

FORMATO ÚNICO

ACTA DE INFORME DE GESTION

(Ley 951 de marzo 31 de 2005)

1. DATOS GENERALES

A. NOMBRE DE LOS FUNCIONARIO

RESPONSABLE

Ing. Luis Fernando Martinez

Dr. Alberto Ramos Garbiras

B. CARGO

Gerente General.

C. ENTIDAD

Industria de Licores del Valle.

D. CIUDAD Y FECHA

Palmira, 27 de Enero de 2016

E. FECHA DE INICIO DE LA GESTIÓN

Enero 1 de 2015

F. CONDICIÓN DE LA PRESENTACIÓN

Terminación del contrato

G. FECHA DE TERMINACIÓN

Enero 31 de 2015

2. INFORME RESUMIDO O EJECUTIVO DE LA GESTION

2.1. PLAN DE DESARROLLO DEL DEPARTAMENTO 2012-2015 (Ordenanza Nro. 356 del 21 de Junio 2012 y Ordenanza Nro. 359 del 13 de Noviembre de 2012)

EJE 5. GESTION DE GOBIERNO CON CALIDAD, CON EL CIUDADANO COMO ACTOR PRINCIPAL “EL VALLE VALE”

EJE 1. FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL CON UN GOBIERNO RESPONSABLE Y PARTICIPATIVO

Objetivo General:

Fortalecer la capacidad institucional y de gobernabilidad en el departamento del Valle del Cauca que afecta la gobernabilidad.

Fortalecer la capacidad institucional y de gobernabilidad en el Departamento del Valle del Cauca durante el período 2012 – 2015.

Objetivo Específico:

Asegurar en el departamento y promover en los municipios, la viabilidad financiera de sus dependencias y sus entidades descentralizadas, durante el periodo 2012-2015

Asegurar la viabilidad financiera del Departamento y promoverla en los municipios, así como en las entidades descentralizadas, durante el período 2012-2015.

Programa

Saneamiento fiscal y financiero

Saneamiento y fortalecimiento fiscal y financiero

Subprogramas

Gestión de recursos

Meta de resultado

Transferir 436 mil millones de pesos de recursos al departamento durante el periodo de gobierno 2012-2015

Meta de producto

Incrementar en un millón quinientas Mil (1.500.000) botellas de 750cc los volúmenes de venta en la empresa

3. SITUACION DE LOS RECURSOS

Año 2015 INFORMACION PRELIMINAR ANTES DE CIERRE DEFINITIVO

Vigencia Fiscal del 1de Enero de 2015 al 31 de Diciembre de 2015	
CONCEPTO	VALOR
	(Millones de pesos)
Activo Total	181.049
Corriente	120.468
No corriente	60.581
Pasivo Total	148.951
Corriente	67.174
No corriente	81.777

Patrimonio	32.098
INFORMACION PRELIMINAR ANTES DE CIERRE DEFINITIVO	
<i>Vigencia comprendida : De enero 1 a Diciembre 31 de 2015</i>	
CONCEPTO	VALOR
	<i>(Millones de pesos)</i>
Ingresos Operacionales	27.245
Gastos Operacionales	49.025
Costos de Venta y operación	19.913
Resultado Operacional	-41.693
Ingresos Extraordinarios	4.657
Gastos Extraordinarios	-5.802
Resultado No operacional	-42.838
Resultado Neto	-42.838

A. Bienes muebles e inmuebles

Vigencia comprendida: De enero 1 a diciembre 31 de 2015

INFORMACION PRELIMINAR ANTES DE CIERRE DEFINITIVO

Vigencia fiscal 2015	
CONCEPTO	VALOR
	<i>(Millones de pesos)</i>
Terrenos	380
Edificaciones	21.513
Construcciones en curso	734
Maquinaria y Equipo	40.548
Equipo de Transporte, Tracción y Elevación	698
Muebles, Enseres y Equipo de Oficina	12738
Bienes Muebles en Bodega	103
Redes, Líneas y Cables	0
Plantas ductos y túneles	1.682
Otros Conceptos (vías de comunicación)	0
Depreciación acumulada	(62.204)
Total Activo sin Valorizaciones	16.192
Valorizaciones	29.578

