17.000	267,274	-	267,274

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 34 de 126

REGISTRO DE DECLARANTES POR TIPO DE LICO 2024							
DECLARANTE	NOMBRE o MARCA DEL PRODUCTO	GRADOS	CANTIDADES DECLARADAS	CANTIDADES ESTANDAR - 750 ml	TOTAL	TOTAL IMPUESTO AL CONSUMO	TOTAL PARTICIPACIÓN.
C.I. BODEGAS ALICANTE S.A.S CASA GRAJALES S. A.	COC. TRIPLE SEC Marca ALICANTE	10	468.000	624.000	5,330,520	5,330,520	-
	V. GENEROSO ABOCADO Marca CASA GRAJALES	15	5,400.000	5,400.000	39,247,200	39,247,200	-
	AP. CREMA DE WHISKY Marca SAVORS	14	1,632.000	1,596.000	18,777,480	18,777,480	-
	V. BLANCO DE MISA Marca CASA GRAJALES	12	2,778.000	2,796.000	17,332,386	17,332,386	-
	V. MOSCATEL DULCE Marca VALLE DE LA UNION CASA GRAJALES	10	3,540.000	3,600.000	16,415,460	16,415,460	-
	V. GENEROSO DON LUIS CASA GRAJALES	15	2,112.000	2,066.000	15,921,960	15,921,960	-
	V. BURBU. DE MANZANA DELICIOSO CASA GRAJALES	7	3,540.000	3,540.000	13,317,480	13,317,480	-
	BR. Marca CASA GRAJALES V. DE COCINA BL. SECO GOURMET - CASA GRAJALES	35	912.000	684.000	13,123,224	-	13,123,224
	V. ESP. BL. SEMISECO Marca SAMARIA CASA GRAJALES	10	1,860.000	1,860.000	9,778,020	9,778,020	-
	V. ESP. ROSADO SEMISECO Marca SAMARIA CASA GRAJALES	10	1,080.000	1,080.000	6,237,000	6,237,000	-
	V. DE MISA Marca JUAN PABLO II	10	1,080.000	1,080.000	6,187,320	6,187,320	-
	V. T. SEMISECO Marca VALTIER - GRAJALES	10	1,080.000	1,080.000	6,129,000	6,129,000	-
	V. DE COCINA TINTO SECO GOURMET CASA GRAJALES	10	1,080.000	1,080.000	6,108,480	6,108,480	-
	V. T. SEMISECO Marca VALTIER - CASA GRAJALES	10	1,560.000	1,104.000	6,004,080	6,004,080	-
	V. T. SEMISECO Marca VALTIER - CASA GRAJALES	10	540.000	720.000	4,070,520	4,070,520	-

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 35 de 126

REGISTRO DE DECLARANTES POR TIPO DE LICO 2024							
DECLARANTE	NOMBRE o MARCA DEL PRODUCTO	GRADOS	CANTIDADES DECLARADAS	CANTIDADES ESTANDAR - 750 ml	TOTAL	TOTAL IMPUESTO AL CONSUMO	TOTAL PARTICIPACIÓN.
	V. BURBUJEANTE DE DURAZNO DELICIOSO CASA GRAJALES	7	900.000	900.000	3,168,900	3,168,900	-
	V. DULCE Marca GRAN SIDON CASA GRAJALES	12	492.000	504.000	3,118,764	3,118,764	-
	V. ROSE SEMISECO MARCA VALTIER CASA GRAJALES	12	504.000	504.000	2,982,672	2,982,672	-
	V. T. SECO Marca CASA GRAJALES	10	528.000	482.000	2,876,280	2,876,280	-
	AP. CREMA DE CAFE Marca SABORS	14	192.000	192.000	2,188,992	2,188,992	-
	V. DE COCINA BL. SECO GOURMET GRAJALES	10	1,080.000	396.000	2,085,480	2,085,480	-
	L. CREMA CURACAO BLUE MARCA SAVORS	25	66.000	66.000	1,157,772	-	1,157,772
	V. TINTO SECO RESERVADO Marca CASA GRAJALES	12	120.000	120.000	922,320	922,320	-
	V. BL. SEMISECO Marca VALTIER CASA GRAJALES	10	108.000	132.000	681,804	681,804	-
	V. ROSE SECO Marca CASA GRAJALES	10	120.000	120.000	654,240	654,240	-
	L. CREMA TRIPLE SEC Marca SAVORS	35	30.000	30.000	612,720	-	612,720
	V. BL. SECO MARCA VALTIER CASA GRAJALES	10	60.000	60.000	337,800	337,800	-
	V. Marca DON GERARDO	15	36.000	36.000	329,328	329,328	-
	L. CREMA AMARETTO Marca SAVORS	24	18.000	18.000	307,566	-	307,566
	V. T. SEMI-SECO Marca VALTIER CASA GRAJALES	10	72.000	26.000	149,544	149,544	-
	V. BL. SEMI-SECO Marca VALTIER - CASA GRAJALES	10	72.000	26.000	136,656	136,656	-

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 36 de 126

REGISTRO DE DECLARANTES POR TIPO DE LICO 2024							
DECLARANTE	NOMBRE o MARCA DEL PRODUCTO	GRADOS	CANTIDADES DECLARADAS	CANTIDADES ESTANDAR - 750 ml	TOTAL	TOTAL IMPUESTO AL CONSUMO	TOTAL PARTICIPACIÓN.
COLOMA LTDA.	AP. CREMA SAB. A WHISKY Marca ANCIENT DISTILLERY GAELIK MASTERS A.D.	15	4,284.000	4,284.000	42,537,108	42,537,108	-
	L. CREMA TRIPLE SEC CONVIER	35	301.000	301.000	6,938,652	-	6,938,652
	AP. PINA COLADA PINAR DEL RIO	15	636.000	636.000	6,232,164	6,232,164	-
	AP. CREMA SABOR A WHISKY Marca COLOMA	15	253.000	253.000	3,284,193	3,284,193	-
	L. CREMA DE AMARETTO Marca CONVIER	20	84.000	84.000	1,522,500	-	1,522,500
	AP. PINA COLADA (CONVIER)	15	120.000	120.000	1,358,880	1,358,880	-
	L. CREMA DE CAFE Marca COLOMA	20	37.000	37.000	677,248	-	677,248
	L. CREMA MENTA Marca CONVIER	20	36.000	36.000	629,028	-	629,028
	V. BURBU. DE DURAZNO CONVIER	7	132.000	132.000	506,748	506,748	-
	L. TRIPLE SEC BLUE CONVIER	25	24.000	24.000	472,680	-	472,680
	AP. CREMA MARACUYA CONVIER	15	36.000	36.000	458,748	458,748	-
	V. MOSCATEL Marca CONVIER	7	24.000	24.000	93,912	93,912	-
	VO. MOSKAYA	40	3.000	3.000	60,804	-	60,804
	V. BURBU. DE CEREZA CONVIER	7	12.000	12.000	43,344	43,344	-
	DIAGEO COLOMBIA S.A.	L. DE VODKA SMIRNOFF X1 SAB. A LULO	25	34,239.000	31,407.000	484,900,659	-
L. DE VODKA SMIRNOFF SABOR A TAMARINDO		25	6,495.000	6,495.000	99,893,100	-	99,893,100
PICANTE Marca SMIRNOFF		25	6,495.000	6,495.000	99,893,100	-	99,893,100

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 37 de 126

REGISTRO DE DECLARANTES POR TIPO DE LICO 2024							
DECLARANTE	NOMBRE o MARCA DEL PRODUCTO	GRADOS	CANTIDADES DECLARADAS	CANTIDADES ESTANDAR - 750 ml	TOTAL	TOTAL IMPUESTO AL CONSUMO	TOTAL PARTICIPACIÓN.
ENALIA S.A.S	LICOR DE VODKA SMIRNOFF X1 SABOR A LULO	25	168.000	224.000	3,456,600	-	3,456,600
	V. COMPUESTO QUINADO Marca SANSON	13	27,180.000	27,180.000	162,617,940	162,617,940	-
	V. DE MANZANA CARINOSO 7	7	7,320.000	7,320.000	27,794,040	27,794,040	-
	V. DE MISA BACARLES (ENALIA)	13	2,964.000	2,964.000	16,951,116	16,951,116	-
	COC. T. DE VERANO Marca CARINOSO	7	1,308.000	1,308.000	7,687,116	7,687,116	-
	V. COMPUESTO Marca SANSON MAESTRO	15	924.000	924.000	6,143,676	6,143,676	-
	AP. VIN. QUINADO SANSON COFFEE Marca SANSON	13	576.000	576.000	3,411,648	3,411,648	-
	V. DE DURAZNO CARINOSO	7	672.000	672.000	2,514,624	2,514,624	-
	V. DE MANZANA CARINOSO ROSE	7	588.000	588.000	2,419,620	2,419,620	-
	AP. NO VIN. SANGRIA FIESTA 7 (ENALIA)	7	228.000	228.000	1,347,024	1,347,024	-
	V. ESPUMOSO ROSADO Marca ALTEZA	6	228.000	228.000	1,061,112	1,061,112	-
	V. BL. PARA SAZONAR SAZON	7	156.000	156.000	660,972	660,972	-
	V. MOSCATEL Marca DUCARLES (ENALIA)	10	96.000	96.000	502,848	502,848	-
	V. ESPUMOSO BLANCO Marca ALTEZA	6	84.000	84.000	367,920	367,920	-
	V. T. PARA SAZONAR Marca SAZON	7	84.000	84.000	338,772	338,772	-
IMPORTADORA Y PRODUCTORA DE LICORES S.A	L. marca JOHN THOMAS	28	6,696.000	6,658.000	111,367,816	-	111,367,816

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 38 de 126

REGISTRO DE DECLARANTES POR TIPO DE LICOR 2024							
DECLARANTE	NOMBRE o MARCA DEL PRODUCTO	GRADOS	CANTIDADES DECLARADAS	CANTIDADES ESTANDAR - 750 ml	TOTAL	TOTAL IMPUESTO AL CONSUMO	TOTAL PARTICIPACIÓN.
INDUSTRIA LICORERA DE CALDAS	L. JOHN THOMAS AZUL (30Â°)	30	208.000	160.000	2,907,248	-	2,907,248
	L. Marca STALINSNAYA	30	36.000	36.000	599,292	-	599,292
	L. DE GINEBRA STERLING	30	26.000	26.000	410,722	-	410,722
	L. DE RON VIEJO DE CALDAS ESENCIAL	29	954,762.000	798,992.000	13,051,007,994	-	13,051,007,994
	RON VJO DE CALDAS TRADICIONAL	35	616,290.000	421,450.000	8,328,598,080	-	8,328,598,080
	RON VIEJO DE CALDAS 5 JUAN DE LA CRUZ	35	47,760.000	47,760.000	1,028,987,040	-	1,028,987,040
	RON VIEJO DE CALDAS 8 CARTA DE ORO Marca CARTA DE ORO	35	26,520.000	26,520.000	708,690,600	-	708,690,600
	RON VJO CALDAS 35 TTBK	35	24,120.000	32,160.000	629,686,440	-	629,686,440
	R. VIEJO DE CALDAS 5 JUAN DE LA CRUZ Marca JUAN DE LA CRUZ	35	42,000.000	21,000.000	449,148,000	-	449,148,000
	L. DE CANA SIN AZUCAR Marca MOLENDERO	24	12,600.000	11,760.000	144,522,000	-	144,522,000
	RON VJO DE CALDAS 8 CARTA DE ORO	35	8,400.000	4,200.000	113,862,000	-	113,862,000
	RON VIEJO DE CALDAS 15 GRAN RVA. ESPECIAL BOSQUE DE NIEBLA	35	1,908.000	1,908.000	60,483,480	-	60,483,480
	RON VIEJO DE CALDAS OSCURO Marca RON VIEJO DE CALDAS OSCURO	35	2,316.000	2,162.000	40,011,216	-	40,011,216
	RON VIEJO DE CALDAS ROBLE BLANCO	35	1,740.000	1,740.000	31,922,040	-	31,922,040

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 39 de 126

REGISTRO DE DECLARANTES POR TIPO DE LICOR 2024							
DECLARANTE	NOMBRE o MARCA DEL PRODUCTO	GRADOS	CANTIDADES DECLARADAS	CANTIDADES ESTANDAR - 750 ml	TOTAL	TOTAL IMPUESTO AL CONSUMO	TOTAL PARTICIPACIÓN.
INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA	RON VJO DE CALDAS TRADICIONAL (TTBK)	35	3,360.000	1,120.000	22,229,760	-	22,229,760
	CREMA DE RON VIEJO DE CALDAS Marca CHEERS	15	1,320.000	1,232.000	19,904,280	-	19,904,280
	COC. MOJITO (COC. DE RON CON SABOR A LIMA Y MENTA VERDE) Marca RON VIEJO DE CALDAS	9	1,440.000	566.000	3,679,200	3,679,200	-
	COC. RON VIEJO DE CALDAS - DAIQUIRI COCTEL DE RON CON SABOR A FRESA - LIMON Marca RON VIEJO DE CALDAS	9	1,320.000	519.000	3,160,080	3,160,080	-
	GIN. BOSQUE DE INDIAS Marca BOSQUE DE INDIAS	38	120.000	112.000	3,000,360	-	3,000,360
	COC. CUBA LIBRE - COC. DE RON CON SABOR LIMON - COLA Marca RON VIEJO DE CALDAS	9	576.000	227.000	1,753,344	1,753,344	-
	COC. RON VIEJO DE CALDAS - DAIQUIRI - COCTEL DE RON CON SABOR A LIMON	9	480.000	189.000	1,149,120	1,149,120	-
	AG. CAUCANO	29	4,150,835.000	3,050,219.000	47,224,641,923	-	47,224,641,923
	AG. SIN AZUCAR MARCA CAUCANO	29	418,725.000	276,704.000	4,486,601,792	-	4,486,601,792
	AG. CAUCANO (TTPK)	29	156,163.000	208,217.000	3,296,806,258	-	3,296,806,258
	AG. CAUCANO PET	29	32,463.000	16,232.000	259,509,222	-	259,509,222
	L. ANISADO CON SABOR A LIMON Marca INDUSTRIA	24	15,324.000	15,324.000	210,517,356	-	210,517,356

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 40 de 126

REGISTRO DE DECLARANTES POR TIPO DE LICO 2024							
DECLARANTE	NOMBRE o MARCA DEL PRODUCTO	GRADOS	CANTIDADES DECLARADAS	CANTIDADES ESTANDAR - 750 ml	TOTAL	TOTAL IMPUESTO AL CONSUMO	TOTAL PARTICIPACIÓN.
LICOAMERICA S.A.S	LICORERA DEL CAUCA - CAUCANO						
	AG. CAUCANO SIN AZUCAR (TTBK)	29	9,406.000	12,541.000	203,344,538	-	203,344,538
	AG. SIN AZUCAR MARCA CAUCANO (PET)	29	17,412.000	8,706.000	142,099,332	-	142,099,332
	L. ANISADO CON SABOR A MANDARINA Marca INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA - CAUCANO	24	9,234.000	9,234.000	127,032,138	-	127,032,138
	L. CREMA ESCARCHADO CURACAO Marca INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA	36	1,438.000	719.000	15,720,216	-	15,720,216
	L. CREMA ESCARCHADO MENTA Marca INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA	36	1,438.000	719.000	15,720,216	-	15,720,216
	L. CREMA ESCARCHADO ANIS Marca INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA	36	1,330.000	665.000	14,539,560	-	14,539,560
	GIN. COMPUESTA Marca CAUCANO/VICKERS	40	137.000	137.000	2,428,736	-	2,428,736
	W. 5 ANOS OLD KING	40	846.000	846.000	18,358,200	-	18,358,200
	TEQ. GOLD Marca HERRERIA	35	468.000	468.000	10,932,228	-	10,932,228
	L. DE WHISKY Marca SPECIAL QUEEN	30	576.000	538.000	8,503,584	-	8,503,584
	L. DE VODKA SABOR A CEREZA Marca LATINO	18	600.000	474.000	5,420,412	-	5,420,412
	L. DE VODKA SABOR A SANDIA Marca LATINO	18	540.000	462.000	5,307,228	-	5,307,228
VO. Marca BARTENDER	38	204.000	272.000	4,767,072	-	4,767,072	

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 41 de 126

REGISTRO DE DECLARANTES POR TIPO DE LICO 2024							
DECLARANTE	NOMBRE o MARCA DEL PRODUCTO	GRADOS	CANTIDADES DECLARADAS	CANTIDADES ESTANDAR - 750 ml	TOTAL	TOTAL IMPUESTO AL CONSUMO	TOTAL PARTICIPACIÓN.
PDC VINOS Y LICORES S.A.S	RON BLANCO Marca DON JUAN	35	216.000	288.000	4,745,664	-	4,745,664
	VO. LATINO Marca FORTY DEGREE	40	216.000	216.000	4,380,912	-	4,380,912
	COC. SAB. CREAM DE WHISKY CHERISH	14	246.000	246.000	3,125,892	3,125,892	-
	TEQ. SILVER Marca HERRERIA	35	120.000	120.000	2,882,400	-	2,882,400
	COC. SABOR PINA COLADA MEMORIES	14	180.000	180.000	2,273,760	2,273,760	-
	RON DORADO RON CANAVERAL	35	96.000	96.000	1,713,504	-	1,713,504
	GIN. Marca BARTENDER	38	48.000	64.000	1,145,664	-	1,145,664
	GIN. Marca FALCONRY	40	30.000	30.000	701,250	-	701,250
	BR. REGIDOR	35	12.000	11.000	217,080	-	217,080
	BR. DOMEQ	35	7,560.000	3,720.000	77,375,160	-	77,375,160
	V. GENEROSO ESTORIL	14	10,908.000	10,908.000	72,014,616	72,014,616	-
	BR. Marca PEDRO DOMEQ ESCUDO DORADO SOLERA	35	1,380.000	1,380.000	34,005,960	-	34,005,960
	RVA. PREMIUM 8 ANOS W. BLENDED SCOTCH MARCA THE HIGHLAND SUPREME	40	720.000	720.000	17,464,320	-	17,464,320
	W. BLENDED SCOTCH Marca SCOTTISH FOX	40	360.000	336.000	7,700,760	-	7,700,760
	RON Marca QUIMBAYA GOLD	35	480.000	240.000	4,987,200	-	4,987,200
V. TINTO ISABELLA	10	852.000	852.000	4,786,536	4,786,536	-	

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 42 de 126

REGISTRO DE DECLARANTES POR TIPO DE LICO 2024							
DECLARANTE	NOMBRE o MARCA DEL PRODUCTO	GRADOS	CANTIDADES DECLARADAS	CANTIDADES ESTANDAR - 750 ml	TOTAL	TOTAL IMPUESTO AL CONSUMO	TOTAL PARTICIPACIÓN.
QUALA S A	BR. DOMEQ 12 ANOS Marca PEDRO DOMEQ	35	120.000	120.000	3,700,440	-	3,700,440
	AP. NO VIN. QUINADO TITAN Marca TITAN	13	333.000	333.000	2,407,590	2,407,590	-
	RON MARC QUIMBAYA GOLD	35	120.000	112.000	2,324,640	-	2,324,640
	V. T. MERLOT RVA. Marca ALTO DE LOS CARNEROS	13	120.000	120.000	1,208,640	1,208,640	-
	V. BLANCO ISABELLA	10	132.000	132.000	739,068	739,068	-
	V. ROSADO ISABELLA	10	120.000	120.000	664,200	664,200	-
	V. T. ESPUM. LABRUSCO Marca ISABELLA FRIZZANTE	9	72.000	72.000	472,464	472,464	-
	V. BL. DEMISEC ESPUM. Marca ISABELLA PERLADO	11	24.000	24.000	180,480	180,480	-
	V. T. DUE FRATELLI KOSHER Marca DUE FRATELLI	10	12.000	12.000	130,764	130,764	-
	V. B. SAUV. BLANC RVA. MARCA ALTO DE LOS CARNEROS	13	12.000	12.000	119,484	119,484	-
	AP. NO VIN. SABOR A VODKA Y MANZANA VERDE Marca ICE COOLER FRESH APPLE	4	82,680.000	33,072.000	84,664,320	84,664,320	-
	AP. NO VIN. SABOR A VODKA Y LIMON Marca ICE COOLER CITRUS	4	73,320.000	29,328.000	75,226,320	75,226,320	-
	AP. NO VIN. SABOR A VODKA Y MORA AZUL Marca ICE COOLER BLUEBERRY	4	62,088.000	24,835.000	63,453,936	63,453,936	-
	AP. NO VIN. SABOR A VODKA Y FRUTOS ROJOS Marca ICE COOLER FUSION BERRIES	4	55,224.000	22,090.000	56,438,928	56,438,928	-

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 43 de 126

REGISTRO DE DECLARANTES POR TIPO DE LICO 2024							
DECLARANTE	NOMBRE o MARCA DEL PRODUCTO	GRADOS	CANTIDADES DECLARADAS	CANTIDADES ESTANDAR - 750 ml	TOTAL	TOTAL IMPUESTO AL CONSUMO	TOTAL PARTICIPACIÓN.
SABAJON APOLO S.A.	AP. NO VIN. SABOR A VODKA Y LIMON Marca ICE COOLER CITRUS	4	5,760.000	2,066.000	5,304,960	5,304,960	-
	AP. NO VIN. SABOR A VODKA Y MANZANA VERDE Marca ICE COOLER FRESH APPLE (LTA)	4	5,760.000	2,066.000	5,299,200	5,299,200	-
	SABAJON SABOR A BRANDY Marca APOLO	14	720.000	672.000	6,463,572	6,463,572	-
	PINA COLADA TAHITI Marca TAHITI	14	660.000	616.000	6,231,476	6,231,476	-
	AP. CREMA DE WHISKY WHISLEYS	14	360.000	336.000	3,768,600	3,768,600	-
	SABAJON SABOR A BRANDY Marca MAMBO	14	420.000	392.000	3,599,280	3,599,280	-
	PINA COLADA MAUI	14	360.000	336.000	3,266,520	3,266,520	-
	SABAJON SABOR A VAINILLA Marca APOLO	14	360.000	336.000	3,198,600	3,198,600	-
	SABAJON MAMBO SABOR A VAINILLA	14	360.000	336.000	3,001,560	3,001,560	-
VINEDOS Y BODEGAS DEL NORTE VINOS DE LA CORTE S.A. EN REORGANIZACION	AP. NO VIN. CREMA DE CAFE Marca CAPPUCINO SAN MARINO	14	240.000	224.000	2,400,992	2,400,992	-
	V. BLANCO Marca ROSALEM	6	3,240.000	1,499.000	3,890,760	3,890,760	-
	BR. Marca CINCO ESTRELLAS	35	8,676.000	5,321.000	98,817,420	-	98,817,420
	AP. NO VIN. CHERRYNOL SABOR ARTIFICIAL A CEREZAS Y VINO	8	14,376.000	16,652.000	78,252,264	78,252,264	-

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 44 de 126

REGISTRO DE DECLARANTES POR TIPO DE LICO 2024							
DECLARANTE	NOMBRE o MARCA DEL PRODUCTO	GRADOS	CANTIDADES DECLARADAS	CANTIDADES ESTANDAR - 750 ml	TOTAL	TOTAL IMPUESTO AL CONSUMO	TOTAL PARTICIPACIÓN.
	W. Marca DUGGANS DEW 40 VOL	40	3,396.000	3,170.000	63,323,484	-	63,323,484
	AP. CREMA SABOR A WHISKY Marca COPACABANA	14	5,306.000	4,952.000	45,067,732	45,067,732	-
	AP. NO VIN. CHERRY NOL SABOR ARTIFICIAL A CEREZAS Y VINO.	8	7,998.000	9,516.000	44,396,262	44,396,262	-
	AP. NO VIN. SAB. ANIS PARRANDA 14.8	15	11,910.000	5,955.000	39,874,680	39,874,680	-
	AP. VIN. BLANCO LIBERTADOR 7	7	35,554.000	13,537.000	38,087,088	38,087,088	-
	AP. CREMA DE PINA COLADA Marca RIVELINO	14	3,132.000	3,132.000	25,374,816	25,374,816	-
	V. TINTO CATA VINCORTE AP. CREMA SAB. A WHISKY Marca DE LA CORTE	10	3,816.000	5,088.000	20,342,448	20,342,448	-
	L. DE WHISKY Marca HARRIS AP. VIN. MOSCATEL MARCA LIBERTADOR	28	856.000	856.000	12,687,632	-	12,687,632
	V. COMPUESTO QUINADO Marca SALOMON	8	1,512.000	3,664.000	12,494,172	12,494,172	-
	V. TINTO Marca EMBAJADOR	13	2,376.000	2,376.000	11,802,888	11,802,888	-
	V. TINTO Marca EMBAJADOR	10	1,584.000	1,584.000	6,709,032	6,709,032	-
	V. TINTO Marca EMBAJADOR	12	240.000	480.000	2,343,360	2,343,360	-
	V. (PASITO) Marca MI BARRILITO RIVELINO	10	1,098.000	1,984.000	8,175,720	8,175,720	-
	RON VIEJO CUBASON ANEJO Marca VIEJO CUBASON	35	480.000	448.000	7,900,920	-	7,900,920
	RON VIEJO ROBLE 35 Marca VIEJO ROBLE	35	600.000	560.000	7,876,200	-	7,876,200

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 45 de 126

REGISTRO DE DECLARANTES POR TIPO DE LICO 2024							
DECLARANTE	NOMBRE o MARCA DEL PRODUCTO	GRADOS	CANTIDADES DECLARADAS	CANTIDADES ESTANDAR - 750 ml	TOTAL	TOTAL IMPUESTO AL CONSUMO	TOTAL PARTICIPACIÓN.
	AP. VIN. BLANCO Marca MONASTERIO	7	4,860.000	2,495.000	7,695,780	7,695,780	-
	COC. PINA COLADA Marca JONNYKI (14)	14	1,032.000	963.000	6,621,816	6,621,816	-
	V. T. MERLOT Marca EMBAJADOR	12	1,248.000	1,248.000	6,586,560	6,586,560	-
	V. T. CAB. SAUV. Marca EMBAJADOR	12	1,217.000	1,217.000	6,081,976	6,081,976	-
	V. BLANCO CATA VINCORTE	10	1,080.000	1,440.000	5,685,120	5,685,120	-
	AP. VIN MOSCATEL MARCA LIBERTADOR	8	1,572.000	1,572.000	5,322,840	5,322,840	-
	RON VIEJO ROBLE 35 VOL ANEJO Marca VIEJO ROBLE SIGNATURE	35	384.000	358.000	5,040,768	-	5,040,768
	AP. CREMA PINA COLADA REAGEE Marca REAGEE	14	720.000	712.000	4,849,560	4,849,560	-
	V. DE MISA Marca LOS MONJES	10	1,111.000	1,111.000	4,656,701	4,656,701	-
	AP. CREMA DE WHISKY Marca LAFAYETTE	14	516.000	482.000	4,591,368	4,591,368	-
	W. GRAND PORT 40 VOL Marca GRAND PORT	40	252.000	235.000	4,391,880	-	4,391,880
	COC. DE LICOR DE VODKA CON SABOR LIMA - LIMON Marca FREE POPS ICE	4	3,336.000	921.000	3,089,136	3,089,136	-
	W. Marca THE DAMARCUS	40	192.000	179.000	2,967,360	-	2,967,360
	AP. CREMA DE CAFE SABOR CAPUCHINO Marca DE LA CORTE	14	348.000	325.000	2,771,820	2,771,820	-
	L. CREMA SAB. NATURAL A FRUTOS ROJOS Marca KREMERS	15	240.000	224.000	1,732,560	-	1,732,560

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 46 de 126

REGISTRO DE DECLARANTES POR TIPO DE LICOR 2024							
DECLARANTE	NOMBRE o MARCA DEL PRODUCTO	GRADOS	CANTIDADES DECLARADAS	CANTIDADES ESTANDAR - 750 ml	TOTAL	TOTAL IMPUESTO AL CONSUMO	TOTAL PARTICIPACIÓN.
VINOS Y LICORES DELFINOX LTDA	AP. CREMA DE W. BROADWAY RIVELINO	14	152.000	142.000	1,628,296	1,628,296	-
	AP. SABORIZADO A ANIS DE LA CORTE	15	480.000	240.000	1,557,120	1,557,120	-
	AP. VIN. ESP. ROSADO Marca RIVELINO	6	384.000	384.000	1,306,920	1,306,920	-
	AP. VIN. ESP. BLANCO Marca RIVELINO	6	360.000	360.000	1,280,592	1,280,592	-
	V. MOSCATEL MARCA LOS MONJES	8	300.000	300.000	1,116,300	1,116,300	-
	AP. CREMA SAB MARACUYA DE LA CORTE 12	12	120.000	112.000	1,058,160	1,058,160	-
	V. TINTO Marca CORSO	10	264.000	264.000	1,052,808	1,052,808	-
	V. BLANCO Marca EMBAJADOR	10	180.000	180.000	807,780	807,780	-
	V. BLANCO Marca CORSO	10	180.000	180.000	749,340	749,340	-
	AP. CREMA SABOR A WHISKY Marca CRAVINGS	14	120.000	112.000	693,360	693,360	-
	V. ROSE Marca EMBAJADOR	10	120.000	120.000	575,160	575,160	-
	AP. NO VIN. SAB. MANZANA Marca RIVELINO	6	132.000	132.000	510,648	510,648	-
	V. MOSCATEL LOS MONJES 8	8	30.000	80.000	297,780	297,780	-
	RON ANEJO Marca COMANDANTE	35	12.000	11.000	157,524	-	157,524
	V. BLANCO Marca FAENA	10	12.000	12.000	51,420	51,420	-
AP. NO VIN. DE MARACUYA Marca DEL FINOX	13	1,130.000	1,130.000	7,533,900	7,533,900	-	
Total general			7,139,524.000	5,341,134.000	83,133,983,104	1,346,877,612	81,787,105,492

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 47 de 126

Fuente: Oficina de Rentas Departamentales 2024

REGISTRO DECLARANTES POR TIPO DE LICOR 2023							
DECLARANTE	NOMBRE o MARCA DEL PRODUCTO	GRADOS	CANTIDADES DECLARADAS	CANTIDADES ESTANDAR -	TOTAL	TOTAL IMPUESTO AL CONSUMO	TOTAL PARTICIPACIÓN
BODEGAS ANEJAS S.A.S	AP. CREMA DE CAFE EXCELSO	14	600	600	5,429,400	5,429,400	-
	AP. DE CREMA CON SABOR A WHISKY WHISKREAM	14	2,400	2,400	22,137,600	22,137,600	-
	COC. PINA COLADA ISLENA	14	2,400	2,400	19,744,800	19,744,800	-
	V. BL. Marca BUENA COCINA	10	132	84	342,348	342,348	-
	V. BURBU. DE MANZANA CASA NOVA	7	912	912	2,761,536	2,761,536	-
	V. DE CEREZA DE GALA	10	216	336	1,252,140	1,252,140	-
	V. ESP. CASA NOVA ROSADO	9	600	600	2,499,600	2,499,600	-
	V. ESPUMOSO BL. Marca CASA NOVA	9	420	420	1,708,980	1,708,980	-
	V. GRAN MOSCATEL DE MISA MARCA DE GALA	10	600	600	2,430,600	2,430,600	-
	V. Marca MOSCATO PASSITO	10	1,380	1,380	5,354,400	5,354,400	-
	V. Marca MOSCATO PASSITO (TTB)	10	300	400	1,553,100	1,553,100	-
	V. TINTO Marca BUENA COCINA	10	156	108	439,992	439,992	-
	V. VERMOUTH BL. Marca ANEJAS	10	60	60	221,160	221,160	-
	V. VERMOUTH ROJO PICASSI	10	60	60	228,600	228,600	-

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 48 de 126

REGISTRO DECLARANTES POR TIPO DE LICOR 2023							
DECLARANTE	NOMBRE o MARCA DEL PRODUCTO	GRADOS	CANTIDADES DECLARADAS	CANTIDADES ESTANDAR -	TOTAL	TOTAL IMPUESTO AL CONSUMO	TOTAL PARTICIPACIÓN
BODEGAS SANTA LUCIA S.A.S	VINO COMPUESTO QUINADO Marca GRAN PODER	10	360	360	1,403,640	1,403,640	-
	BEB. EMB. DE UN GRADO ALCOHOLIMETRICO CON SABOR A VINO GASIFICADO BLANCO MAGESTIC (2.4)	2	240	240	319,680	319,680	-
C.I. BODEGAS ALICANTE S.A.S	AP. NO VIN. COC. T. DE VERANO MARCA MAESTRANZA	10	12	12	84,312	84,312	-
	AP. NO VIN. DE CAFE Marca CAFESILLO	15	72	72	669,456	669,456	-
CASA GRAJALES S. A.	COC. AMARETTO ALICANTE	15	84	84	864,444	864,444	-
	COC. DE WHISKY WHISPER	13	26	26	252,044	252,044	-
	COC. PINA COLADA ALOHA ALICANTE	12	19	19	150,651	150,651	-
	COC. PINA COLADA ALOHA ALICANTE.	12	24	12	95,304	95,304	-
	COC. TRIPLE SEC Marca ALICANTE	10	1,116	1,480	11,385,180	11,385,180	-
	V. ESPUMOSO VARIEDAD BL. ALICANTE	8	12	12	46,848	46,848	-
	V. ESPUMOSO VARIEDAD ROSADO ALICANTE	8	12	12	46,848	46,848	-
	AP. CREMA DE CAFE Marca SABORS	14	60	60	629,460	629,460	-
	AP. CREMA DE WHISKY Marca SAVORS	14	2,280	2,160	23,031,120	23,031,120	-
	BR. Marca CASA GRAJALES	35	660	516	8,831,724	-	8,831,724

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 49 de 126

REGISTRO DECLARANTES POR TIPO DE LICOR 2023							
DECLARANTE	NOMBRE o MARCA DEL PRODUCTO	GRADOS	CANTIDADES DECLARADAS	CANTIDADES ESTANDAR -	TOTAL	TOTAL IMPUESTO AL CONSUMO	TOTAL PARTICIPACIÓN
	L. CREMA AMARETTO Marca SAVORS	24	42	42	646,590	-	646,590
	L. CREMA CURACAO BLUE MARCA SAVORS	25	174	174	2,463,768	-	2,463,768
	L. CREMA TRIPLE SEC Marca SAVORS	35	72	72	1,418,544	-	1,418,544
	V. BL. Marca SAN PEDRO DE LA UNION	10	420	500	2,186,280	2,186,280	-
	V. BL. SECO MARCA VALTIER CASA GRAJALES	10	24	24	122,448	122,448	-
	V. BL. SECO RESERVADO Marca CASA GRAJALES	12	12	12	66,612	66,612	-
	V. BL. SEMI-SECO Marca VALTIER - CASA GRAJALES	10	48	18	85,296	85,296	-
	V. BL. SEMISECO Marca VALTIER CASA GRAJALES	10	84	100	485,628	485,628	-
	V. BLANCO DE MISA Marca CASA GRAJALES	12	2,334	2,364	13,319,730	13,319,730	-
	V. BURBU. DE MANZANA DELICIOSO CASA GRAJALES	7	2,940	2,940	10,095,060	10,095,060	-
	V. BURBUJEANTE DE DURAZNO DELICIOSO CASA GRAJALES	7	420	420	1,366,320	1,366,320	-
	V. DE COCINA BL. SECO GOURMET - CASA GRAJALES	10	732	732	3,555,324	3,555,324	-
	V. DE COCINA BL. SECO GOURMET GRAJALES	10	540	198	959,580	959,580	-
	V. DE COCINA TINTO SECO GOURMET CASA GRAJALES	10	792	610	2,907,936	2,907,936	-
	V. DE MISA Marca JUAN PABLO II	10	204	204	1,045,800	1,045,800	-

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 50 de 126

REGISTRO DECLARANTES POR TIPO DE LICOR 2023							
DECLARANTE	NOMBRE o MARCA DEL PRODUCTO	GRADOS	CANTIDADES DECLARADAS	CANTIDADES ESTANDAR -	TOTAL	TOTAL IMPUESTO AL CONSUMO	TOTAL PARTICIPACIÓN
	V. DULCE Marca GRAN SIDON CASA GRAJALES	12	816	828	4,721,268	4,721,268	-
	V. ESP. BL. SEMISECO Marca SAMARIA CASA GRAJALES	10	864	864	4,577,040	4,577,040	-
	V. ESP. ROSADO SEMISECO Marca SAMARIA CASA GRAJALES	10	1,080	1,080	5,421,360	5,421,360	-
	V. GENEROSO ABOCADO Marca CASA GRAJALES	15	4,436	4,436	29,041,696	29,041,696	-
	V. GENEROSO DON LUIS CASA GRAJALES	15	1,416	1,401	9,657,000	9,657,000	-
	V. Marca DON GERARDO	15	24	24	184,104	184,104	-
	V. MOSCATEL DULCE Marca VALLE DE LA UNION CASA GRAJALES	10	4,692	4,808	20,147,076	20,147,076	-
	V. PARA CONSAGRAR DULCE CASA GRAJALES	15	24	24	159,192	159,192	-
	V. ROSE SECO Marca CASA GRAJALES	10	108	108	534,060	534,060	-
	V. ROSE SEMISECO MARCA VALTIER CASA GRAJALES	12	360	360	1,956,744	1,956,744	-
	V. T. SECO Marca CASA GRAJALES	10	552	522	2,809,560	2,809,560	-
	V. T. SEMISECO Marca VALTIER - CASA GRAJALES	10	720	960	4,885,440	4,885,440	-
	V. T. SEMISECO Marca VALTIER - GRAJALES	10	816	816	4,152,240	4,152,240	-
	V. T. SEMI-SECO Marca VALTIER CASA GRAJALES	10	48	18	89,472	89,472	-
	V. TINTO SECO RESERVADO Marca CASA GRAJALES	12	336	336	2,210,112	2,210,112	-

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 51 de 126

REGISTRO DECLARANTES POR TIPO DE LICOR 2023							
DECLARANTE	NOMBRE o MARCA DEL PRODUCTO	GRADOS	CANTIDADES DECLARADAS	CANTIDADES ESTANDAR -	TOTAL	TOTAL IMPUESTO AL CONSUMO	TOTAL PARTICIPACIÓN
CAVA SOLERA S.A.S	V. ROSADO SANTA SOLERA VINO ARTESANAL	12	120	96	358,368	358,368	-
	V. T. DE UVA ISABELLA SANTA SOLERA VINO ARTESANAL	12	582	546	2,136,894	2,136,894	-
COLOMA LTDA.	AP. CREMA CACAO CONVIER	15	72	72	975,168	975,168	-
	AP. CREMA MARACUYA CONVIER	15	47	47	553,049	553,049	-
	AP. CREMA SAB. A WHISKY Marca ANCIENT DISTILLERY GAELIK MASTERS A.D.	15	3,000	3,000	26,871,000	26,871,000	-
	AP. CREMA SABOR A WHISKY Marca COLOMA	15	372	372	4,316,688	4,316,688	-
	AP. NO VIN. CREMA DE FRESA Marca CONVIER	14	12	12	138,660	138,660	-
	AP. PINA COLADA (CONVIER)	15	408	408	4,165,680	4,165,680	-
	AP. PINA COLADA PINAR DEL RIO	15	276	276	2,427,696	2,427,696	-
	L. CREMA COCO Marca CONVIER	20	72	72	993,168	-	993,168
	L. CREMA DE AMARETTO Marca CONVIER	20	132	132	2,110,848	-	2,110,848
	L. CREMA DE CAFE Marca COLOMA	20	120	120	1,953,240	-	1,953,240
	L. CREMA DE DURAZNO Marca CONVIER	20	48	48	652,272	-	652,272
	L. CREMA MENTA Marca CONVIER	20	48	48	763,680	-	763,680
	L. CREMA TRIPLE SEC CONVIER	35	372	372	7,637,616	-	7,637,616

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 52 de 126

REGISTRO DECLARANTES POR TIPO DE LICOR 2023							
DECLARANTE	NOMBRE o MARCA DEL PRODUCTO	GRADOS	CANTIDADES DECLARADAS	CANTIDADES ESTANDAR -	TOTAL	TOTAL IMPUESTO AL CONSUMO	TOTAL PARTICIPACIÓN
DIAGEO COLOMBIA S.A.	L. Marca TROPKAYA	35	12	12	199,416	-	199,416
	L. TRIPLE SEC BLUE CONVIER	25	120	120	2,065,512	-	2,065,512
	V. BURBU. DE CEREZA CONVIER	7	12	12	43,344	43,344	-
	V. BURBU. DE DURAZNO CONVIER	7	216	216	798,552	798,552	-
	V. MOSCATEL Marca CONVIER	7	120	120	387,552	387,552	-
ENALIA S.A.S	L. DE VODKA SMIRNOFF SABOR A LULO SIN AZUCAR	25	108	64	942,528	-	942,528
	L. DE VODKA SMIRNOFF X1 SAB. A LULO	25	30,213	25,629	369,402,861	-	369,402,861
ENALIA S.A.S	AP. NO VIN. SANGRIA FIESTA 7 (ENALIA)	7	612	612	3,324,384	3,324,384	-
	AP. VIN. QUINADO SANSON COFFEE Marca SANSON	13	624	624	3,364,608	3,364,608	-
	COC. T. DE VERANO MARCA CARINOSO	7	960	960	5,187,840	5,187,840	-
	V. BL. PARA SAZONAR SAZON	7	228	228	889,200	889,200	-
	V. COMPUESTO Marca SANSON MAESTRO	15	960	960	5,872,320	5,872,320	-
	V. COMPUESTO QUINADO Marca SANSON	13	29,676	29,676	159,389,796	159,389,796	-
	V. DE DURAZNO CARINOSO	7	828	828	2,880,612	2,880,612	-
	V. DE MANZANA CARINOSO 7	7	10,920	10,920	37,925,160	37,925,160	-

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 53 de 126

REGISTRO DECLARANTES POR TIPO DE LICOR 2023							
DECLARANTE	NOMBRE o MARCA DEL PRODUCTO	GRADOS	CANTIDADES DECLARADAS	CANTIDADES ESTANDAR -	TOTAL	TOTAL IMPUESTO AL CONSUMO	TOTAL PARTICIPACIÓN
IMPORTADORA Y PRODUCTORA DE LICORES S.A	V. DE MANZANA CARINOSO ROSE	7	744	744	2,702,952	2,702,952	-
	V. DE MISA BACARLES (ENALIA)	13	3,012	3,012	15,297,948	15,297,948	-
	V. ESPUMOSO BLANCO Marca ALTEZA	6	396	396	1,542,816	1,542,816	-
	V. ESPUMOSO ROSADO Marca ALTEZA	6	540	540	2,201,580	2,201,580	-
	V. MOSCATEL Marca DUCARLES (ENALIA)	10	108	108	524,016	524,016	-
	V. T. PARA SAZONAR Marca SAZON	7	72	72	276,984	276,984	-
	L. JOHN THOMAS AZUL (30Â°)	30	60	60	1,011,720	-	1,011,720
L. marca JOHN THOMAS	28	5,640	5,520	83,112,480	-	83,112,480	
INDUSTRIA LICORERA DE CALDAS	CREMA DE RON VIEJO DE CALDAS Marca CHEERS	15	1,488	1,389	20,884,080	-	20,884,080
	L. DE CANA SIN AZUCAR Marca MOLENERO	24	12,600	11,760	144,522,000	-	144,522,000
	L. DE RON VIEJO DE CALDAS ESENCIAL	29	618,648	542,012	8,161,401,108	-	8,161,401,108
	L. DE RON VIEJO DE CALDAS ESENCIAL (PET)	29	12,000	6,000	90,480,000	-	90,480,000
	L. DE RON VIEJO DE CALDAS ESENCIAL (TTBK)	29	2,400	3,200	41,109,600	-	41,109,600