4. PLANTA DE PERSONAL

Del 1 de Enero al 31 de Diciembre de 2015

CONCEPTO	TOTAL NUMERO DE CARGOS DE LA PLANTA	NUMERO DE CARGOS PROVISTOS	NUMERO DE CARGOS VACANTES
Cargos de Libre nombramiento y remoción			
A la fecha de inicio de la gestión	13	12	1

A la fecha de retiro, separación del cargo o ratificación	10	10	0
Cargos de Trabajadores oficiales			
A la fecha de inicio de la gestión	90	89	1
A la fecha de retiro, separación del cargo o ratificación	92	91	1

5. PROGRAMAS, ESTUDIOS Y PROYECTOS: 2012-2013.

2015

DENOMINACION	DESCRIPCION	ESTADO	VALOR ASIGNADO
Plan de Mercado y Comercialización	Plan de medios	APROBADA X	MILLONES DE PESOS \$11.303
	Plan de ferias, puntos de consumo, servicio al cliente y material POP	X	
	Estudio de Satisfacción del cliente	X	
Política de Bienestar social	Elaboración del programa de formación a los empleados y bienestar social: Auxilio medicamentos Bienestar social Capacitación	X	\$132 \$ 48 \$ 52

6. OBRAS PUBLICAS

6.1. CONSORCIO PAVICON, Al iniciar la gestión (sep-2-13) la antepasada administración había celebrado el **contrato No.20120056**, con el contratista **CONSORCIO PAVICON**, previo proceso de invitación abierta cumpliendo con el Manual de Contratación de la ILV.

Durante la ejecución del citado contrato se revisaron las cantidades de obra y actividades, lo anterior por el control de advertencia elaborado por la Contraloría Departamental del Valle del Cauca, para tal fin se realizó **Acta de Suspensión** del contrato el 28 de septiembre de 2012, por un término de 15 días, con el propósito de reevaluar o replantear los ítems referentes a: Cantidades de obra, precio, diseño y planos, necesidades actuales y cronograma.

El supervisor del contrato mediante oficio No.500-076-12 de octubre 18 de 2012, solicitó la reiniciación del contrato 20120056, y fue aprobada por las partes, mediante Acta de Reiniciación de 22 de octubre de 2012.

Mediante Acta de Reunión No.02 de fecha el 26 de octubre de 2012, entre Secretario General y jurídico de la I.L.V. El Supervisor del contrato (subgerente de producción de la ILV), el interventor y El contratista, se hizo entrega de las cantidades definitivas de la obra según los ítems anteriormente expuestos.

Como consecuencia de esta revaluación del proyecto fue necesario ajustar el presupuesto, siendo que el valor del contrato que se pacto inicialmente en la suma de Un Mil doscientos Ochenta y ocho Millones Quinientos Catorce Mil Trescientos Treinta y Siete Pesos (\$1.288.514.337.00) MCTE., I.V.A. incluido. Se rebajó en Trescientos Cuarenta y Cinco Millones Setecientos Noventa y Cinco Mil Setecientos Cincuenta y Un Pesos (\$345.795.751.00) MCTE. IVA incluido, por lo cual el valor total del contrato se determinó en Novecientos Cuarenta y dos Millones Setecientos Dieciocho Mil Quinientos Ochenta y Seis Pesos (\$942.718.586.00) MCTE, IVA incluido.