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 54 de 126

REGISTRO DECLARANTES POR TIPO DE LICOR 2023							
DECLARANTE	NOMBRE o MARCA DEL PRODUCTO	GRADOS	CANTIDADES DECLARADAS	CANTIDADES ESTANDAR -	TOTAL	TOTAL IMPUESTO AL CONSUMO	TOTAL PARTICIPACIÓN
	R. VIEJO DE CALDAS 5 JUAN DE LA CRUZ Marca JUAN DE LA CRUZ	35	38,400	19,200	373,795,200	-	373,795,200
	RON VIEJO DE CALDAS 15 GRAN RVA. ESPECIAL BOSQUE DE NIEBLA	35	960	960	28,238,400	-	28,238,400
	RON VIEJO DE CALDAS 5 JUAN DE LA CRUZ	35	46,020	46,020	903,774,840	-	903,774,840
	RON VIEJO DE CALDAS 8 CARTA DE ORO Marca CARTA DE ORO	35	26,280	26,280	643,360,680	-	643,360,680
	RON VIEJO DE CALDAS LEON DORMIDO - FINALIZADO EN BARRICA DE ROBLE AMERICANO QUE ANEJO OLOROSO Marca RON VIEJO DE CALDAS LEON DORMIDO	40	90	90	5,443,650	-	5,443,650
	RON VIEJO DE CALDAS RES. ESPSCIAL L 35	35	1,740	1,740	51,055,080	-	51,055,080
	RON VIEJO DE CALDAS ROBLE BLANCO	35	1,380	1,380	23,156,400	-	23,156,400
	RON VJO CALDAS 35 PET	35	31,812	31,812	579,646,452	-	579,646,452
	RON VJO CALDAS 35 TTBK	35	22,800	30,400	554,199,600	-	554,199,600
	RON VJO DE CALDAS 8 CARTA DE ORO	35	24,000	12,000	289,761,600	-	289,761,600
	RON VJO DE CALDAS TRADICIONAL	35	783,480	494,540	8,913,930,480	-	8,913,930,480
	RON VJO DE CALDAS TRADICIONAL (TTBK)	35	2,280	760	13,873,800	-	13,873,800

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 55 de 126

REGISTRO DECLARANTES POR TIPO DE LICOR 2023							
DECLARANTE	NOMBRE o MARCA DEL PRODUCTO	GRADOS	CANTIDADES DECLARADAS	CANTIDADES ESTANDAR -	TOTAL	TOTAL IMPUESTO AL CONSUMO	TOTAL PARTICIPACIÓN
INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA	AG. CAUCANO	29	4,315,633	3,303,641	45,649,135,346	-	45,649,135,346
	AG. CAUCANO (TPPK)	29	181,418	241,891	3,327,272,360	-	3,327,272,360
	AG. CAUCANO PET	29	28,752	14,376	179,931,360	-	179,931,360
	AG. CAUCANO SIN AZUCAR (TTBK)	29	15,312	20,416	305,060,976	-	305,060,976
	AG. PREMIUM SIN AZUCAR Marca INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA - CAUCANO	29	921	860	10,705,068	-	10,705,068
	AG. SIN AZUCAR MARCA CAUCANO	29	480,542	331,710	4,850,192,600	-	4,850,192,600
	AG. SIN AZUCAR MARCA CAUCANO (PET)	29	19,248	9,624	144,013,536	-	144,013,536
	L. ANISADO CON SABOR A LIMON Marca INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA - CAUCANO	24	16,675	16,675	206,572,199	-	206,572,199
	L. ANISADO CON SABOR A MANDARINA Marca INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA - CAUCANO	24	10,764	10,764	130,412,700	-	130,412,700
	L. CREMA ESCARCHADO ANIS Marca INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA	36	958	479	10,381,362	-	10,381,362
	L. CREMA ESCARCHADO CURACAO Marca INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA	36	974	487	11,077,300	-	11,077,300

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 56 de 126

REGISTRO DECLARANTES POR TIPO DE LICOR 2023							
DECLARANTE	NOMBRE o MARCA DEL PRODUCTO	GRADOS	CANTIDADES DECLARADAS	CANTIDADES ESTANDAR -	TOTAL	TOTAL IMPUESTO AL CONSUMO	TOTAL PARTICIPACIÓN
LICOAMERICA S.A.S	L. CREMA ESCARCHADO MENTA Marca INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA	36	1,093	547	12,407,229	-	12,407,229
	BR. REGIDOR	35	12	11	201,408	-	201,408
	COC. SAB. CREAM DE WHISKY CHERISH	14	120	120	1,418,760	1,418,760	-
	COC. SABOR PINA COLADA MEMORIES	14	174	174	1,848,750	1,848,750	-
	GIN. Marca BARTENDER	38	24	32	523,944	-	523,944
	GIN. Marca FALCONRY	40	66	66	1,430,616	-	1,430,616
	L. DE VODKA SABOR A CEREZA Marca LATINO	18	348	276	3,061,584	-	3,061,584
	L. DE VODKA SABOR A SANDIA Marca LATINO	18	396	372	4,125,168	-	4,125,168
	L. DE WHISKY Marca SPECIAL QUEEN	30	324	302	4,385,016	-	4,385,016
	RON BLANCO Marca DON JUAN	35	72	96	1,487,304	-	1,487,304
	RON DORADO RON CANAVERAL	35	132	108	1,721,088	-	1,721,088
	TEQ. GOLD Marca HERRERIA	35	240	240	4,727,700	-	4,727,700
	TEQ. SILVER Marca HERRERIA	35	216	216	4,660,884	-	4,660,884
	VO. LATINO Marca FORTY DEGREE	40	396	396	7,538,868	-	7,538,868
	VO. Marca BARTENDER	38	96	128	2,063,808	-	2,063,808

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 57 de 126

REGISTRO DECLARANTES POR TIPO DE LICOR 2023							
DECLARANTE	NOMBRE o MARCA DEL PRODUCTO	GRADOS	CANTIDADES DECLARADAS	CANTIDADES ESTANDAR -	TOTAL	TOTAL IMPUESTO AL CONSUMO	TOTAL PARTICIPACIÓN
OLARTE SANCHEZ CARLOS AUGUSTO	W. 5 ANOS OLD KING	40	618	618	12,168,504	-	12,168,504
	V. DE MARACUYA SEMI SECO Marca D OLARTE	10	100	100	501,500	501,500	-
	V. DE MORA SEMISECO Marca D OLARTE	10	100	100	501,500	501,500	-
PDC VINOS Y LICORES S.A.S	BR. 5 ANOS Marca DOMEQ - PEDRO DOMEQ	35	900	900	16,547,400	-	16,547,400
	BR. DOMEQ BR. Marca PEDRO DOMEQ	35	2,700	900	16,974,900	-	16,974,900
	ESCUDO DORADO SOLERA RVA. PREMIUM 8 ANOS	35	216	216	4,824,576	-	4,824,576
	RON MARC QUIMBAYA GOLD	35	840	784	14,208,600	-	14,208,600
	RON Marca QUIMBAYA GOLD V. B. SAUV. BLANC RVA.	35	600	300	5,445,600	-	5,445,600
	MARCA ALTO DE LOS CARNEROS	13	156	156	1,273,716	1,273,716	-
	V. BL. VERDEJO Marca ALTO DE LOS CARNEROS	13	60	60	467,760	467,760	-
	V. BLANCO ISABELLA	10	132	132	665,676	665,676	-
	V. GENEROSO ESTORIL	14	11,614	11,614	68,836,178	68,836,178	-
	V. ROSADO ISABELLA	10	156	156	763,932	763,932	-
V. SANTO TOMAS MOSCATEL	10	9,600	9,600	41,085,600	41,085,600	-	

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 58 de 126

REGISTRO DECLARANTES POR TIPO DE LICOR 2023							
DECLARANTE	NOMBRE o MARCA DEL PRODUCTO	GRADOS	CANTIDADES DECLARADAS	CANTIDADES ESTANDAR -	TOTAL	TOTAL IMPUESTO AL CONSUMO	TOTAL PARTICIPACIÓN
PRODUCTORA Y DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS S.A.S	V. T. ESPUM. LABRUSCO Marca ISABELLA FRIZZANTE	9	72	72	455,904	455,904	-
	V. T. MERLOT RVA. Marca ALTO DE LOS CARNEROS	13	324	324	2,875,176	2,875,176	-
	V. T. TEMPRANILLO RVA. Marca ALTO DE LOS CARNEROS	13	60	60	469,080	469,080	-
	V. TINTO ISABELLA	10	1,920	1,920	9,632,640	9,632,640	-
	W. BLENDED SCOTCH Marca SCOTTISH FOX	40	552	515	10,625,448	-	10,625,448
	W. BLENDED SCOTCH MARCA THE HIGHLAND SUPREME	40	288	288	6,448,032	-	6,448,032
	AP. CREMA DE CAFE Marca LICORES DE LA SABANA	14	120	120	1,001,640	1,001,640	-
	AP. CREMA SABOR A WHISKY Marca LICORES DE LA SABANA	14	240	240	2,092,560	2,092,560	-
	AP. PINA COLADA Marca LICORES DE LA SABANA	14	180	180	1,383,840	1,383,840	-
	SABAJON Marca LICORES DE LA SABANA	14	180	180	1,420,200	1,420,200	-
VINOS DE LA CORTE S.A. EN REORGANIZACION	AP. CREMA DE CAFE SAB.CAPUCHINO 12	12	120	112	971,040	971,040	-
	AP. CREMA DE PINA COLADA Marca RIVELINO	14	2,319	2,319	18,039,501	18,039,501	-

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 59 de 126

REGISTRO DECLARANTES POR TIPO DE LICOR 2023							
DECLARANTE	NOMBRE o MARCA DEL PRODUCTO	GRADOS	CANTIDADES DECLARADAS	CANTIDADES ESTANDAR -	TOTAL	TOTAL IMPUESTO AL CONSUMO	TOTAL PARTICIPACIÓN
	AP. CREMA DE W. BROADWAY RIVELINO	14	308	287	3,125,584	3,125,584	-
	AP. CREMA DE WHISKY Marca LAFAYETTE	14	5,106	4,766	40,932,480	40,932,480	-
	AP. CREMA SAB MARACUYA DE LA CORTE 12	12	1,116	986	9,214,728	9,214,728	-
	AP. CREMA SAB. A WHISKY Marca DE LA CORTE	14	1,792	1,484	17,102,488	17,102,488	-
	AP. CREMA SABOR A WHISKY Marca COPACABANA	14	3,028	2,826	23,301,920	23,301,920	-
	AP. NO VIN. CHERRYNOL SABOR ARTIFICIAL A CEREZAS Y VINO	8	14,381	13,909	61,737,645	61,737,645	-
	AP. NO VIN. CHERRYNOL SABOR ARTIFICIAL A CEREZAS Y VINO.	8	7,885	9,206	41,198,171	41,198,171	-
	AP. NO VIN. ESP. ROSADO SANTILLANA	6	60	60	259,380	259,380	-
	AP. NO VIN. SAB. ANIS PARRANDA 14.8	15	25,640	12,820	80,150,640	80,150,640	-
	AP. SABORIZADO A ANIS DE LA CORTE	15	1,241	651	3,856,565	3,856,565	-
	AP. VIN ESP. B. MARCA LIBERTADOR	6	2	2	5,960	5,960	-
	AP. VIN MOSCATEL MARCA LIBERTADOR	8	240	240	727,440	727,440	-
	AP. VIN. BLANCO LIBERTADOR 7	7	22,588	10,021	26,823,814	26,823,814	-
	AP. VIN. BLANCO Marca MONASTERIO	7	2,681	1,219	3,508,005	3,508,005	-
	AP. VIN. ESP. BLANCO Marca RIVELINO	6	183	183	607,377	607,377	-

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 60 de 126

REGISTRO DECLARANTES POR TIPO DE LICOR 2023							
DECLARANTE	NOMBRE o MARCA DEL PRODUCTO	GRADOS	CANTIDADES DECLARADAS	CANTIDADES ESTANDAR -	TOTAL	TOTAL IMPUESTO AL CONSUMO	TOTAL PARTICIPACIÓN
	AP. VIN. ESP. ROSADO LIBERTADOR 6	6	10	10	30,640	30,640	-
	AP. VIN. ESP. ROSADO Marca RIVELINO	6	187	187	609,620	609,620	-
	AP. VIN. MOSCATEL Marca J. ALFONSO	8	120	120	341,520	341,520	-
	AP. VIN. MOSCATEL Marca J. ALFONSO 8	8	120	160	455,760	455,760	-
	AP. VIN. MOSCATEL Marca LIBERTADOR	8	1,793	4,298	13,023,322	13,023,322	-
	BR. Marca CINCO ESTRELLAS	35	19,598	13,986	244,010,002	-	244,010,002
	COC. DE LICOR DE VODKA CON SABOR LIMA - LIMON Marca FREE POPS ICE	4	1,440	397	1,643,040	1,643,040	-
	COC. PINA COLADA JONNYKI 12	12	252	235	2,045,772	2,045,772	-
	COC. PINA COLADA Marca JONNYKI (14)	14	460	429	3,135,180	3,135,180	-
	L. DE WHISKY Marca HARRIS	28	6,022	6,022	77,960,812	-	77,960,812
	RON VIEJO CUBASON ANEJO Marca VIEJO CUBASON	35	782	730	12,081,900	-	12,081,900
	V. (PASITO) Marca MI BARRILITO RIVELINO	10	751	1,327	4,951,818	4,951,818	-
	V. BLANCO CATA VINCORTE	10	3,000	4,000	14,268,000	14,268,000	-
	V. BLANCO Marca EMBAJADOR	10	432	432	1,691,280	1,691,280	-
	V. BLANCO Marca FAENA	10	120	120	498,720	498,720	-

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 61 de 126

REGISTRO DECLARANTES POR TIPO DE LICOR 2023							
DECLARANTE	NOMBRE o MARCA DEL PRODUCTO	GRADOS	CANTIDADES DECLARADAS	CANTIDADES ESTANDAR -	TOTAL	TOTAL IMPUESTO AL CONSUMO	TOTAL PARTICIPACIÓN
	V. BLANCO Marca VIEJO ROBLE	10	120	120	357,240	357,240	-
	V. COMPUESTO QUINADO Marca SALOMON	13	2,529	2,529	11,291,373	11,291,373	-
	V. DE MISA Marca LOS MONJES	10	623	623	2,510,690	2,510,690	-
	V. ROSE Marca EMBAJADOR	10	660	660	1,969,440	1,969,440	-
	V. T. CAB. SAUV. Marca CORSO	12	24	24	103,176	103,176	-
	V. T. CAB. SAUV. Marca EMBAJADOR	12	5,922	5,922	26,886,456	26,886,456	-
	V. T. MERLOT Marca CORSO	12	24	24	102,096	102,096	-
	V. T. MERLOT Marca EMBAJADOR	12	2,209	2,209	10,357,170	10,357,170	-
	V. TINTO CATA VINCORTE	10	9,130	12,173	43,142,560	43,142,560	-
	V. TINTO Marca CORSO	10	38	38	139,042	139,042	-
	V. TINTO Marca EMBAJADOR	10	2,116	2,116	8,231,424	8,231,424	-
	V. TINTO Marca FAENA	12	121	121	484,224	484,224	-
	V. TINTO Marca FAENA	10	120	120	485,280	485,280	-
	V. TINTO Marca VIEJO ROBLE	10	609	609	2,702,742	2,702,742	-
	W. GRAND PORT 40 VOL Marca GRAND PORT	40	120	112	2,006,160	-	2,006,160
	W. Marca DUGGANS DEW 40 VOL	40	7,090	6,617	117,579,200	-	117,579,200

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 62 de 126

REGISTRO DECLARANTES POR TIPO DE LICOR 2023							
DECLARANTE	NOMBRE o MARCA DEL PRODUCTO	GRADOS	CANTIDADES DECLARADAS	CANTIDADES ESTANDAR -	TOTAL	TOTAL IMPUESTO AL CONSUMO	TOTAL PARTICIPACIÓN
VINOS Y LICORES DELFINOX LTDA	AP. NO VIN. DE MARACUYA Marca DEL FINOX	13	1,574	1,574	9,924,840	9,924,840	-
Total general			7,022,023	5,469,694	77,882,827,558	1,146,018,063	76,736,809,495

Fuente: Oficina de Rentas Departamentales 2023

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 63 de 126	

FACTORES DE MERCADO Y COMPETENCIA

Escasa visibilidad de la marca

Bajo reconocimiento en el mercado local de la diversidad de productos que se elaboran en la industria.

Segmentación deficiente del mercado

No se cuenta con análisis detallados del público objetivo y no se tienen estrategias personalizadas de comercialización según públicos objetivos por rangos de edad, por preferencias de licores, por regiones.

Competencia intensa

La empresa tiene débiles procesos internos de comercialización y mercado que le impiden afrontar con contundencia y efectividad a las marcas competidoras que la retan con precios más bajos o productos más populares y la obligan a innovar en sabores, empaques o estrategias de fidelización de clientes, y a crear estrategias para crear y fortalecer el branding,

Baja efectividad en campañas publicitarias y estrategias de comunicación

Las estrategias de medios, de marketing y las campañas publicitarias no generan resultados esperados que se reflejen en las ventas. Se requiere realizar una reingeniería estratégica del área de comunicaciones para fortalecer los procesos de la comunicación enfocada al marketing y al branding, invertir en análisis de datos y optimizar el uso de los medios de comunicación para hacer presencia en redes, y otros espacios comunicacionales.

Dependencia de mercados estacionales

Como ya se describió la industria tiene una estación en sus ventas concentrada en ciertas en el mes de diciembre. Esta característica del mercado local denota las debilidades de las estrategias de mercadeo ya que se presentan épocas del año en donde es notoria la nula rotación de productos. El replanteamiento de las estrategias debe ser sustancial y debe proyectarse también a nuevos mercados y nuevos licores.

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 64 de 126	

Problemas internos de comunicación

La falta de alineación entre los equipos de producción, y comercialización (ventas y marketing) es una deficiencia que afecta ostensiblemente el cumplimiento de las metas estratégicas de la industria. Las divisiones no operan como un sistema integral y contrariamente atomizan sus labores generando descoordinación y no contribuye a la toma de decisiones basadas en datos y enfocada a resultados.

ANÁLISIS DE LAS PARTES INTERESADAS

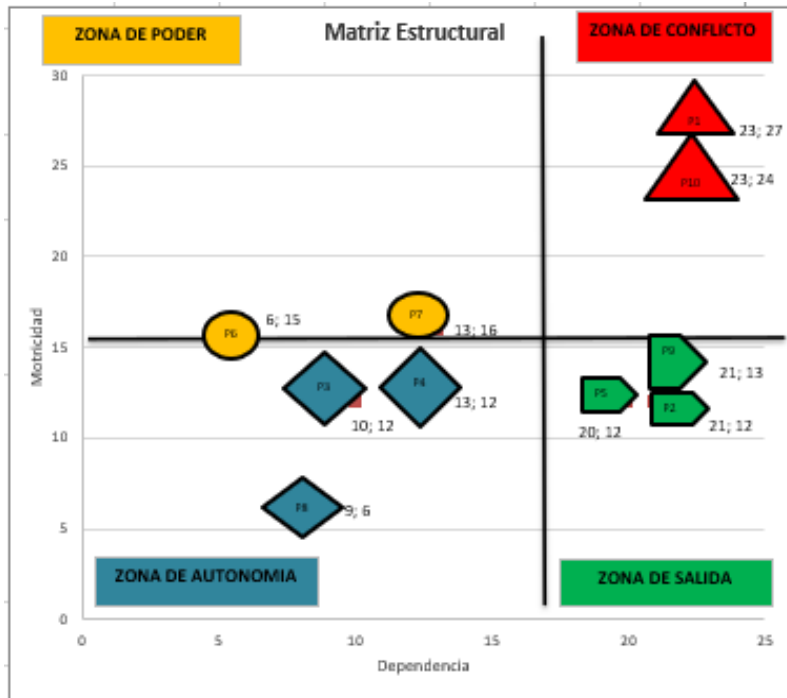
RESULTADO DE LA MATRIZ INTERDIVISIONES DE PROBLEMAS INTERNOS DE LA INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA- METODOLOGIA DE LA MATRIZ DE IMPACTOS CRUZADOS MIC-MAC

	PROBLEMA	X	Y	ZONA
1	Deficientes estrategias de comercialización que limitan el cumplimiento de metas empresariales de venta de licores	23	27	ZONA CONFLICTO DE
2	Baja capacidad de respuesta de producción de licores a las demandas del mercado local, nacional e internacional	21	12	ZONA DE SALIDA
3	Baja capacidad operacional de procesos y equipos de la división de producción	10	12	ZONA AUTONOMIA DE
4	Deficiencias en los sistemas de control de calidad y verificación del cumplimiento de estándares internos u externos de los productos de la ILC	13	12	ZONA AUTONOMIA DE
5	Deficiencias en la implementación de estrategias, definición de metas y formulación de indicadores para el cumplimiento de los objetivos institucionales	20	12	ZONA DE SALIDA
6	Baja capacidad de respuesta del soporte tecnológico y software, hardware y sistemas de información obsoletos	6	15	ZONA DE PODER
7	Baja rentabilidad operativa mediante la reducción de costos y la optimización del uso de capital	13	16	ZONA DE PODER
8	Debilidades en el proceso de asesoría jurídica de la Industria para identificar y mitigar riesgos legales y regulatorios que puedan afectar a la empresa con relación a adquisiciones, alianzas, contrataciones y expansión, responsabilidad civil, etc.	9	6	ZONA AUTONOMIA DE
9	Debilidades en la gestión de recursos físicos que afectan la eficiencia operativa de la ILC	21	13	ZONA DE SALIDA
10	Débiles estrategias para fomentar la gestión del talento humano enfocada hacia una cultura organizacional positiva y	23	24	ZONA CONFLICTO DE

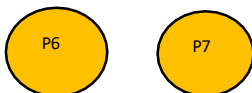
	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 65 de 126	

proactiva dispuesta al crecimiento, a la innovación y a la sostenibilidad empresarial

Ilustración 7 Matriz Estructural

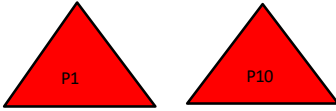


Los problemas que se ubican en la **ZONA DE PODER** por ser aquellos que más influencia tienen hacia los demás y menos influencia reciben de los demás, ofrecen una guía para la formulación de estrategias empresariales

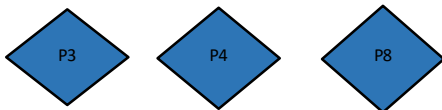


Los problemas que se ubican en la **ZONA DE CONFLICTO** indican aquellos fenómenos que, por influenciar y ser influenciados por los demás problemas, es necesario monitorear permanentemente. Su comportamiento inestable puede convertirse en un riesgo para la operatividad de la empresa

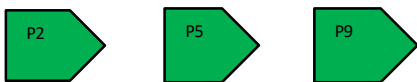
	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 66 de 126	



Los problemas que se ubican en la **ZONA DE AUTONOMIA**, por ser poco influenciados y, a su vez, por influenciar poco a los restantes problemas, ofrecen elementos para el diseño y puesta en marcha de proyectos o acciones.

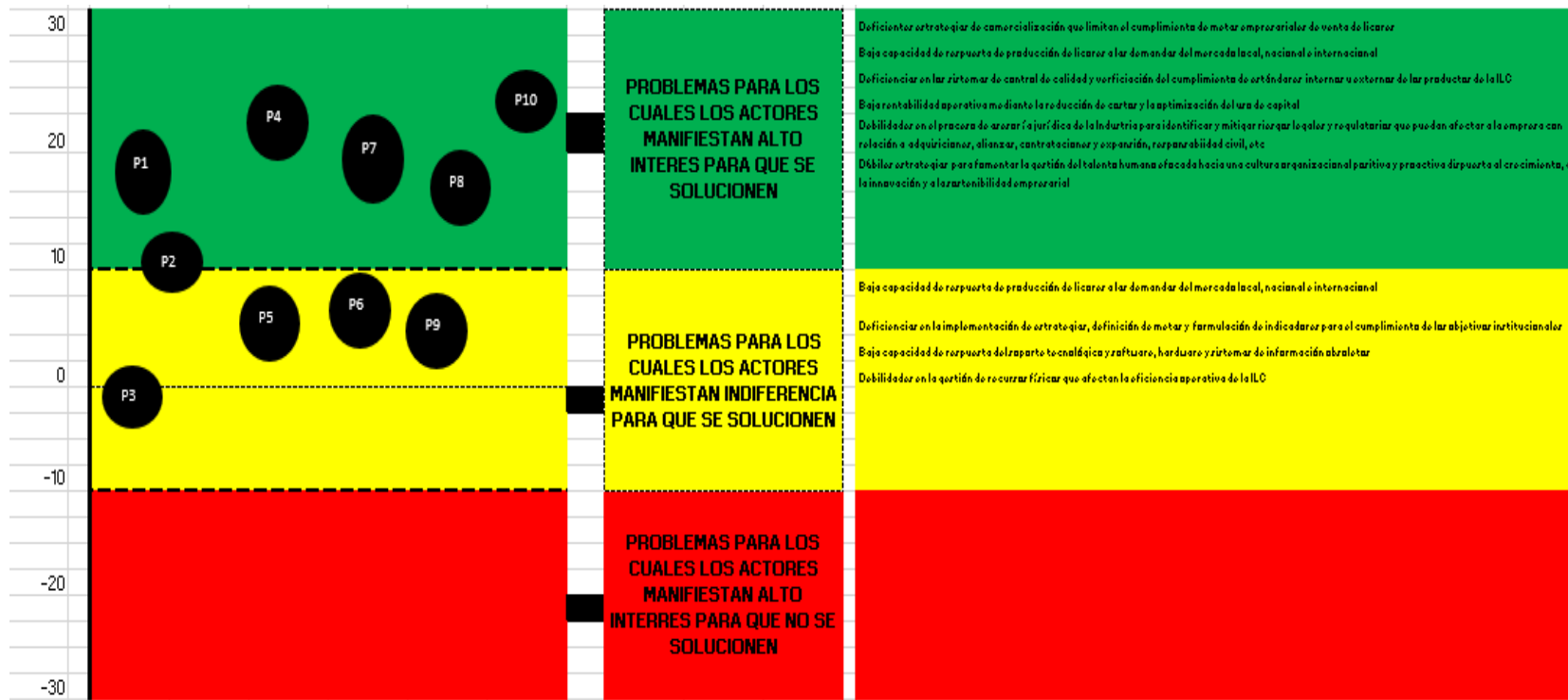


Los problemas que se ubican en la **ZONA DE SALIDA**, por influenciar poco a los restantes y ser muy influenciados por ellos, se recomienda que se conviertan en los indicadores que permitan evaluar la evolución de la situación problemática. Pueden ser los indicadores con los cuales se evalúe el impacto de planes y proyectos

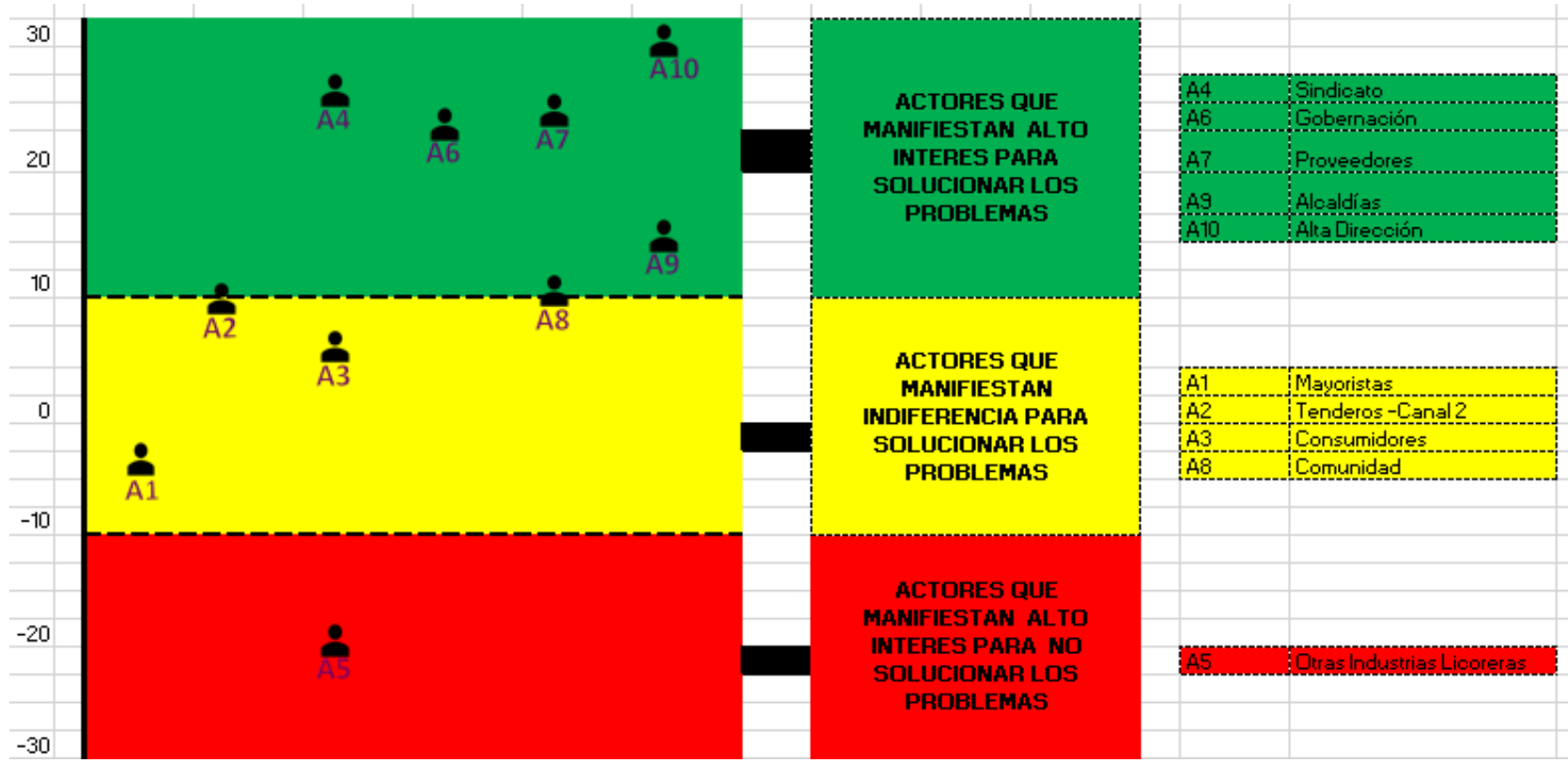


	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 67 de 126

Matriz de Intereses de Actores Frente a Problemas Priorizados

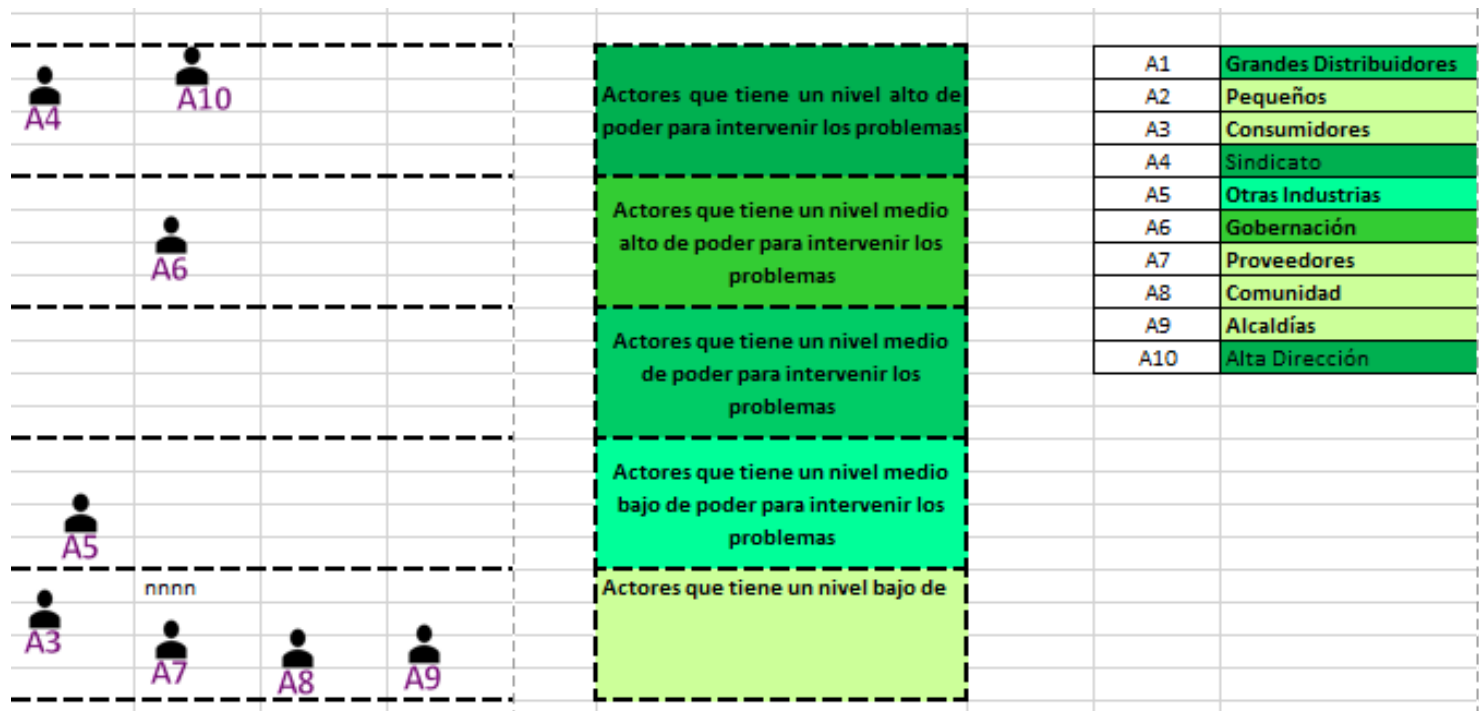


	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA		
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION		
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 68 de 126



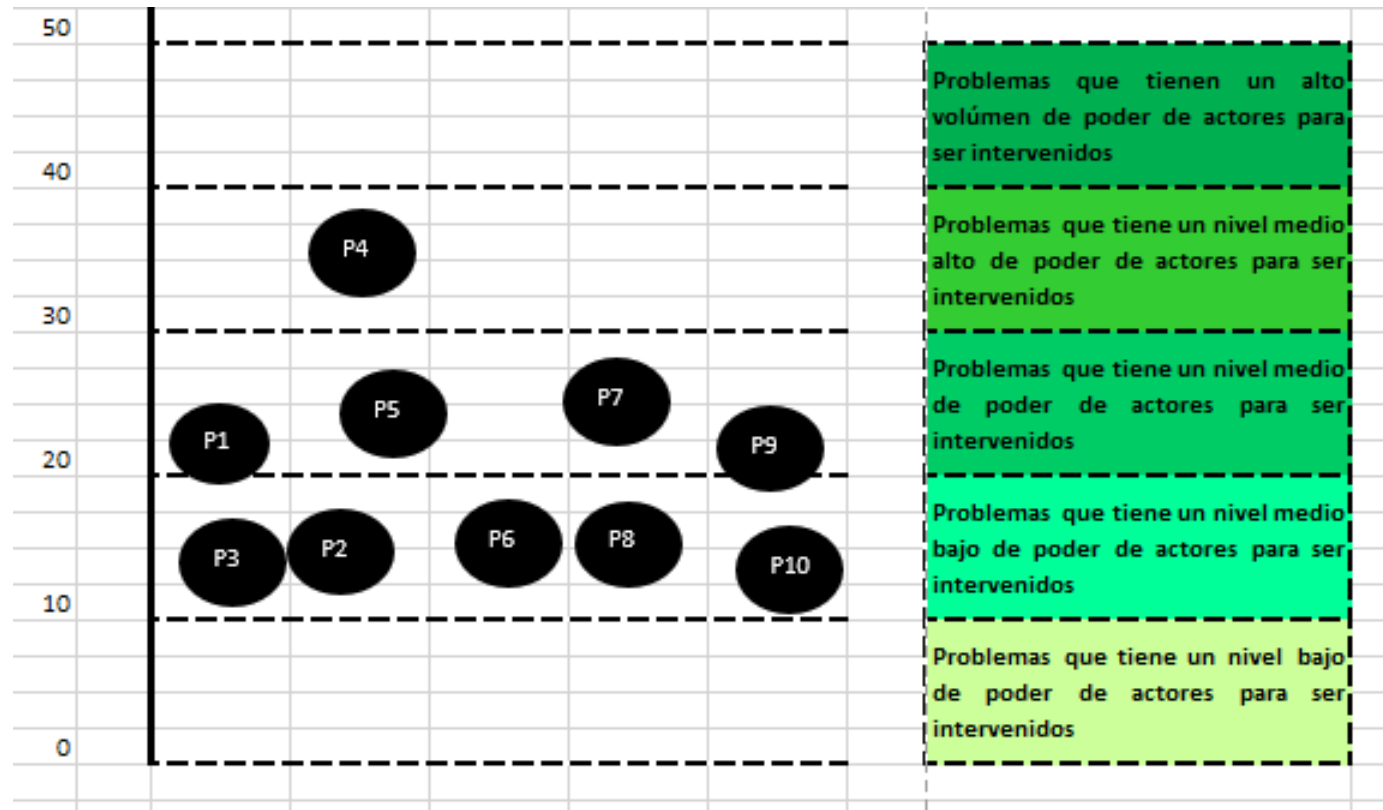
	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA		
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION		
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 69 de 126

GRAFICO DE PODER DE ACTORES -ANALISIS GLOBAL



	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 70 de 126

GRAFICO DE ANALISIS DEL VOLUMEN DE INTERES DE ACTORES PARA INTERVENIR LOS PROBLEMAS



Fuente: Elaboración Propia

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 71 de 126

3.3. INFORMACIÓN SOBRE EL DESEMPEÑO Y LA EFICACIA DEL SGC

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE: ANÁLISIS DE ENCUESTAS

ANÁLISIS DE ENCUESTAS CONSUMIDORES

Género

130 respuestas

 Copiar gráfico

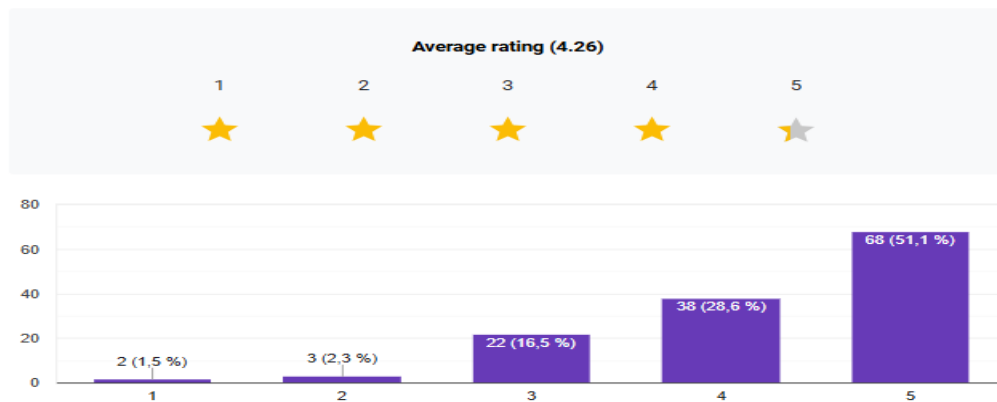


En la

De 1 a 5, ¿Cuánto le gusta el sabor del aguardiente caucano tradicional?

133 respuestas

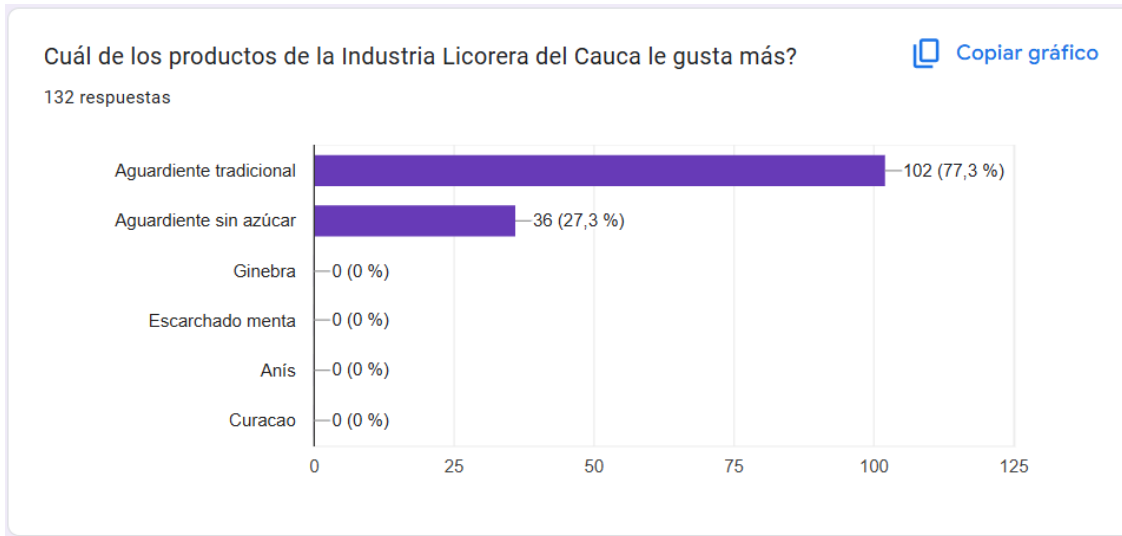
 Copiar gráfico



gráfica anterior, se puede observar que el 71.5 % que consumen productos de la ILC son hombres y el 28.5 % son mujeres del total de la muestra de ciento treinta personas.

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 72 de 126	

El 77,3 % de las personas les gusta el Aguardiente tradicional por encima de un 27.3 % el Aguardiente sin azúcar.



El Aguardiente Tradicional tiene una aceptación del 4.25 de las 133 personas de la muestra el 51.1 % le da una calificación de cinco y solo el 1,5 % le dio una calificación de 1.

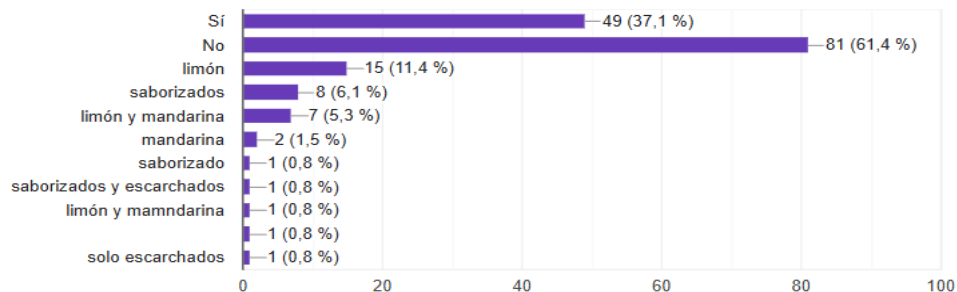


	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA		
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION		
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 73 de 126

¿Tiene conocimiento que la industria licorera ha sacado al mercado nuevos productos?