Dado que la fecha probable de terminación de las actividades e ítems de dicho contrato se proyectaban para el año siguiente (2013), se solicitó a través de oficio No.300.24/0751 de noviembre 29 de 2012, **CONCEPTO** a la Contraloría Departamental del Valle del Cauca, respecto a la situación presentada, entidad que por oficio No.120-08.01 de diciembre 03 de 2012 señaló: "C..) si las obligaciones de años anteriores se surtieron con todos y cada uno de los requisitos que exige el decreto 115 de 1996, esto es, haber contado previamente con el certificado de disponibilidad presupuestal y el registro presupuestal del compromiso, es posible crear el rubro pago pasivos vigencias expiradas (Concepto DGPN Jurídica No.1142 del 25 de mayo de 2001). La vigencia expirada es el mecanismo mediante el cual se atiende el pago de las obligaciones legalmente contraídas, pero que por diferentes motivos no fue posible atenderlas cumplidamente durante la vigencia respectiva o incluirlas en las reservas presupuestales o las cuentas por pagar y que por no estar sometidas a litigio alguno no se requiere de pronunciamiento judicial para autorizar su pago (...)"

Dado que dicho contrato cumplió con los trámites presupuestal, se amplió en plazo y las garantías contractuales, para terminar su ejecución en el año 2013.

Durante la ejecución del contrato se han presentado diferentes situaciones que no ha permitido terminar la ejecución del mismo, un claro ejemplo de ello fue que cuando fueron a reemplazar las canales en el mantenimiento se advirtió que las mismas se encontraban sujetas a la estructura situación que dificultó el avance efectivo sobre las mismas haciendo que el cronograma se retrasara.

Se realizaron reuniones en las cuales se planteó como fecha de terminación de este contrato para el día 12 de septiembre del 2013, en esa misma reunión se procedió a multar al contratista por unas situaciones administrativas dentro de la ejecución del contrato, multa que debe cobrarse del último pago o en la liquidación final.

Finalmente, se le concedió al contratista plazo hasta el 31 de diciembre de 2013 para la terminación de las obras en el estado que se encontraban, el contratista alcanzó un cumplimiento parcial del contrato y así se procedió a liquidar.

Dicho contrato contó con una Interventoría Externa, mediante el contrato No. 20120082 Ingeniera Olga Lucia David Hernández, la cual también se liquidó a prorrata del cumplimiento del contrato.

6.2. La antepasada administración de la Industria de Licores del Valle celebró el contrato No.20120079 con el contratista Consorcio PAVICON, previo proceso de invitación abierta cumpliendo con el Manual de Contratación de la ILV.

Dicho contrato se suscribió el 24 de mayo de 2012, cuyo objeto consistió en ejecución todas las actividades y trabajos necesarios para contratar el diseño del sistema de protección contra incendio y la construcción y el montaje de la primera etapa del mismo en las áreas de almacén, salón de envasado y bodega de producto terminado; el montaje y puesta en marcha del sistema de aireación en el salón de envasado y el suministro e instalación del sistema de protección externa contra descarga tipo rayo.

Sólo hasta el 22 de octubre de 2012, las partes suscribieron Acta No.01, en la cual se dejó constancia que el diseño de red contra incendio se encontraba aprobado por el Cuerpo de Bomberos del Municipio de Yumbo y pendiente de aprobación por parte de la Interventoría y de la ILV; dado que el diseño determinó que la primera fase de la red contra incendio, contempla la adquisición de unas motobombas las cuales **se demoran en llegar cuatro (4) meses**, ya que deben importarse desde Brasil o EEUU, se hizo necesario ampliar el plazo de ejecución del contrato.

Referente, en cuanto al sistema de aireación del salón de envasado las partes acordaron que con ocasión de la expedición del decreto 1686 de agosto 9 de 2012 "Por el cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que se deben cumplir para la fabricación, elaboración, hidratación, envase, almacenamiento, distribución, transporte, comercialización, expendio, exportación e importación de bebidas alcohólicas destinadas para consumo humano", no es posible ejecutar ésta actividad pues el proyecto debe ajustarse a la reciente normatividad y por lo tanto los diseños con los que se cuentan hacen imposible ejecutar ésta actividad.