 Copiar gráfico

132 respuestas



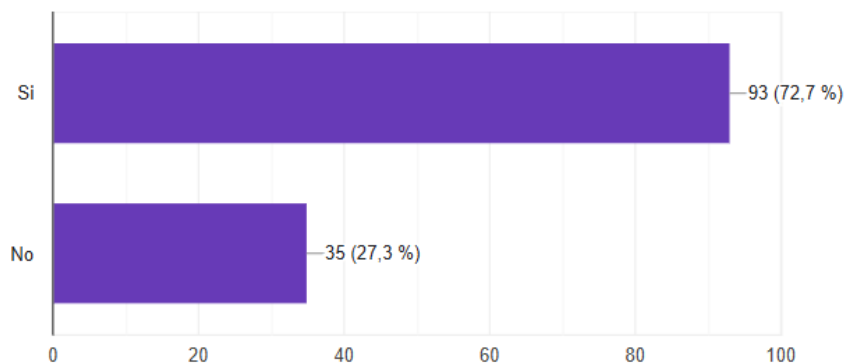
En cambio, el Aguardiente sin Azúcar tiene una valoración de 3,39 y el 33.1 % le da una calificación de cinco (5) contra el 14.3 % de uno (1) En el conocimiento de los productos nuevos el 61.4 % no conocen los productos que has salido al mercado con un 37.1 % de que sí conocen los nuevos productos. Conocen el 11, 4 % el aguardiente sabor Limón.

El 72,7 % de la muestra ha consumido el Tetra Pack tradicional con un 27.3 % que no lo han consumido.

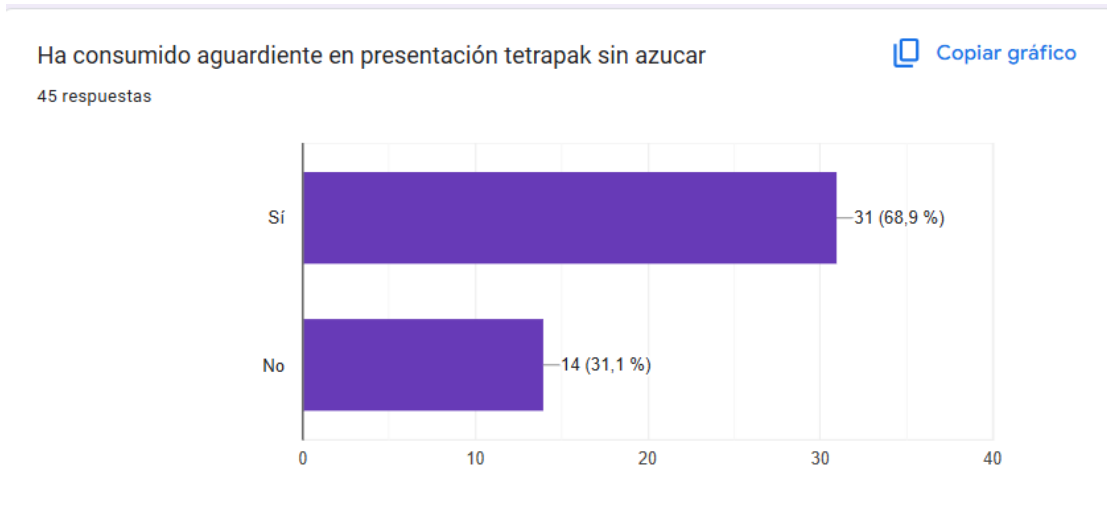
Ha consumido aguardiente en presentación tetrapak tradicional

 Copiar gráfico

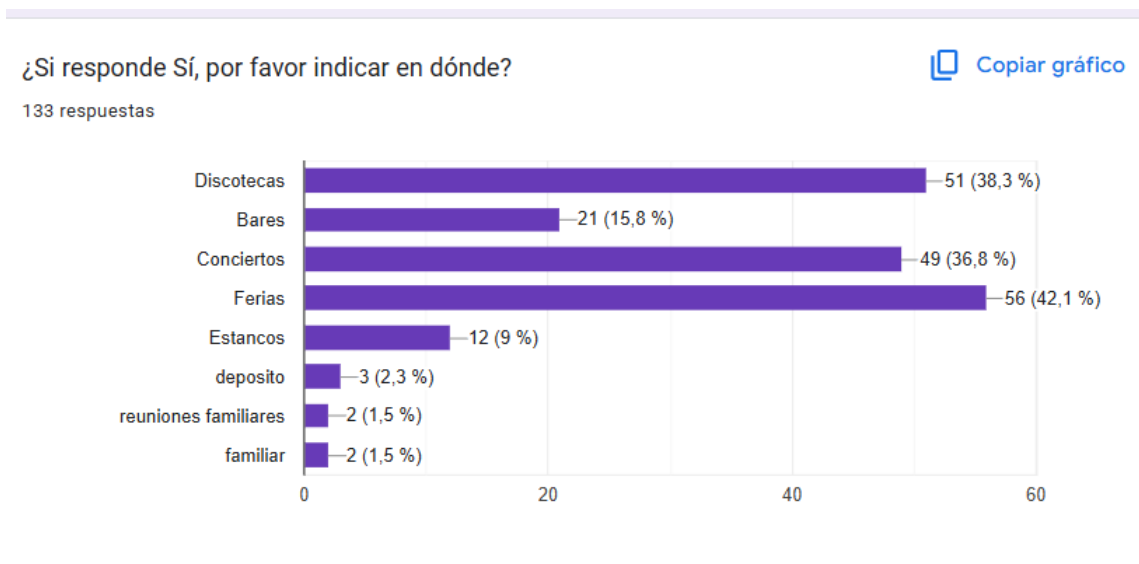
128 respuestas



	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 74 de 126



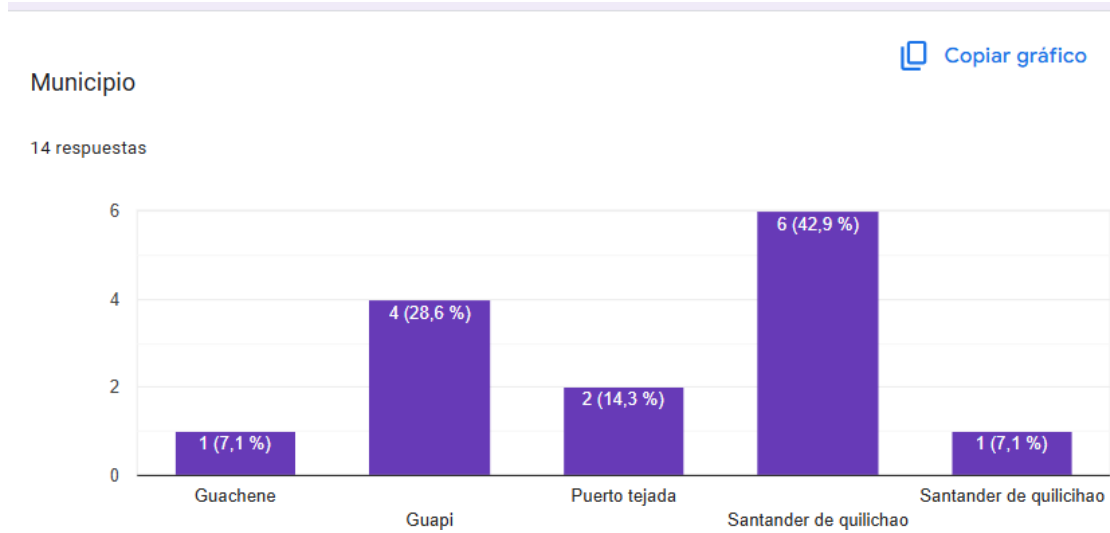
En cambio, el 68,9 % de personas has consumido el Trata Pack de Aguardiente sin Azúcar con el 31.1 % que no han consumido.



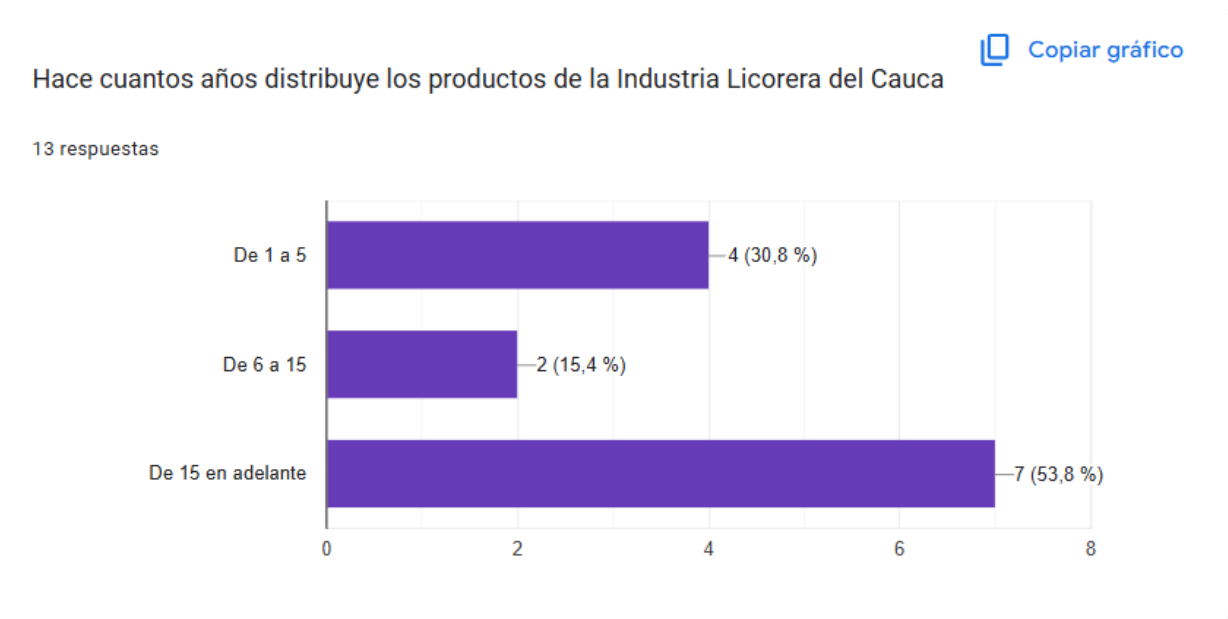
Las personas han consumido el Tetra Pack en ferias con un 42.1 %, seguido del 38,3 % en Discotecas y 36,8 % en conciertos.

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 75 de 126

ANALISIS DE ENCUESTAS DISTRIBUIDORES



En la parte de los distribuidores de diferentes Municipios se tiene una muestra de catorce distribuidores donde el porcentaje mayor es el Municipio de Santander de Quilichao con un 50 % seguido por el 28,6 % de la costa pacífica Guapi y un 7.1 % de Municipio de Guachené.



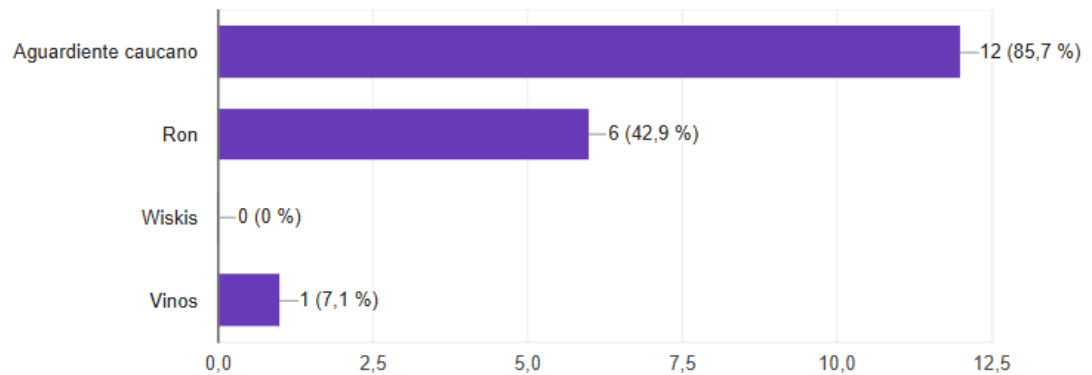
	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 76 de 126

En la gráfica anterior, el 53,8 % de los distribuidores venden y comercializan los productos en quince años en adelante, de una a cinco se encuentra el 30,8 % y el 15,4 % de seis a quince.

 Copiar gráfico

En el ramo de licores en escala de 1 a 3 cuál es la mayor rotación en su establecimiento don 1 es mayor rotación y 3 es menor rotación.

14 respuestas



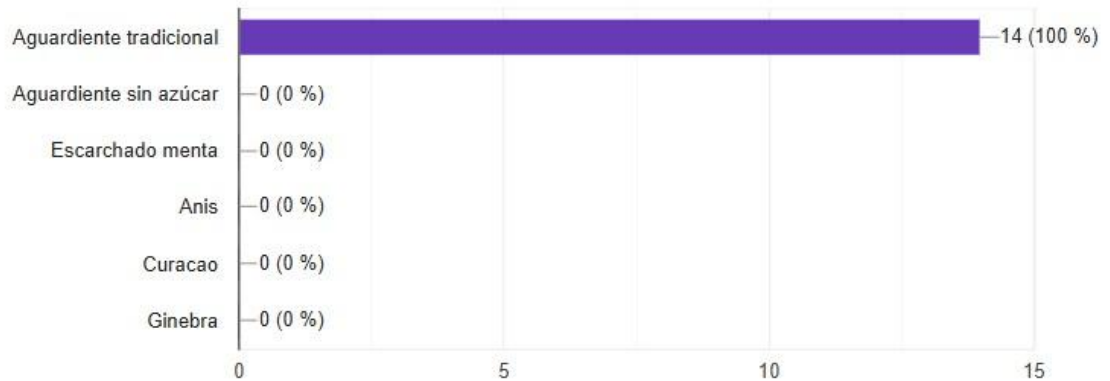
Se puede observar que el aguardiente tradicional tiene una mayor rotación entre los distribuidores con el 85,7 % seguido del 42,9 % del Ron.

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 77 de 126

 Copiar gráfico

¿Cuál es el producto de la Industria Licorera que más vende en su establecimiento?

14 respuestas

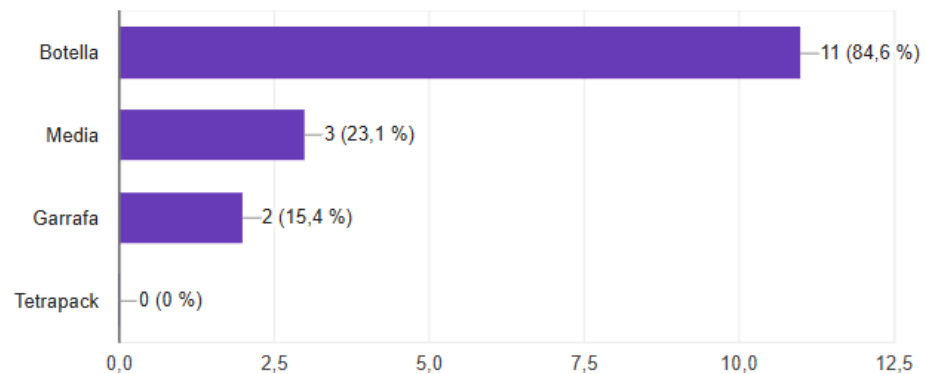


Con un 100 % de la muestra los distribuidores venden el Aguardiente Tradicional

 Copiar gráfico

Cuál es la presentación de más rotación en su establecimiento

13 respuestas



	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 78 de 126

La presentación que más se vende es la de Botella con un 84,6 %, en segundo lugar, la media con un 23,1 % y 15,4 % de la presentación Garrafa.



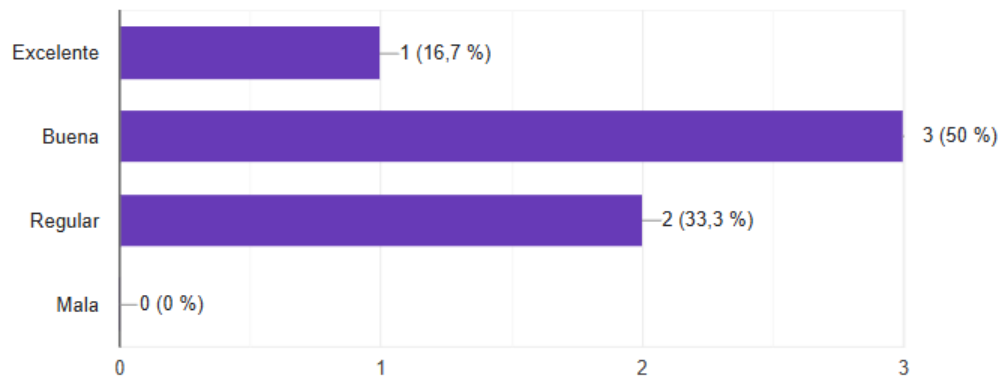
Se puede observar, que el 92,3 % de los distribuidores no los visitan con un 7,7 % que lo hacen semanal

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 79 de 126

 Copiar gráfico

La atención recibida por parte de los funcionarios de la Industria Licorera del Cauca es:

6 respuestas



La atención por parte de los funcionarios de la ILC con un 50 % de los proveedores es buena con un 33,3 % recalcan que es regular y un 16,7 % es excelente.

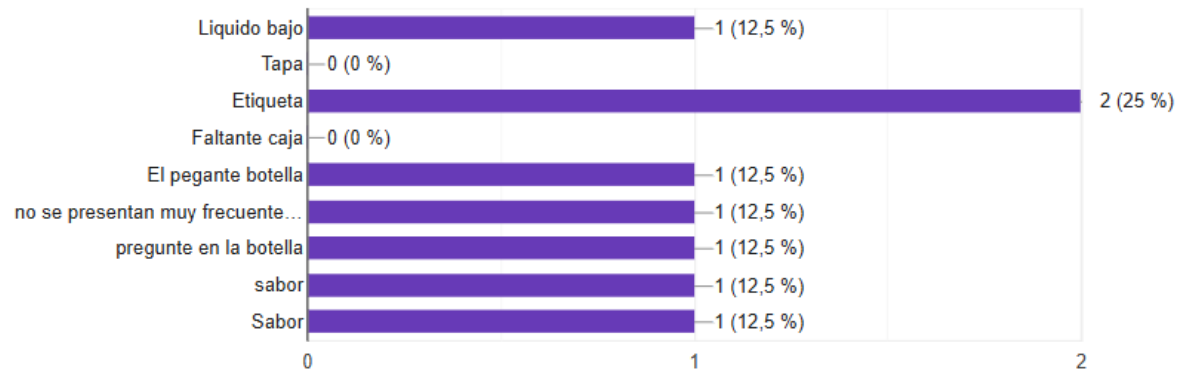
Las personas que contestaron que era regular comentan que cada año los visitan, no contestan cuando llaman es una lucha por las trabas de los pedidos.

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 80 de 126

 Copiar gráfico

Cuales es el reclamo más frecuente que se presentan en los productos de la Industria Licorera del Cauca

8 respuestas

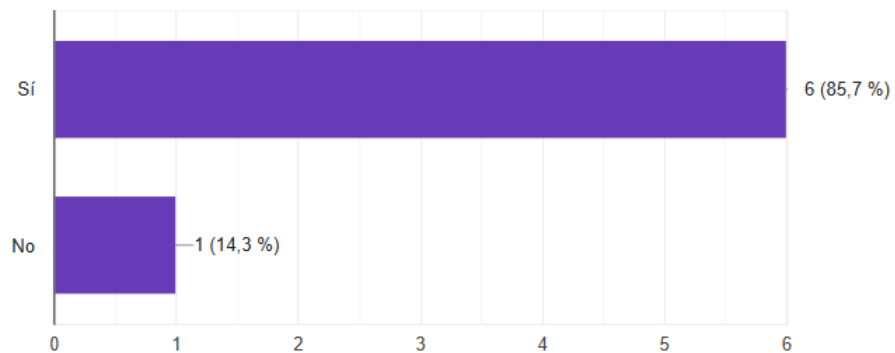


El reclamo más frecuente que dicen los proveedores es la Etiqueta con un 25 % y con un porcentaje igual de 12,5 % el líquido bajo, el pegante de la botella, no se presentan muy frecuentemente, pegante de la botella, sabor.

Los reclamos se los entregan oportunamente

 Copiar gráfico

7 respuestas



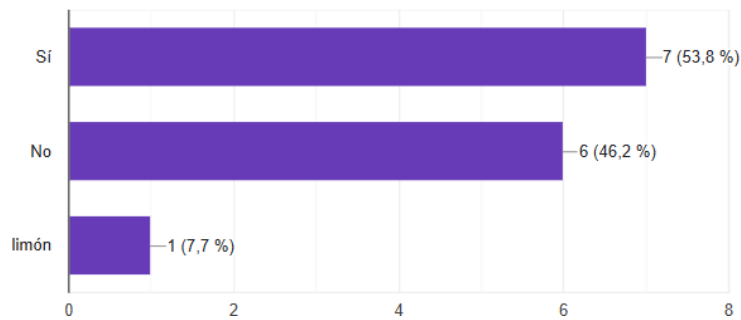
	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 81 de 126

En la pregunta los reclamos se entregan oportunamente el 65,7 % de proveedores contestaron sí con un no de 14,3 %.

¿Tienen conocimiento que la Industria Licorera ha sacado al mercado nuevos productos?

[Copiar gráfico](#)

13 respuestas

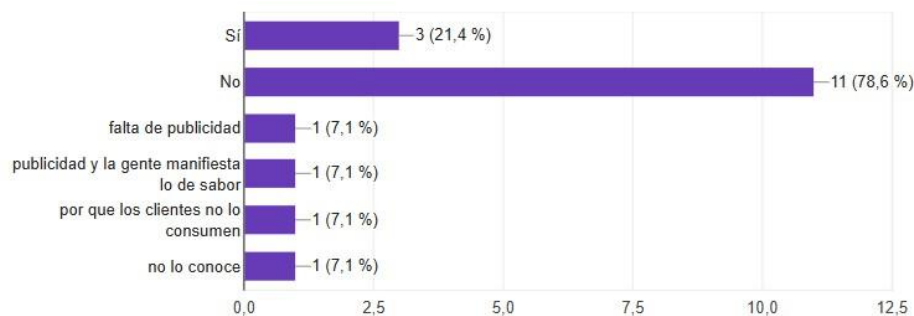


En la gráfica anterior, se observa que el 53,8 % de los proveedores conocen los nuevos productos de la ILC y resaltan el Aguardiente sabor Limón con un 46,2 % de no conocer los productos nuevos.

¿El aguardiente en presentación tetrapack tiene buena rotación?

[Copiar gráfico](#)

14 respuestas

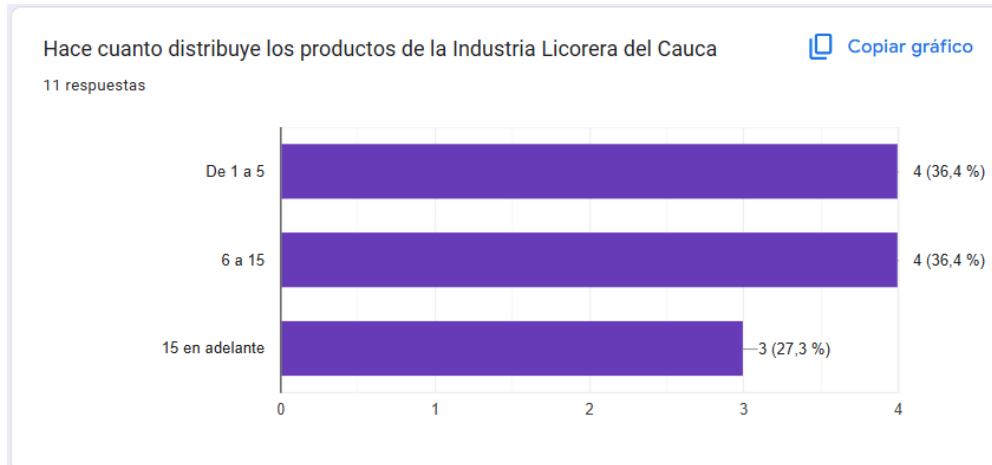


Se observa que la presentación tetra pack no tiene rotación con 78,6 % y un 21,4 % que sí hay rotación, el porcentaje mayor es porque los proveedores comentan que falta de publicidad en el producto y al no conocer las personas no lo consumen.

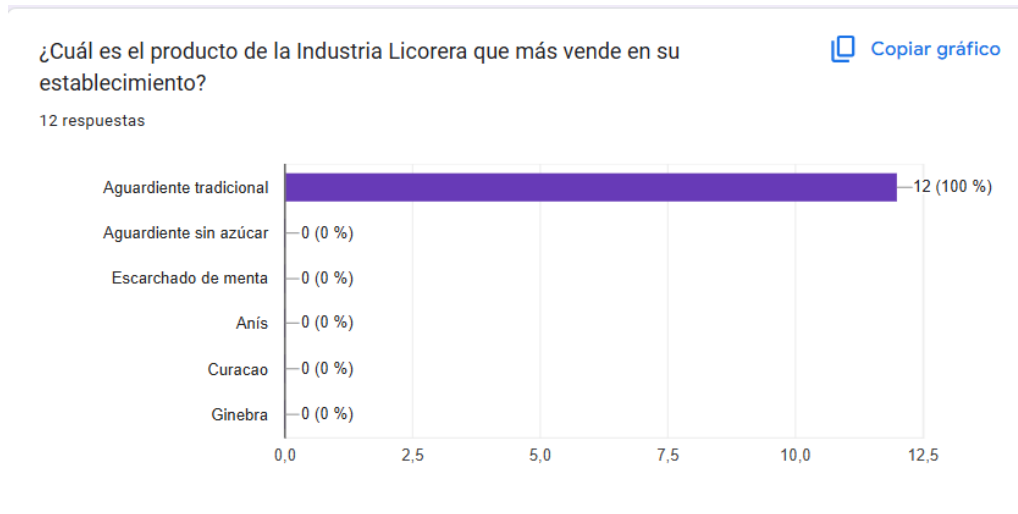
	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 82 de 126

ANALISIS DE ENCUESTA DE SUBDISTRIBUIDORES

La muestra se dio en el Municipio de Guapí con un total de 12 establecimientos que realizan la subdistribución de los productos de ILC



En la gráfica anterior, el 36,4 % de los subdistribuidores venden y comercializan los productos uno a cinco años y de seis a quince años, con un 27,3 % lo venden hace quince años en adelante



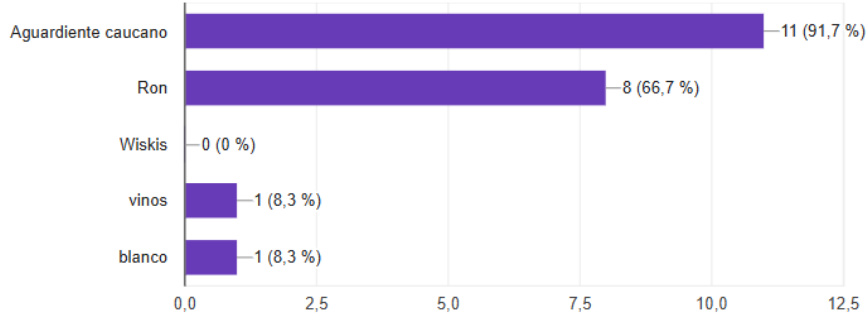
Se puede observar que el aguardiente tradicional se vende más que los otros productos con un 100 %

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 83 de 126

En el ramo de licores en escala de 1 a 3 cual es de mayor rotación en su establecimiento, don n1 es de mayor rotación y 3 de menor rotación

[Copiar gráfico](#)

12 respuestas

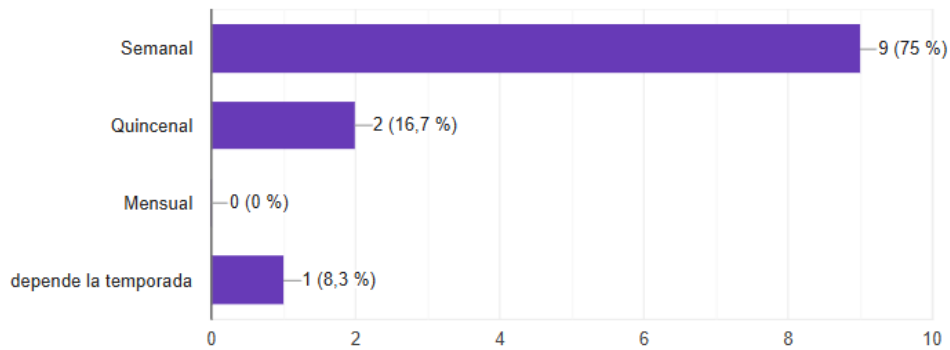


Se puede observar que el aguardiente tradicional tiene una mayor rotación entre los subdistribuidores con el 91,7 % seguido del 66,7 % del Ron.

Con que frecuencia compra los productos de la Industria Licorera del Cauca

[Copiar gráfico](#)

12 respuestas



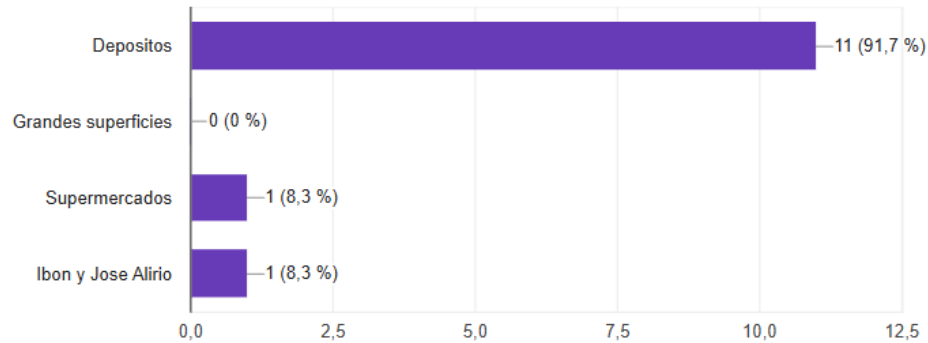
En la gráfica anterior, se observa que la compra de los productos de la ILC que realizan la muestra es de 75 % semanal y 16,7 % quincenal.

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 84 de 126

A quien le compra usted los productos de la Industria Licorera del cauca?

[Copiar gráfico](#)

12 respuestas

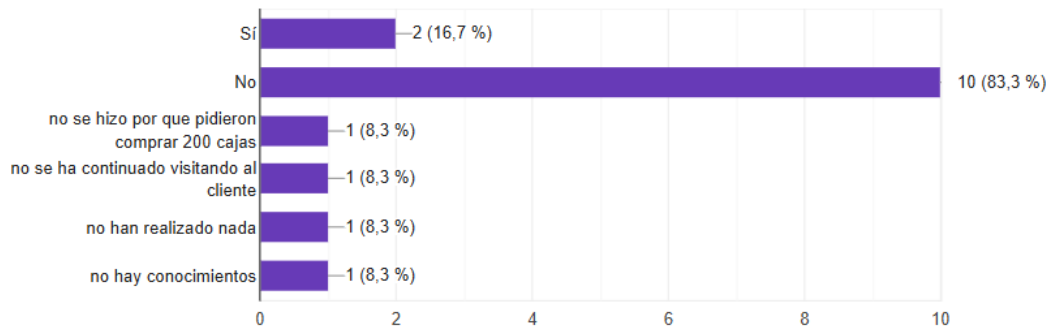


Se observa que el 91,7 % de los sub proveedores lo realizan con los depósitos y 8,3 % a Supermercados.

En algún momento usted a solicitado apoyo para comercializar los productos de la Industria Licorera del Cauca

[Copiar gráfico](#)

12 respuestas



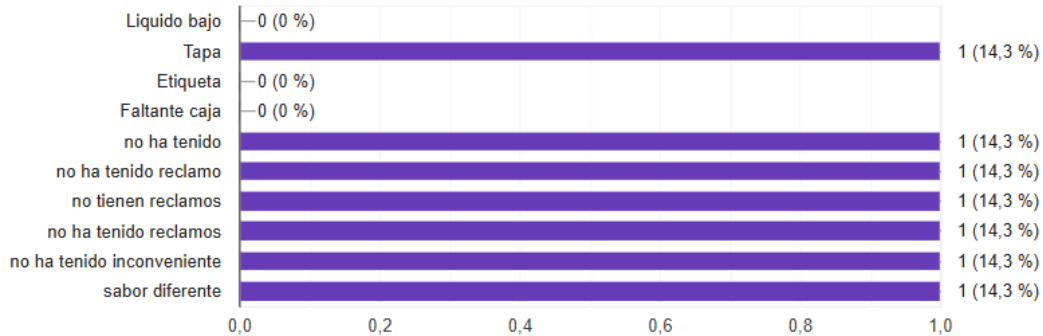
En algún momento usted ha solicitado apoyo para comercializar los productos de la ILC es, No 83,3 % con el 16,7 % que sí.

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 85 de 126

Cual es el reclamo mas frecuente que se presenta en los productos de la Industria Licorera del Cauca

[Copiar gráfico](#)

7 respuestas

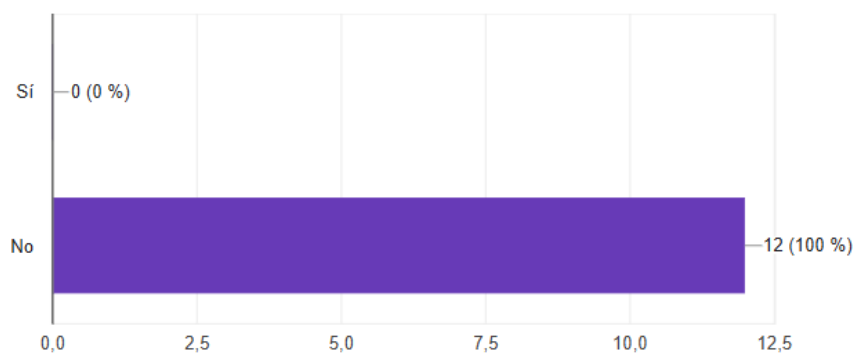


En la gráfica anterior, se observa que hay un empate con los reclamos frecuentes que se presentan en los productos de la ILC con 14,3 % de Tapa, No ha tenido, no tiene reclamos, no ha tenido inconveniente y sabor diferente.

Tiene conocimiento que la Industria Licorera ha sacado al mercado nuevos productos

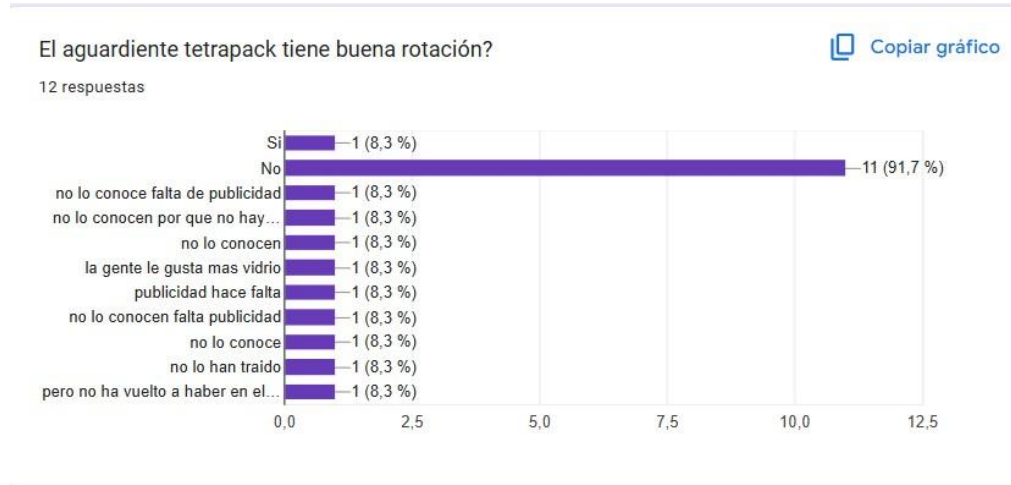
[Copiar gráfico](#)

12 respuestas



	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 86 de 126

En la gráfica anterior, se observa que el 100 % de los subproveedores no conocen los nuevos productos de la ILC.



Se observa que la presentación tetra pack no tiene rotación con 91, 7 % y un 8,3 % que sí hay rotación, el porcentaje mayor es porque los subproveedores comentan que falta de publicidad, no lo conocen, la gente le gusta más vidrio, no lo han traído y no lo han vuelto a traer.

DESEMPEÑO DE LOS PROCESOS

1. Estado de Avance de los Planes de Acción 2024 según la Matriz del Plan Estratégica por Dimensión y Homologación a las Líneas Estratégicas de la Propuesta de Ajuste al Plan Estratégico

1.1. Homologación de Estructuras de Plan Estratégico Aprobado y Ajuste a Plan Estratégico

1.1.1 Estructura Plan Estratégico Aprobado

Tabla 5 Estructura Plan Estratégico Aprobado

EJE ESTRATEGICO	POLITICAS	DIVISIÓN/SECCIÓN	PLANES
DIMENSION TALENTO HUMANO	POLITICA DE BIENESTAR SOCIAL	TALENTO HUMANO	Plan de Bienestar Social e Incentivos
	POLITICA DE GESTION DEL TALENTO HUMANO		Plan Estratégico de Talento Humano
	POLITICA DE INTEGRIDAD		Plan de Integridad de la Industria Licorera del Cauca
	POLÍTICA DE PREVENCIÓN DE CONSUMO DE ALCOHOL,		Plan de Prevención de Consumo de Alcohol , Tabaco y Sustancias Psicoactivas

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 87 de 126

EJE ESTRATEGICO	POLITICAS	DIVISIÓN/SECCIÓN	PLANES		
	TABACO Y SUSTANCIAS PSICOACTIVAS		Plan de Salud y Seguridad en el Trabajo		
	POLITICA SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO		Plan de Presentación de Informes de Ley		
DIMENSION CONTROL INTERNO	POLITICA DE CONTROL INTERNO	CONTROL INTERNO	Plan ,Procedimiento de relacionamiento con entes externos de control		
			Plan Anual de Auditorias		
DIMENSION DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO	POLITICA DE CONTINUIDAD DEL NEGOCIO	DIVISIÓN COMERCIALIZACIÓN	Plan de Continuidad del Negocio		
	POLITICA DE COMPRAS Y CONTRATACION PUBLICA	DIVISIÓN JURÍDICA	Plan de Compras y Contratación Publica		
	POLITICA DE GESTION PRESUPUESTAL Y EFICIENCIA EN EL GASTO PUBLICO		DIVISION ADMINISTRATIVA	Plan Anual de Adquisiciones	
				Plan de Almacén e Inventarios	
				Plan de Construcción y/o Adquisición de Infraestructura Física	
				Plan de Producto Terminado en Inventarios	
				Plan de logística del parque automotor de la ILC.	
				Plan de Manejo Ambiental de la Industria Licorera del Cauca	
				MANTENIMIENTO	Plan de Mantenimiento y Mejoramiento de la Infraestructura de la Empresa
				DIVISIÓN PRODUCCIÓN	Plan de Producción Industria Licorera del Cauca
					Plan de Economía Circular
				DIVISIÓN ADMINISTRATIVA	Plan de Responsabilidad Social Empresarial
			Plan de Tesorería		
		Plan financiero de La Industria Licorera del Cauca			
POLITICA DE PLANEACIÓN INSTITUCIONAL		DIVISIÓN PLANEACIÓN	Plan Anticorrupción y Atención al Ciudadano		
			Plan Estratégico Industria Licorera del Cauca Vigencia 2023-2026		
DIMENSION GESTION CON VALORES DE RESULTADOS	POLITICA DE DEFENSA JURIDICA	DIVISIÓN JURIDICA	Plan de Asesorías, convenios , alianzas , apoyo jurídico		
			Plan de Contratación de la Industria Licorera del Cauca		
			Plan de Control Interno Disciplinario		
			Plan de Defensa Judicial		
	POLITICA MEJORA NORMATIVA			Plan de Mejora Normativa	
	POLITICA DE FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL Y SIMPLIFICACION DE PROCESOS		DIVISIÓN PLANEACIÓN	Plan de Fortalecimiento Institucional y Simplificación de Procesos	
				Plan de sistema de gestión de la calidad	
	POLITICA DE GOBIERNO DIGITAL GOBIERNO DIGITAL			Plan Institucional PETI (Plan Estratégico de Tecnologías de la Información)	
POLITICA DE PARTICIPACION CIUDADANA EN LA GESTION PUBLICA			Plan Contra la Adulteración y Contrabando		
POLITICA DE RACIONALIZACION DE TRAMITES		DIVISIÓN PLANEACIÓN	Plan de Racionalización de Tramites		

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA		
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION		
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021

EJE ESTRATEGICO	POLITICAS	DIVISIÓN/SECCIÓN	PLANES
	POLITICA DE SEGURIDAD DIGITAL	DIVISIÓN PLANEACIÓN -GESTIÓN TECNOLÓGICA	Plan de Seguridad y Privacidad de la Información
	POLITICA DE SERVICIO CIUDADANO	DIVISIÓN COMERCIALIZACIÓN	Plan de Nuevos Productos
			Plan de Apertura de Mercados de la Industria Licorera del Cauca
		CONTROL DE CALIDAD	Plan de Comercialización y Mercadeo Departamento del Cauca Impreso de 2019
	POLITICA DE TRANSPARENCIA, ACCESO A LA INFORMACION PUBLICA Y LUCHA CONTRA LA CORRUPCION	DIVISIÓN PLANEACIÓN	Plan Integral de Control de Calidad de Productos de la ILC
DIMENSION GESTION DEL CONOCIMIENTO Y LA INNOVACION	POLITICA DE GESTION DEL CONOCIMIENTO Y LA INNOVACION	TALENTO HUMANO	Plan de Transparencia y Acceso a la información
			Plan de Capacitación y Formación
DIMENSION INFORMACION Y COMUNICACIÓN	POLITICA DOCUMENTAL	Prensa y Comunicaciones	Plan de Previsión de Recursos Humanos
		DIVISIÓN COMERCIALIZACIÓN	Plan de Comunicación Interna/ externa
		Prensa y Comunicaciones	Plan de Marketing Digital
		DIVISIÓN ADMINISTRATIVA	Plan de Medios de la Industria Licorera del Cauca
			Plan Institucional de Archivo Pinar

Fuente: División Planeación

Esta estructura se complementa con los Ejes Estratégicos o Líneas Gruesas descritas en el primer acápite de este documento. Y a partir de esta estructura se tiene diseñado el plan de acción.