La Secretaría General y Jurídica a través de oficio No.300.24/0751 de noviembre 29 de 2012, solicitó a la Contraloría Departamental del Valle del Cauca, concepto jurídico respecto a la situación presentada, entidad que por oficio No.120-08.01 de diciembre 03 de 2012 señaló: "C..) si las obligaciones de años anteriores se surtieron con todos y cada uno de los requisitos que exige el decreto 115 de 1996, esto es, haber contado previamente con el certificado de disponibilidad presupuestal y el registro presupuestal del compromiso, es posible crear el rubro pago pasivos vigencias expiradas (Concepto DGPN Jurídica No.1142 del 25 de mayo de 2001). La vigencia

expirada es el mecanismo mediante el cual se atiende el pago de las obligaciones legalmente contraídas, pero que por diferentes motivos no fue posible atenderlas cumplidamente durante la vigencia respectiva o incluirlas en las reservas presupuestales o las cuentas por pagar y que por no estar sometidas a litigio alguno no se requiere de pronunciamiento judicial para autorizar su pago (...)"

Dado que existe el tramite presupuestal y jurídico conforme a lo determinado por la Ley, es necesario la ejecución de la primera fase de la Red Contra incendios, la Industria de Licores del Valle realizó los tramites presupuestales pertinentes a efecto de dar continuidad a la realización de la actividad.

Debido a que la actividad de **"Montaje y Puesta en Marcha del Sistema de Aireación"** no se pudo realizar debido a cambios de carácter legal en la normatividad que afectan los diseños aprobados inicialmente, fue necesario modificar los valores de la propuesta presentada por el Consorcio PAVICON, el valor de la actividad que no se ejecutara tienen un valor de \$162.676.646.00 IVA incluido, por lo cual el valor del contrato se ajustó a \$1.998.658.017.00 IVA incluido. Por lo anterior se amplió el plazo y las garantías contractuales.

Dado que se presentaron problemas en el pago de los anticipos se suspendió la ejecución contractual hasta el 28 de agosto del 2013, hasta que se nos documentara e informara sobre el trámite de la construcción de las bombas hidráulicas, el tiempo en que las mismas estarían en Colombia para determinar la ampliación del plazo para su ejecución.

Se suscribió acta de transacción entre las partes con el fin de permitir el recibo de la motobomba y la realización de las obras mínimas para la prueba satisfactoria de la misma.

Actualmente, se están ejecutando las obras de ensayo y prueba de la motobomba para acordar la fecha de entrega definitiva de la misma.

Dicho contrato contó con una Interventoria Externa, mediante el contrato No. 20120083 Ingeniera Olga Lucia David Hernández.

COMPLEMENTO INFORMACION CONTRATO 20120079 INSTALACION DE BOMBA DE ALTA PRESION PARA LA RED CONTRA INCENDIO

La bomba de alta presión llega a las instalaciones de la ILV el día martes 03 de Noviembre del 2015 y se procede a su instalación la cual terminará el día 18 de diciembre del 2015, fecha en la cual se hará prueba hidráulica.





7. Ejecuciones Presupuestales

(EN PESOS \$)				
ENTIDAD : INDUSTRIA DE LICORES DEL VALLE				
A Octubre 31 2015				
DESCRIPCION	4. PRESUPUESTO DEFINITIVO (1+2-3)	RESO ACUMULA 5. RECIBIDO	8. INGRESO POR EJECUTAR (4-7)	% DE EJECUCION
DISPONIBILIDAD INICIAL	404.415.298	532.012.200	-127.596.902	131,6%
CUENTAS X COBRAR VIGENCIAS ANTERIORES	48.295.179.956	37.290.751.430	11.003.545.876	77,2%
LICORES	72.414.097.798	1.576.200.303	66.123.082.845	8,7%
MAQUILA	3.290.645.448	805.187.866	2.039.512.922	38,0%
GRAN TOTAL LICORES	75.704.743.246	2.381.388.169	68.162.595.767	10,0%
ALCOHOLES	13.470.163.798	1.305.442.320	12.164.721.478	9,7%
TOTAL INGRESOS CAUSADOS VIGENCIA	89.174.907.044	3.686.830.489	80.327.317.245	9,9%
RECURSOS DE CAPITAL	1.700.000.000	2.240.353.404	-701.717.902	141,3%
OTROS RECURSOS DE CAPITAL	150.000.000	12.137.726	100.562.922	33,0%
RECURSOS DEL CREDITO	0	0	0	0,0%
RENDIMIENTOS FINANCIEROS	1.050.000.000	336.621.186	599.128.427	42,9%
RECUPERACIONES ISS y cuotas partes Y OTROS R	300.000.000	1.844.684.774	-1.554.483.050	618,2%
RENTAS OCASIONALES	200.000.000	46.909.718	153.073.799	23,5%
TOTAL INGRESOS	139.574.502.298	43.749.947.523	90.501.548.317	35,2%

INDUSTRIA DE LICORES DEL VALLE													
EJECUCION PRESUPUESTAL DE EGRESOS													
A OCTUBRE 31 DE 2014 vs OCTUBRE 31 de 2015													
CUENTAS	PPTO AÑO 2015	COMPROMETIDO		Cump % Comp/Ppto año 2015	Var % Comp2015/ Comp2014	EJECUTADO		Cump % Comp/Ppt o año 2015	Var % Comp2015 / Comp2014	PAGADO		Cump % Comp/Ppt o año 2015	Var % Comp2015/ Comp2014
		2.015	2.014			2.015	2.014			2.015	2.014		
DETALLE													
SERVICIOS PERSONALES	8.076	6.079	5.988	75	3	5.877	5.837	73	5	5.614	5.543	96	1
GASTOS GENERALES	8.686	7.167	6.608	83	31	5.455	4.702	63	72	3.168	4.076	58	-22
TRANSFERENCIAS	25.338	9.776	11.134	39	1	9.664	10.978	38	11	8.724	10.541	90	-17
TOTAL GASTOS E/MIENTO	42.101	23.022	23.730	55	10	20.995	21.517	50	20	17.505	20.160	83	-13
GASTOS DE COMERC.	15.803	8.570	10.746	54	99	4.312	5.442	27	663	565	1.064	13	-47
GASTOS DE PRODUCCION	49.975	35.136	33.550	70	141	14.582	10.196	29	305	3.601	5.894	25	-39
TOTAL GTO DE LA OPERACIÓN	65.778	43.706	44.296	66	131	18.895	15.638	29	353	4.167	6.958	22	-40
SERVICIO DE LA DEUDA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	107.879	66.729	68.026	62	67	39.890	37.155	37	84	21.672	27.118	54	-20
CUENTAS POR PAGAR	26.500	22.776	20.543	86	0	22.776	20.543	86	0	22.776	20.543	100	11
TOTAL PPTO DE EGRESOS	134.379	89.504	88.568	67	1	62.666	57.698	47	41	44.447	47.661	71	-7

8. CONTRATACIÓN

Asumí la Gerencia General de la ILV el 2 de septiembre de 2013, se realizaron los siguientes contratos:

AÑO 2015.

Naturaleza	No. de contratos celebrados	Valor
Compraventa	1	443.000.000
Prestación de Servicios	29	5.712.867.704
Publicidad	37	3.179.147.850
Interadministrativos	0	0
Suministro	6	715.205,793
Mantenimiento	5	109.422.587
Obra	1	175.595.172
Distribución	2	
Alianza estratégica	1	
Total	82	10.335.239.106

Invitaciones Abiertas	8
Invitaciones Cerradas	4
Directos	70
Total	82

Nota: Va del 1 de enero al 5 de agosto del 2013.