El ajuste se plantea de la siguiente manera:

2.2.2. Estructura del Ajuste al Plan Estratégico



	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 89 de 126

MAPA ESTRATÉGICO



Fuente División Planeación

La matriz estratégica ajustada - homologada es la siguiente:

No.	PERSPECTIVA	LINEA ESTRATEGIA	DIVISION O SECCION LIDER	FACTORES CRITICOS DE EXITO	ESTRATEGIA	OBJETIVO ESTRATEGICO SUPERIOR	INDICADOR CLAVE DE DESEMPEÑO PRINCIPAL- KPI (Key Performance Indicator)	Unidad de Medida	Fórmula del Indicador	META 2025-2027
1	FINANCIERA	SABORES QUE UNEN EL IMPULSO ECONOMICO	Financiera	Incremento de ingresos Control de costos Rentabilidad Optimización de recursos financieros	Optimización de la rentabilidad	Mejorar la rentabilidad operativa mediante la reducción de costos y la optimización del uso de capital	Margen Bruto	Porcentaje	Ingresos Operacionales- Costos de Bienes/Ingresos Operacionales	>=55%
2	CLIENTES	SOMOS LA INDUSTRIA DE LOS SABORES QUE UNEN	Comercialización	Incremento de ventas Expansión de canales de ventas Calidad en el servicio al cliente Estrategias de Branding y fidelización Posicionamiento del Mercado	Branding, posicionamiento y fidelización en el mercado, local, nacional e internacional	Incrementar la venta de licores fortaleciendo el mercado local, e incursionando en el mercado nacional, e internacional	Cantidad de botellas vendidas	Unidades	Número de unidades vendidas	10,824,240

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 90 de 126

No.	PERSPECTIVA	LINEA ESTRATEGIA	DIVISION O SECCION LIDER	FACTORES CRITICOS DE EXITO	ESTRATEGIA	OBJETIVO ESTRATEGICO SUPERIOR	INDICADOR CLAVE DE DESEMPEÑO PRINCIPAL- KPI (Key Performance Indicator)	Unidad de Medida	Fórmula del Indicador	META 2025-2027
3	PROCESOS INTERNOS	PRODUCIMOS LICORES CON LA FUERZA QUE NOS UNE	Planeación		Articulación estratégica de los procesos de producción, Comercialización y Financiera, mediante el diseño e implementación de instrumentos de planificación y seguimiento y análisis de datos para facilitar la toma de decisiones que garanticen la sostenibilidad empresarial	Asegurar la alineación eficiente de todos los recursos y procesos de la empresa para el cumplimiento de las metas del plan estratégico y satisfacer la demanda del mercado, maximizar la rentabilidad, reducir costos operativos y fortalecer la sostenibilidad a largo plazo.	Porcentaje de seguimiento a la ejecución del plan estratégico y el cumplimiento de sus metas y a los planes de acción alineados y articulados	Porcentaje	Número de seguimientos realizados /Número de seguimientos programados	100%
			Gestión de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones	Innovación y Desarrollo Eficacia Administrativa Reducción de Tiempos de Ciclo Eficacia Operativa Eficacia Operativa Eficacia Administrativa Tiempo de entrega a clientes Control de Calidad	Transformación Digital Integral	Optimizar el uso de la tecnología en la Industria para generar valor, mejorar la competitividad, y alcanzar metas organizacionales de manera eficiente y sostenible	Porcentaje del tiempo operativo que los sistemas críticos están operativos. Estándar >98%.	Porcentaje	Tiempo Total Disponible/ Tiempo de Operación Real	98%
			Gestión de la Calidad		Implementación de un Sistema de Gestión de Calidad Integrado promoviendo la excelencia en los procesos, cumpliendo con los estándares nacionales e internacionales y satisfaciendo las expectativas de los clientes.	Asegurar la calidad consistente de los productos, optimizar los procesos internos, cumplir con las regulaciones legales y fortalecer la confianza del cliente mediante un enfoque en la mejora continua	Porcentaje de cumplimiento de los requisitos del Sistema de Gestión de Calidad según ISO 9001:2025	Porcentaje	Número de requisitos cumplidos/ Número de requisitos verificados por auditor externo	100%
			Comunicaciones		Implementación de estrategias para la comunicación asertiva en los ámbitos de la comunicación organizacional interna, comunicación externa institucional y marketing de productos.	Implementar estrategias efectivas para transformar la percepción de la empresa de una entidad pública tradicional a una empresa competitiva y moderna en el mercado, local, nacional e internacional de licores	Porcentaje de estrategias implementadas	Porcentaje	Número de estrategias implementadas/Número de estrategias diseñadas	100%
			Producción		Optimización del proceso de producción con sostenibilidad ambiental	Fortalecer la capacidad de respuesta al mercado de la ILC para producir las unidades de licor	Número de unidades de licor producidas	Número	Número de unidades producidas	11,424,240

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 91 de 126

No.	PERSPECTIVA	LINEA ESTRATEGIA	DIVISION O SECCION LIDER	FACTORES CRITICOS DE EXITO	ESTRATEGIA	OBJETIVO ESTRATEGICO SUPERIOR	INDICADOR CLAVE DE DESEMPEÑO PRINCIPAL- KPI (Key Performance Indicator)	Unidad de Medida	Fórmula del Indicador	META 2025-2027
						proyectadas para las ventas según demanda del mercado optimizando materias primas y mano de obra				
			Mantenimiento		Mantenimiento proactivo, predictivo y preventivo	Maximizar la disponibilidad y eficiencia de la maquinaria y los equipos de la ILC	Porcentaje de disponibilidad	Porcentaje	Tiempo total de operación / tiempo total de operación +paradas	Entre 90%<94%
			Administrativa		Gestión integral de recursos físicos y humanos enfocados a desarrollo óptimo de la cadena logística	Optimizar la eficacia administrativa (operativa) de la ILC	Eficacia administrativa	Porcentaje	Procesos administrativos ejecutados / Procesos administrativos programados	>=95%
			Control de Calidad		Estandarización de la calidad para la competitividad	Implementar sistemas de control de calidad rigurosos para asegurar que todos los productos cumplan con los estándares internos y externo	Porcentaje de no conformidades	Porcentaje	Número total de no conformidades/ Número de lotes evaluados	Entre 1% y 5%
			Jurídica		Seguridad y cumplimiento normativo, regulatorio	Proporcionar asesoría legal en decisiones estratégicas, como adquisiciones, alianzas, contrataciones y expansión de mercados de la ILC	Legalidad en procesos jurídicos, legales, contractuales	Porcentaje	Número de procesos jurídicos, legales y contractuales legalizados/Número de procesos jurídicos, legales y contractuales a legalizar	100%
4	APRENDIZAJE Y CONOCIMIENTO	APRENDIZAJE Y CONOCIMIENTO QUE NOS UNE	Talento Humano	Desarrollo del talento humano Mejora continua Cultura organizacional proactiva orientada al aprendizaje	Liderazgo, cultura organizacional, gestión del cambio, integridad y excelencia	Fortalecer las estrategias para fomentar la gestión del talento humano enfocada hacia una cultura organizacional positiva y proactiva dispuesta al crecimiento, a la innovación y a la sostenibilidad empresarial	Porcentaje de planes y programas implementados para fortalecer el talento humano	Porcentaje	Actividades de planes y programas ejecutadas/Actividades de planes y programas programadas	100%
5	TRANSVERSAL	SABORES QUE UNEN EL DESARROLLO SOCIAL Y LA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL	Todas las Divisiones	Dialogo, Comunicación Asertiva y adecuados procesos de resolución de conflictos	Innovación social desde la educación, la salud , el deporte y el cuidado del ambiente	Aportar al desarrollo y a la innovación social promoviendo la participación comunitaria, la construcción de paz entorno a la educación, la salud, el deporte y la sostenibilidad ambiental	Porcentaje de proyectos implementados	Porcentaje	Actividades de proyectos implementadas/ Actividades de proyectos programadas	100%

Fuente División Planeación



INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA

ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION

Código
DO-GE-13

Versión
02

Fecha vigencia
Marzo 30 de 2021

Página
92 de 126

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA		
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION		
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021

Realizando el ajuste y homologación entre las dos matrices estratégicas se tiene que los avances en los planes de acción por proceso son los siguientes:

1.1. Informe de Avance de Planes de Acción por Perspectiva y por Proceso:

Perspectiva Financiera:	SABORES QUE UNEN EL IMPULSO ECONOMICO
Dimensión:	DIMENSION DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO
Política:	POLITICA DE GESTION PRESUPUESTAL Y EFICIENCIA EN EL GASTO PÚBLICO
Meta 2024:	MARGEN BRUTO SUPERIOR AL 55%
Meta alcanzada 2024:	MARGEN BRUTO 55%
División:	FINANCIERA

El objetivo estratégico de la División financiera definido para la vigencia 2024 fue: Mejorar la rentabilidad operativa mediante la reducción de costos y la optimización del uso de capital logrando un margen bruto superior al 55%. De este objetivo se derivan 7 objetivos específicos; los cuales cuentan con indicadores que permiten medir la gestión; adicionalmente se plantean las acciones, con sus respectivos objetivos indicadores de producto: cuyo resultado depende del cumplimiento de la operatividad de cada proceso.

De lo anterior y teniendo en cuenta la verificación de información, la División de Planeación destaca la siguiente gestión de la División Financiera:

- Respecto al ajuste presupuestal de la vigencia 2024, Se realizó en primer momento con la Junta Directiva Acta N° 2 del 24 de mayo de 2024, en la cual se origina para realizar un traslado presupuestal para fortalecer la cadena logística, respecto al aumento de la capacidad de bodegaje para materia prima y producto terminado y por ende una capacidad instalada en temas de infraestructura; permitiendo disminuir en el mediano plazo gastos de arrendamiento por bodegas.

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 94 de 126

- En segundo momento del ajuste presupuestal, se realizó con Junta Directiva Acta N° 4 del 28 de Septiembre de 2024 se trató el tema de un ajuste presupuestal en el que tiene en cuenta que: el valor de la disponibilidad final de la vigencia 2023, se le resta el valor presupuestado para la vigencia 2024 como disponibilidad inicial, obteniendo como resultado una reducción por el valor de 2.289.037.515; lo cual significa una reducción del 6.7% de la disponibilidad inicial.

En junta directiva N° 5 del 19 de diciembre de 2024, se realizó la socialización del informe presupuestal financiero con corte a noviembre de 2024. En este informe se explica la conformación detallada del presupuesto por Divisiones/secciones, así mismo se expone la conformación de gastos, en la cual se muestra como estrategia de austeridad el aplazamiento de la ejecución de gastos, motivada como una medida preventiva ante la situación de bajas en las ofertas mercantiles y recursos sobre los cuales aplicaría la propuesta de reducción de recursos al interior de las Divisiones y Secciones. Adicionalmente se presenta el Proyecto de ajuste al presupuesto de la vigencia 2024.

De acuerdo a los seguimientos presupuestales realizados durante la vigencia 2024 en los Comités de Gerencia, se realizaron las siguientes actividades:

- * Se socializó el presupuesto 2024 de la Industria Licorera del Cauca, aprobado por junta Directiva el 28 de diciembre de 2023 y se formalizó el Presupuesto por medio de Acuerdo 001 de 2024 del 02 de enero de 2024.
- * Se hizo entrega a las Divisiones, secciones y áreas la herramienta de seguimiento al Presupuesto 2024, integrada por cada uno de los rubros presupuestales y el monto correspondiente.
- * En los Comités de Gerencia se manifestó por parte del Jefe de la División Financiera, la importancia de realizar el seguimiento a los gastos que cada División, sección o área; con el fin de priorizar gastos e inversiones para así ser más eficientes con los recursos.
- * Producto de los seguimientos, se realizaron balances acerca de ingresos por ventas y producto de ello se toma la decisión de aplicar estrategia de austeridad en el gasto que consistía en congelar recursos (dar una espera a ese gasto, sabiendo aún que es importante aplazarlo para otro momento de la vigencia; sin embargo, éste tiene una prioridad de ejecución ya que puede afectar el cumplimiento de las metas u objetivos establecidos) y reducir (recursos que se consideraron de baja relevancia ejecutar durante la vigencia), como una forma responsable del manejo de los recursos.

Se realizaron mesas de trabajo con el fin de entender, analizar y tomar decisiones que permitieron la eficiencia de los recursos financieros. En dichas mesas de trabajo se

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA		
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION		
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021

identificaron los costos de producción (especialmente los costos de materia prima y personal) planteados para la vigencia 2024; lo cual permitió una negociación con los proveedores de materia prima, en la que impactó de manera positiva, teniendo en cuenta que los precios fueron favorables para la factoría.

Sin embargo, de acuerdo a los seguimientos de ingresos y gastos y el comportamiento del mercado, se tomaron decisiones que exigieron cambios en la operatividad de la cadena productiva; dejando como resultado el cambio de actividades programadas al inicio de la vigencia, pero no perdiendo de vista el cumplimiento de metas y objetivos institucionales.

Respecto al recaudo de los ingresos, la factoría se encuentra a la espera del cierre fiscal; para así, realizar un comparativo y analizar con los ingresos presupuestados para la vigencia 2024.

Durante la vigencia 2024, se realizaron reportes oportunos a entes de control y demás entidades que lo requirieron (informes CUIPO, CHIP, Contraloría General del Cauca, Contraloría General de la Republica, Contaduría General, SIA Observa, Superintendencia de Salud, Secretaria de Hacienda, Junta Directiva durante la vigencia 2.024 . Los reportes de ACIL y Reporte DANE hasta el mes de noviembre de 2024.)

Se realizó durante la vigencia 2024, el fortalecimiento de capacidades del personal de la División Financiera (Contable y presupuestal) de la Industria Licorera del Cauca; esto por medio de capacitaciones en temas específicos que permitieron el desarrollo adecuado de las actividades propias de la División para el cumplimiento de las metas y los objetivos institucionales.

Se realizaron las gestiones pertinentes que garantizaron el cumplimiento de las obligaciones financieras inherentes a las responsabilidades y competencias de la empresa; como es el caso de la propuesta a Junta Directiva Acta N° 3 del 3 de julio de 2024, en la que como punto 3 se propone Distribución de Excedentes, proponiendo 3 giros durante la vigencia 2024. Sin embargo, se realizaron dos giros en el mes de Diciembre de 2024 por valor de \$ 4.383.717.921 y saldo pendiente en resolución de cuentas por pagar de la vigencia 2024 y que serán pagadas en la vigencia 2025, por valor de: \$4.172.381.200 (aprobado por la Junta Directiva, acta N° 6 del 30 de diciembre de 2024)

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA		
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION		
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021

Perspectiva Clientes:	SOMOS LA INDUSTRIA DE LOS SABORES QUE UNEN
Dimensión:	DIMENSION GESTION CON VALORES DE RESULTADOS DIMENSION INFORMACION Y COMUNICACIÓN
Política:	POLITICA DE SERVICIO CIUDADANO
Meta 2024:	Incrementar 6.25% (4.000.000 de unidades 750 c.c Vendidas) Disminución Meta de Venta a 3.400.000 Unidades 750 c.c
Meta alcanzada 2024	3.203.463 unidades 750 Vendidas 750 c.c. Disminución del 17.8% respecto a las ventas de la vigencia 2023
División:	Comercialización

El objetivo estratégico de la División de comercialización definido para la vigencia 2024 fue: Implementar estrategias de mercadeo para incrementar las ventas de licores que produce la Industria Licorera del Cauca. De este objetivo se derivan 4 objetivos específicos; los cuales cuentan con indicadores que permiten medir la gestión; adicionalmente se plantean las acciones, con sus respectivos objetivos indicadores de producto: cuyo resultado depende del cumplimiento de la operatividad de cada proceso.

La División de Comercialización cuenta con un instrumento de seguimiento a cada uno de los Distribuidores que integran las dos ofertas mercantiles.

Este seguimiento se ha socializado en Comités de Gerencia con el fin de entender el comportamiento del mercado y así tomar decisiones de fondo para asegurar el cumplimiento de las ofertas mercantiles. Sin embargo, durante el seguimiento se identificó bajas significativas en el cumplimiento de lo pactado en las ofertas mercantiles, obligando así a generar alternativas para motivar las ventas como:

* Realizar nuevas negociaciones para así minimizar el impacto en la meta inicial establecida con las ofertas mercantiles.

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA		
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION		
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021

* Y por último iniciar la búsqueda, acercamiento y formalización de nuevos clientes.

El seguimiento realizado por la División de Planeación ha sido apoyado en bases de datos de las ventas de la Plataforma Apoteosys, y en esta se identifica que: la disminución de las ventas en los años 2023 y 2024 respecto al año 2022 y las variaciones porcentuales de las ventas anuales de -1.9% y – 17.8 % que se observan en la gráfica entre 2022 y 2023 y entre 2023 y 2024 respectivamente, indican una tendencia marcada de disminución de las ventas representadas en 75.691 unidades y 693.367 unidades respectivamente.

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

El objetivo estratégico del proceso de Comunicaciones definido para la vigencia 2024 fue: Fortalecer la imagen de marca, el branding promoviendo productos de manera responsable y mantener una comunicación efectiva con todas las partes interesadas para el posicionamiento de la empresa en el mercado y el respaldo de los objetivos comerciales y éticos de la industria. De este objetivo se derivan 5 objetivos específicos; los cuales cuentan con indicadores que permiten medir la gestión; adicionalmente se plantean las acciones, con sus respectivos objetivos indicadores de producto: cuyo resultado depende del cumplimiento de la operatividad de cada proceso.

Producto de la verificación y análisis se evidenció:

Se realizaron actividades que permitieron incrementar el número de seguidores en las diferentes redes sociales; estas actividades fueron debidamente planificadas y ejecutadas; por

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA		
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION		
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021

ello, las campañas en plataformas digitales alcanzaron más de 2 millones de usuarios acumulados.

Se diseñaron y publicaron piezas publicitarias como parte de las estrategias digitales; en ellas se ven reflejadas las características relevantes de los productos y a su vez se generó el momento de recordación de la marca en los diferentes escenarios que se podrían consumir nuestros productos. Por ello, se identifica que los concursos y promociones (junio-julio): "El Hincha más fiel" generó una alta interacción gracias a dinámicas participativas y contenidos audiovisuales, logrando un alcance de 369.582 usuarios y 21.838 interacciones.

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**

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA		
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION		
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021

Meta 2024 PLANEACION:

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 Alcanzada 2024: 100%

Meta 2024 Sistema de Gestión de Calidad: **PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO DE LOS REQUISITOS DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD SEGÚN ISO 9001:2015**

Meta Alcanzada 2024: 95%

Meta 2024 Gestión Tecnológica: **PORCENTAJE DEL TIEMPO OPERATIVO QUE LOS SISTEMAS CRÍTICOS ESTÁN OPERATIVOS**

Meta Alcanzada 2024: 98%

División: **DIVISIÓN PLANEACIÓN**

Diseñar y coordinar estrategias integrales que optimicen los recursos, fortalezcan la competitividad y promuevan el crecimiento sostenible de la licorera, mediante el análisis de datos, la identificación de oportunidades de mercado y la implementación de planes estratégicos alineados con los objetivos organizacionales. De este objetivo se derivan 7 objetivos específicos; los cuales cuentan con indicadores que permiten medir la gestión; adicionalmente se plantean las acciones, con sus respectivos objetivos indicadores de producto: cuyo resultado depende del cumplimiento de la operatividad de cada proceso.

La gestión de la División de Planeación, respecto al Plan Estratégico 2023-2026, 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

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA		
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION		
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021

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 naturaleza 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.

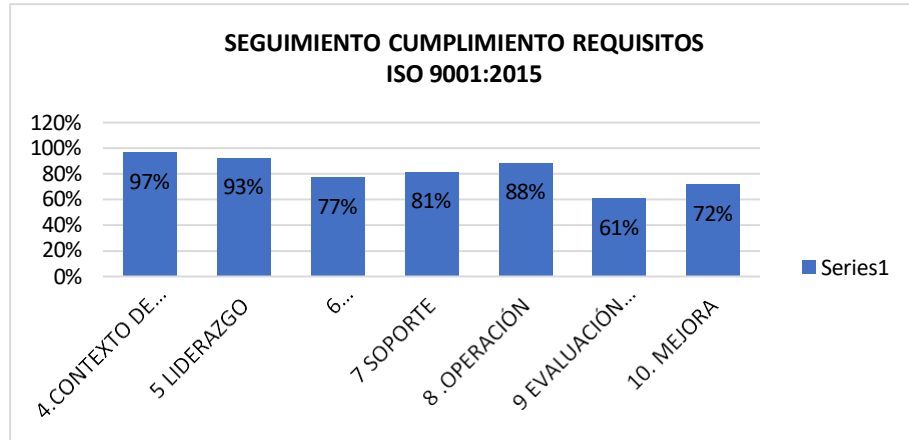
Sin embargo; de acuerdo a las labores de monitoreo que debe realizar la División de Planeación se obtuvo el siguiente resultado:

- 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%

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.

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA		
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION		
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021



- Seguimiento al Plan de Mejoramiento de Invima - Resultado de visita entre el 4 y 8 de marzo de 2024 Oficio Comisorio N° 7306-421-2024, con Formato Acta de visita de certificación en buenas Prácticas de Manufactura (BPM) a establecimientos que fabriquen, elaboren, hidraten y envasen bebidas alcohólicas. Las acciones de mejoramiento se identificaron por proceso y a partir de esto, se generaron compromisos de ejecución de actividades con sus respectivos soportes o indicaciones de donde reposan soportes. Resultado del Plan de Acción se puede verificar en archivo con nombre: ILC - Plan de Accion_ObservacionesInvima_2024 Monitoreo Planeación.

NOTA: De acuerdo a las labores técnicas de seguimiento que realizó el Proceso de Control de Calidad, la ejecución de actividades de los diferentes procesos y el seguimiento al Plan de Acción INVIMA, se logró mantener la Certificación BPM - Concepto Favorable con observaciones, como se puede verificar en Oficio Comisorio N° 7306 1407-2024, con Formato Acta de visita de certificación en buenas Prácticas de Manufactura (BPM) a establecimientos que fabriquen, elaboren, hidraten y envasen bebidas alcohólicas.

- Seguimiento para identificar el nivel de avance respecto a la actualización de documentos que hacen parte del Sistema de Gestión de Calidad (Intranet) Vs. los requerimientos de la Norma ISO 9001:2015, se elaboró:
 1. Inventario de documentos (procedimientos, formatos, políticas, instructivos y otros) que integran la INTRANET.
 2. Se generó el conteo de documentos que integran la intranet teniendo en cuenta los procesos, tipología del documento y año de formalización.
 3. Documento de observaciones en el que se manifiestan las mejoras inmediatas que puede venir adelantando la persona encargada de apoyar la actualización Sistema de Gestión de Calidad.

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 102 de 126

- Por último, Se realizaron seguimientos trimestrales a mapas de riesgos institucionales (gestión y corrupción); del cual se identificó que en el mes diciembre se materializó un riesgo de gestión y uno de corrupción. Por lo tanto se convocó por parte de la División de Planeación a la División Administrativa para realizar la revisión de controles y medir su efectividad.

La División de Planeación (como segunda línea de Defensa) realizó labores de análisis a la información allegada y resultado de ello se relaciona a continuación:

El objetivo estratégico del Proceso Sistema de Gestión de Calidad definido para la vigencia 2024 fue: Integrar el Sistema de Gestión de Calidad SGC y demás sistemas como el Modelo Integrado de Gestión y Planeación para garantizar que todos los procesos y productos cumplan consistentemente con los estándares de calidad, los requisitos legales y las expectativas de los clientes, promoviendo la mejora continua en los procesos y procedimientos que se implementan. (Norma ISO 9001 de 2015 y Decreto 1499 de 2017). De este objetivo se derivan 7 objetivos específicos; los cuales cuentan con indicadores que permiten medir la gestión; adicionalmente se plantean las acciones, con sus respectivos objetivos indicadores de producto: cuyo resultado depende del cumplimiento de la operatividad de cada proceso.