CONTRATACION 2015 NOVIEMBRE 19 A 31 DE DICIEMBRE DE 2015

Naturaleza	No. de contratos celebrados	Valor
Compraventa	0	
Prestación de Servicios	0	
Publicidad	0	
Interadministrativos	0	
Suministro	6	1.205.874.300,00
Mantenimiento	0	
Interés Público	0	
Obra	0	
Distribución	0	
Comodato		
Alianza Estratégica	0	
Total	6	1.205.874.300,00
Invitaciones Abiertas	0	
Invitaciones Cerradas	0	
Directos	6	
Total	6	

9. REGLAMENTOS Y MANUALES

	octubre	
Manual Interno de Contratación	Procedimientos a seguir para realizar cualquier tipo de contratación en la ILV. Establecer principios reales y procedimientos que gobiernen la contratación de la ILV	Resolución No. 100.02.0761 del 18 de Septiembre de 2014, "por medio del cual se compila el Manual Interno de Contratación". Publicado en página web de la entidad.
Manual de Supervisión e Interventoría.	Procedimiento y facultades de los Interventores y supervisores de la ILV. Objetivos, obligaciones y lineamientos generales que	Resolución 0737 del 10 de octubre del 2012, "por el cual se adopta el Manual de Supervisión e Interventoría de la Industria de Licores del Valle".
Comité de Conciliación y defensa judicial.	Es la instancia en la que se estudian los diferentes requerimientos de los órganos de control como	Resolución 0409 del 2 de Abril del 2007.
Comité de Gerencia.	Es la instancia en el que se reúnen las diferentes áreas para la toma	Resolución 100.02.0586 del 24 de Julio del 2013.

Comité de convivencia y de acoso laboral.	Es el comité encargado de llevar a cabo las funciones de la Ley 1010	Resolución 0947 del 28 de diciembre del 2012.		
Comité de Gobierno en Línea.	Instancia de la administración para adoptar las 6 fases de gobierno	Resolución No. 100.02.0014 del 2 de enero del 2013.		
Comité Paritario o de seguridad	Conformación del comité paritario.	Resolución No. 100.02.0665 del 01 de Agosto del 2014.		
Comité Interno de Archivo	Adopción de las Tablas de Retención Documental y cumplir con	Resoluciones: Nos. 709 del 9 de julio del 2002 y 206 de 19 de febrero 2013.		
Comité de Ética	Es la instancia encargada de definir políticas del programa de gestión de ética, diseñar las estrategias para dinamizar la gestión de ética, Promover la conformación de comunidades de prácticas éticas en las diferentes subgerencias.	Resolución No 487 del 3 junio del 2008. Resolución 0966 el 29 de diciembre del 2009 "adopción del reglamento interno del comité". Resolución 100.02.0699 del 20 de Agosto del 2014, modifica la resolución 0487.		
Fondo de Vivienda	Mediante el cual se creó el fondo de vivienda de los trabajadores de la ILV.	Acuerdos de Junta Directiva Nos: 003 del 25 de septiembre del 2006, 09 de 5 de agosto 2008, 001 del 5 de marzo del 2009.		
Actualización Manual de la Calidad	Documento que describe Sistema de gestión de la calidad de la Industria de Licores del Valle.	Certificación de Calidad desde el 21 de marzo de 2001 y certificación de Sellos de Calidad de producto desde el año 2006.	Norma Técnica Colombiana NTC-ISO 9001:2008 bajo las normas de aguardiente NTC-411 y Ron NTC-278.	29 de Julio del 2014 ultima actualización de la Manual de la Calidad.
Manual de Operación del MECI	Documento que especifica el Modelo Estándar de Control Interno de la Industria de Licores del Valle.	Resolución de diciembre 31 de 2008	Resolución No. 100.02.1037 del 31 de Diciembre del 2014.	Ultima actualización del Manual en el año 2014.
Manual de Control de la Producción	Manual de procedimientos de la planta de preparación licor y procedimientos de la planta de envasado.	Certificación de Calidad desde el 21 de marzo de 2001.	Norma Técnica Colombiana NTC-ISO 9001:2008.	Manual actualizado en el año 2015.
Manual de Laboratorios	Manual de procedimientos del laboratorio licores, alcoholes y microbiología.	Certificación de Calidad desde el 21 de marzo de 2001 y certificación de Sellos de Calidad de producto desde el año 2006.	Norma Técnica Colombiana NTC-ISO 9001:2008	Manual actualizado en el año 2015.