Desde la División de Planeación se realizó un ejercicio de autocontrol o autoevaluación al Sistema de Gestión de la Calidad, en el que se tomaron los aspectos que integran la norma internacional Norma ISO 9001:2015. Para ello, se elaboró un instrumento que recopilara cada uno de los requisitos que integran esta Norma 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 a tanto a la documentación que soporta e integra el Sistema de Gestión de la Calidad; como a las acciones que nuestro personal realizó 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.

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA															
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION															
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021										Página 103 de 126			

Inventario de documentos que hacen parte del sistema de gestión de calidad (intranet)

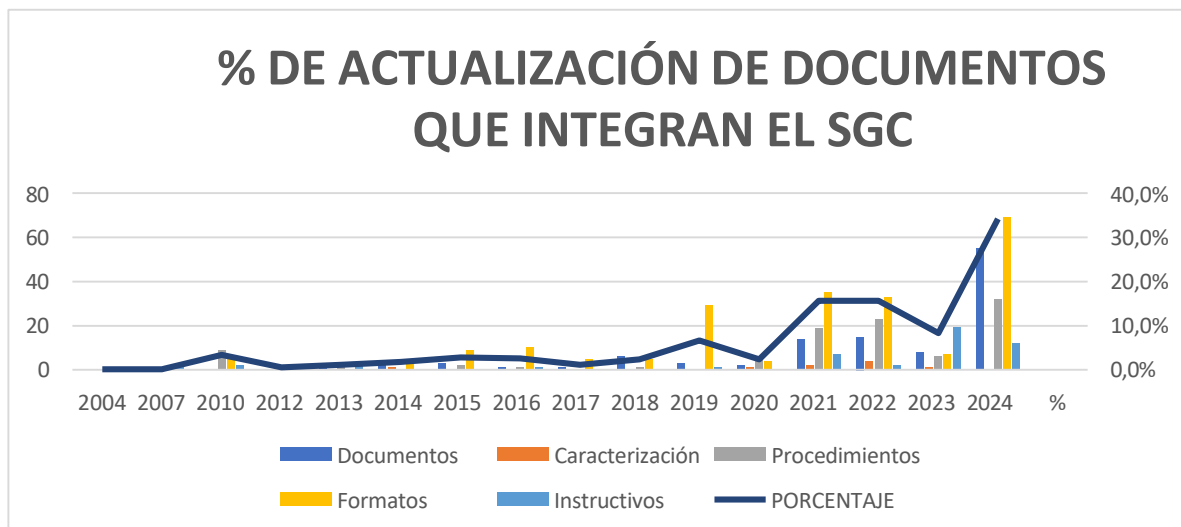
Documentos	2004	2007	2010	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	TOTAL	%
Documentos					2	3	3	1	1	6	3	2	14	15	8	55	113	23,06
Caracterización						1						1	2	4	1	0	9	1,84
Procedimientos			9		1		2	1		1		5	19	23	6	32	99	20,20
Formatos			6	2		5	9	10	5	5	29	4	35	33	7	69	219	44,69
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	

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

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA															
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION															
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021										Página 104 de 126			

Sub-proceso	2004	2007	2010	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	TOTAL	%
Financiera - Tesorería													2	1	1	5	9	1,8
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	



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

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 105 de 126

manifestar que se debe realizar una actualización de la documentación de aquellos procesos que registran documentos formalizados entra 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.) en el cual se pudo reflejar un avance en cuanto a la implementación del Modelo, tal y como se relaciona a continuación:

VIGENCIA EVALUADA	<u>2022</u>	<u>2023</u>	<u>AVANCE DE IMPLEMENTACIÓN</u>
PUNTAJE	75.9	77.2	1.3%

Sin embargo, a continuación se relaciona las variaciones respecto a los resultados obtenidos por Dimensión y Políticas:

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

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 106 de 126

DIMENSION	P. D 2022	P.D2023	POLITICA	P.P 2022	P.P 2023
<i>DIMENSIÓN GESTION CON VALORES PARA RESULTADOS</i>	74,7	71	FORTALECIMIENTO ORGANIZACIONAL Y SIMPLIFICACION DE PROCESOS	82,3	87,9
<i>DIMENSIÓN GESTION CON VALORES PARA RESULTADOS</i>			GOBIERNO DIGITAL	66,5	38,7
<i>DIMENSIÓN GESTION CON VALORES PARA RESULTADOS</i>			SEGURIDAD DIGITAL	60,6	53,6
<i>DIMENSIÓN GESTION CON VALORES PARA RESULTADOS</i>			DEFENSA JURIDICA	NA	NA
<i>DIMENSIÓN GESTION CON VALORES PARA RESULTADOS</i>			MEJORA NORMATIVA	NA	NA
<i>DIMENSIÓN GESTION CON VALORES PARA RESULTADOS</i>			SERVICIO AL CIUDADANO	80,6	90,9
<i>DIMENSIÓN GESTION CON VALORES PARA RESULTADOS</i>			RACIONALIZACION DE TRÁMITES	NA	NA
<i>DIMENSIÓN GESTION CON VALORES PARA RESULTADOS</i>			PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN LA GESTIÓN PÚBLICA	92,6	86,0
<i>DIMENSIÓN EVALUACION DE RESULTADOS</i>	87,7	84,7	SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO INSTITUCIONAL	87,7	84,7
<i>DIMENSIÓN INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN</i>	65,9	69	TRANSPARENCIA, ACCESO A LA INFORMACIÓN Y LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN	69,3	70,0
<i>DIMENSIÓN INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN</i>			GESTIÓN DOCUMENTAL	52,8	63,7
<i>DIMENSIÓN INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN</i>			GESTION DE LA INFORMACIÓN ESTADISTICA	NA	NA
<i>GESTIÓN DE CONOCIMIENTO E INNOVACIÓN</i>	61,3	55,4	GESTIÓN DE CONOCIMIENTO	61,3	55,4

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 107 de 126

<i>DIMENSION</i>	<i>P. D 2022</i>	<i>P.D2023</i>	<i>POLITICA</i>	<i>P.P 2022</i>	<i>P.P 2023</i>
<i>DIMENSION CONTROL INTERNO</i>	80,8	88,2	CONTROL INTERNO	80,8	88,2

Perspectiva Clientes: **SOMOS LA INDUSTRIA DE LOS SABORES QUE UNEN**

Dimensión: **DIMENSIÓN DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO**

Política: **POLITICA DE GESTION PRESUPUESTAL Y EFICIENCIA EN EL GASTO PÚBLICO**

Meta 2024: **NÚMERO DE UNIDADES DE LICOR PRODUCIDAS**

Meta alcanzada 2024 **3.400.000**

División: **PRODUCCIÓN**

El objetivo estratégico del proceso de Producción definido para la vigencia 2024 fue: Fortalecer la capacidad de respuesta a las demandas del mercado licores de la Industria Licorera del Cauca y producir las unidades de licor proyectadas para las ventas. De este objetivo se derivan 3 objetivos específicos; los cuales cuentan con indicadores que permiten medir la gestión; adicionalmente se plantean las acciones, con sus respectivos objetivos indicadores de producto: cuyo resultado depende del cumplimiento de la operatividad de cada proceso.

Durante la vigencia 2024 se ejecutaron acciones que permiten dar cumplimiento a la normatividad; sin embargo, la Industria Licorera del Cauca en un compromiso con el medio ambiente, viene actuando en pro del medio ambiente de manera conjunta con otras Licoreras. Como resultado del compromiso del medio ambiente, la Industria Licorera del Cauca para la vigencia 2024 aprovechó 67.500 kilos de material recuperable provenientes de los municipios de: Villa Rica, orales, Silvia, Jámalo, Suarez, Villa Rica, Corinto, Suarez, Popayán y Morales.

La Industria durante la vigencia 2024 participó y ganó nuevamente premio MONDE SELECTION; este premio mide el nivel de calidad superior (otorgado en Viena 2024).

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA		
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION		
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021

Adicionalmente se cuenta con el premio iTQi, Premio otorgado por los mejores someliers del mundo.

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%
Sección:	MANTENIMIENTO

El objetivo estratégico del proceso de Mantenimiento definido para la vigencia 2024 fue: Minimizar la disponibilidad y eficiencia operativa de la maquinaria y los equipos de la ILC 90%<94%. De este objetivo se derivan 2 objetivos específicos; los cuales cuentan con indicadores que permiten medir la gestión; adicionalmente se plantean las acciones, con sus respectivos objetivos indicadores de producto: cuyo resultado depende del cumplimiento de la operatividad de cada proceso.

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.

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA		
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION		
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021

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:

EFICACIA ADMINISTRATIVA

Meta alcanzada 2024

85%

División:

ADMINISTRATIVA

El objetivo estratégico del proceso de Administrativa definido para la vigencia 2024 fue: Optimizar la eficacia administrativa (operativa) de la ILC $\geq 95\%$. De este objetivo se derivan 5 objetivos específicos; los cuales cuentan con indicadores que permiten medir la gestión; adicionalmente se plantean las acciones, con sus respectivos objetivos indicadores de producto: cuyo resultado depende del cumplimiento de la operatividad de cada proceso.

La División Administrativa realizó gestiones y actividades de adecuación de infraestructura teniendo en cuenta las necesidades de almacenamiento y a su vez los requerimientos exigidos por el INVIMA para la certificación de BPM, sumando \$ 942.324.499. Adicionalmente, se realizaron actividades encaminadas en mantener las instalaciones físicas en buenas condiciones (mantenimiento correctivo en los casos que se presente el deterioro de la infraestructura física y actividad para conservar el buen estado de la infraestructura física, se le conoce como mantenimiento preventivo.

Es importante mencionar, que producto de los seguimientos al presupuesto Vs. los ingresos por ventas, se toma la decisión de aplicar acciones de austeridad en el gasto que consistieron en congelar recursos (dar una espera a ese gasto, sabiendo aún que es importante aplazarlo para otro momento de la vigencia); sin embargo, éste tiene una prioridad de ejecución ya que puede afectar el cumplimiento de las metas u objetivos establecidos) y reducir (recursos que se consideraron de baja relevancia ejecutar durante la vigencia), como una forma responsable del manejo de los recursos. Para el caso de la División Administrativa muchas de las actividades sin ejecutar son producto de la reducción de gastos.

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA		
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION		
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021

Perspectiva Procesos Internos: **PRODUCIMOS LICORES CON LA FUERZA QUE NOS UNE**

Dimensión: **DIMENSION GESTION CON VALORES DE RESULTADOS**

Meta 2024: **PORCENTAJE DE NO CONFORMIDADES**

Meta alcanzada 2024 **Entre 1% y 5%**

Sección: **CONTROL DE CALIDAD**

PROPUESTAS DE INNOVACIÓN EN EL PROCESO DE FABRICACIÓN Y CONTROL DE CALIDAD

Se adelanta como proceso de Innovación y Desarrollo el estudio y diseño de tres prototipos de licor, para los cuales se han desarrollado indagaciones del mercado enfocadas a identificar preferencia de licores de la población en determinados rangos de edad.




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

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA		
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION		
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021




PERFIL 3 DEL PRODUCTO



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

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA		
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION		
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021

Proyecto de diseño de etiquetas productos nuevos:



	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA		
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION		
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021



	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA		
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION		
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021

PROPUESTA DE APERTURA DE MERCADOS EN OTROS DEPARTAMENTOS EN VIRTUD DE LA SENTENCIA C-032/25 DEL 4 DE FEBRERO DE 2025

Retos para la Licorera del Cauca

Adaptación a la Regulación y Logística de Distribución La expansión a nuevos departamentos implica el cumplimiento de requisitos legales y sanitarios específicos de cada región, así como la negociación con distribuidores locales. La Industria Licorera del Cauca debe establecer acuerdos con grandes cadenas de supermercados, licoreras y plataformas de e-commerce para garantizar una distribución eficiente y un fácil acceso a los consumidores.

Posicionamiento de Marca y Diferenciación En un mercado con marcas ampliamente reconocidas, es clave generar una identidad de marca atractiva que resalte las cualidades únicas del aguardiente caucano. Estrategias de marketing digital, presencia en redes sociales y el respaldo de embajadores de marca locales pueden jugar un papel determinante en la preferencia de los consumidores.

Innovación en Producto y Presentación La demanda por opciones diferenciadas, como aguardientes sin azúcar o con sabores innovadores, ha crecido en los últimos años. La Licorera del Cauca debe evaluar la posibilidad de diversificar su portafolio para atraer tanto a consumidores tradicionales como a nuevas generaciones que buscan experiencias distintas en el consumo de licores.

Presencia en Eventos y Espacios Estratégicos La participación en ferias y festivales icónicos de cada departamento, como la Feria de Cali, el Carnaval de Negros y Blancos en Pasto y el Festival del Bambuco en Neiva, permitirá una mayor visibilidad y acercamiento con el público objetivo. Además, la vinculación con bares y discotecas en ciudades clave impulsará el consumo del producto en ambientes de entretenimiento.

Estrategias de Precios y Competitividad Para competir con aguardientes establecidos, es fundamental diseñar estrategias de precios atractivas sin comprometer la rentabilidad. Promociones de lanzamiento, descuentos por volumen y programas de fidelización pueden facilitar la adopción del aguardiente caucano en nuevos mercados.

Perspectivas y Oportunidades

A pesar de los retos, la apertura de los mercados departamentales representa una oportunidad histórica para la Industria Licorera del Cauca de expandirse y consolidarse como una alternativa relevante en el mercado nacional. La combinación de estrategias comerciales innovadoras, alianzas estratégicas y una identidad de marca diferenciada serán claves para su éxito en esta nueva etapa del sector de licores en Colombia.

Tendencias Generales del Mercado en Colombia:

Segmentación del consumo: El mercado colombiano está segmentado entre consumidores tradicionales de aguardiente, nuevos consumidores jóvenes que buscan experiencias y opciones premium, y un segmento que prefiere bebidas importadas.

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 115 de 126

Auge del consumo premium: El consumidor colombiano ha mostrado un interés creciente en aguardientes con características diferenciadas, como menor contenido de azúcar, sabores frutales y destilación artesanal.

Aumento del consumo en mujeres: Históricamente, el aguardiente ha sido una bebida de consumo mayormente masculino, pero en los últimos años ha ganado popularidad entre las mujeres jóvenes, especialmente en presentaciones sin azúcar.

Impacto del comercio electrónico: La venta de licores por plataformas digitales y aplicaciones de entrega a domicilio ha crecido exponencialmente, facilitando el acceso a nuevas marcas y variedades.

Influencias regulatorias: Los altos impuestos sobre los licores y las restricciones en publicidad han obligado a las marcas a ser más creativas en sus estrategias de mercadeo.



Se han priorizado 4 departamentos en los cuales se deben realizar los trámites legales que permitan la apertura de mercados: Valle del Cauca, Nariño, Huila y Quindío.

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA		
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION		
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021

Perspectiva:	APRENDIZAJE Y CONOCIMIENTO
Dimensión:	DIMENSION TALENTO HUMANO, DIMENSION INFORMACION Y COMUNICACIÓN, DIMENSION GESTION DEL CONOCIMIENTO Y LA INNOVACION
Política:	POLITICA DE INTEGRIDAD, POLITICA DOCUMENTAL, POLITICA DE GESTION DEL CONOCIMIENTO Y LA INNOVACION
Meta 2024:	100% Porcentaje de planes y programas implementados para fortalecer el talento humano
Responsable:	CARLOS OSWALDO DIAZ
División:	TALENTO HUMANO

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.

POLITICA 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.

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA		
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION		
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021

POLITICA 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.

POLITICA DEL SISTEMA DE GESTION 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 SECCION 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:

- a. Está definida para los Empleados Públicos de libre nombramiento y remoción, total 14 cargos (14 provistos). de los cuales 6 están provistos por mujeres.

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA		
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION		
	Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021

Los trabajadores oficiales vinculados mediante contrato de trabajo a término indefinido (sindicalizados), tienen una clasificación de cargos en la cláusula 20^o de la convención colectiva de trabajo vigente.

ALTA DIRECCIÓN

Proceso:

ALTA DIRECCIÓN

Objetivo Estratégico:

Lograr un crecimiento sostenible y rentable, fortaleciendo la posición en el mercado local mediante la oferta de productos de alta calidad, atención personalizada y estrategias innovadoras, promoviendo el consumo responsable y contribuyendo al bienestar de la comunidad

La alta Dirección ha desarrollado sus acciones con un enfoque de crecimiento y sostenibilidad empresarial. Que si bien las actividades del Plan de acción descrito son muy puntuales, estas no son suficientes para medir la Gestión del proceso de Direccionamiento Estratégico.

Se destaca el énfasis en la implementación de estrategias de mercado, en la negociación con nuevos clientes y en la preparación y alistamiento de nuevos mercados nacionales e internaciones.

El cumplimiento de las directrices impartidas por la Gerente se despliegan en cada uno de los Planes de Acción de las Divisiones y secciones.

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 122 de 126	

#	Proceso	No. Hallazgos por proceso
1	División Administrativa.	9
2	División Comercialización.	8
3	División Financiera.	12
4	Oficina Sistemas.	7
5	División Jurídica.	8
6	División Producción.	9
7	Sección Mantenimiento.	9
8	Oficina de Comunicaciones.	8
9	Sección Talento Humano.	9
10	Control de Calidad.	7
11	División Planeación.	8
12	División Control Interno.	2
13	Direccionamiento Institucional	7
14	Sistema de Gestión de la Calidad	9
	TOTAL	112

Hacen parte de este documento como anexo los 14 informes de auditoría, informes debidamente publicados y socializados por cada uno de los líderes de proceso. Sin embargo, a continuación se relacionan los avances a la fecha de la firma de este documento.

Cuadro Resumen de Hallazgos vigencia 2024-relacion de Hallazgos cerrados

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 123 de 126	

Proceso	No. Hallazgos por proceso	Hallazgos cerrados	Hallazgos pendientes para cierre
División Administrativa.	9	0	9
División Comercialización.	8	3	5
División Financiera.	12	0	12
Oficina Sistemas.	7	0	7
División Jurídica.	8	1	<p style="text-align: center;">7- Pendientes de cierre.</p> <p>-(3 hallazgos en etapa final en ajuste del SGC), -(2 Hallazgos en ejecución del plan de acción 2025), -(2 hallazgos de gestión documental sin ejecutar).</p>
División Producción.	9	3	<p style="text-align: center;">7- Pendientes de cierre.</p> <p>-4 hallazgos en trámite con el SGC para los ajustes correspondientes) -2 hallazgos de gestión documental pendientes de validación por la coordinación de archivo para el cierre)</p>
Sección Mantenimiento.	9	0	9
Oficina de Comunicaciones.	8	2	<p style="text-align: center;">6- Pendientes de cierre.</p> <p>-4 hallazgos en trámite con el SGC para los ajustes correspondientes) -2 hallazgos de gestión documental pendientes de validación de la coordinación de archivo para el cierre)</p>

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 124 de 126	

Proceso	No. Hallazgos por proceso	Hallazgos cerrados	Hallazgos pendientes para cierre
Sección Talento Humano.	9	0	9
Control de Calidad.	7	0	7
División Planeación.	8	0	8
División Control Interno.	2	0	2- Pendientes de cierre. -2 hallazgos de gestión documental pendientes de validación por la coordinación de archivo para el cierre).
Direccionamiento Institucional	7	0	7
Sistema de Gestión de la Calidad	9	0	9
TOTAL	112	9	

3.6. OPORTUNIDADES DE MEJORA

No.	Acción de Mejora	Descripción del Avance de la Acción de Mejora
1	Es relevante establecer un indicador que permita que desde lo comercial se refleje el beneficio hacia la organización por la entrega de patrocinios.	
2	Lograr una trazabilidad en el inventario arrojado por el aplicativo Apoteosys y las existencias reales en la bodega de producto	

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 125 de 126	

No.	Acción de Mejora	Descripción del Avance de la Acción de Mejora
	terminado, para tener datos exactos y poder realizar la debida comercialización del producto.	
3	Aunar esfuerzos con la alta dirección para seguir haciendo acercamientos con otros departamentos para la comercialización de nuestros productos.	
4	Ofrecer el servicio de maquila para los departamentos que así lo requieran, teniendo en cuenta que tenemos la maquinaria necesaria para realizar el proceso.	
5	Realizar análisis financieros y comerciales detallados que aporten en la toma de decisiones por parte de la alta gerencia con respecto al aumento de ventas de producto en presentación de Tetrapack	
6	Adquirir un Software que incluya módulos de trazabilidad (producción y control de calidad) a los inventarios de la Industria Licorera del Cauca y que a su vez alimente la división financiera.	
7	Implementar la Política de Administración del Riesgo con el fin de identificar riesgos de Gestión, corrupción y fiscales en cada uno de los procesos.	

ANEXOS (SI APLICA):


- Informes de indicadores
- Reportes de auditoría
- Encuestas de satisfacción
- Matrices de riesgos
- Otros documentos de soporte

	INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA			
	ACTA DE LA REVISION POR LA DIRECCION			
Código DO-GE-13	Versión 02	Fecha vigencia Marzo 30 de 2021	Página 126 de 126	

- Informe de Seguimiento Plan Estratégico

La información anteriormente mencionada obedece a la gestión realizada por cada uno de procesos; permitiendo así el cumplimiento a lo establecido en el numeral 9.3. REVISIÓN POR LA DIRECCIÓN – ISO 9001:2015.


MARIBEL PERAFÁN GALLARDO
GERENTE
INDUSTRIA LICORERA DEL CAUCA

Compilo: Emilse Castillo – Asesora Planeación 
Reviso: Carolina Muñoz – Asistente administrativo gestión calidad 
Reviso y aprobó: Ivon Lucia Sarria – Jefe Planeación 