Manual de Mantenimiento y Aseguramiento Metrológico.	Manual de procedimientos de mantenimiento de maquinaria y equipos y aseguramiento metrológico.	Certificación de Calidad desde el 21 de marzo de 2001.	Norma Técnica Colombiana NTC-ISO 9001:2008.	Actualizado en el año 2015.
Manual de Recursos Humanos	Manual de procedimientos relacionados con la inducción, capacitación y análisis de competencias del personal.	Certificación de Calidad desde el 21 de marzo de 2001.	Norma Técnica Colombiana NTC-ISO 9001 y Modelo Estándar de Control Interno MECI 2014.	Procedimientos actualizados en el año 2015.
Manual de Procesos relacionados con el cliente.	Procedimientos de ventas, quejas y reclamos y medición de la satisfacción de los clientes.	Certificación de Calidad desde el 21 de marzo de 2001.	Norma Técnica Colombiana NTC-ISO 9001:2008 y MECI 2014.	Procedimientos actualizados en el año 2015.
Manual de Compras	Proceso relacionado con proveedores y procedimiento de compras.	Certificación de Calidad desde el 21 de marzo de 2001.	Norma Técnica Colombiana NTC-ISO 9001:2008 y MECI-2014	Procedimiento actualizado en el año 2015.
Manual Financiero	Procedimientos contables (impuestos, costos, presupuesto, tesorería, nómina, contabilidad).	Certificación de Calidad desde el 21 de Marzo de 2001	Norma Técnica Colombiana NTC-ISO 9001:2008 y MECI-2014	Ultima actualización en el año 2013.

10. Concepto General

Desde el primer día de mi arribo a la **ILV** ya en calidad de Gerente en propiedad (20 de noviembre 2015), habiéndose producido la posesión el día anterior, comencé a realizar el empalme con las áreas que componen las subgerencias. La primera reunión se llevó a cabo el viernes 20 con un almuerzo de trabajo en el restaurante Tizones, del norte de la ciudad. El gerente saliente, Luís Fernando Martínez, hizo una exposición introductoria y cada uno de los subgerentes una síntesis de sus actividades y el estado actual de su área. El día lunes inicié las reuniones con las subgerencias de Producción, Financiera, Administrativa, Control Interno, Mercadeo y Secretaria General, cada reunión duraba una hora y media aproximadamente. De esta manera pude completar la información que tenía desde agosto cuando había estado encargado de la Gerencia durante las vacaciones del titular, estadia de 18 días sobre los cuales presente un informe de gestión y dejé esbozado un plan de Salvamento. Dos días emplee con este método de preguntar a cada empleado de las subgerencias sobre sus funciones y la visión que cada uno tiene de la Industria.

En el decurso de los días se realizaron tres reuniones con los miembros de la Comercializadora **Consorcio Suprema CS**, estas reuniones se llevaban a cabo con miembros del Comité de Gerencia, los integrantes del **Comité de Producción** y delegados de los dos sindicatos Sinaltralic y Sintrabecólicas. La finalidad fue expuesta con claridad: ante la premura por la finalización del año 2015 era necesario trazar un plan de producción que fuera concordante con la capacidad de distribución. No se trataba de producir licor para almacenar sino para vender. Y tener en la cuenta la capacidad de pago del comercializador. Se analizó por parte de la Subgerencia Financiera con las intervenciones de Moisés Banguera y Juan Carlos Perilla la imposibilidad de cumplir la meta

de la distribución de las 9 millones de botellas del año 2015. En ese momento, a finales de noviembre 2015, entonces se estableció la posibilidad de llegar a la venta de las cuatro millones doscientas mil unidades (4.200.000). En este mismo informe aparece un apartado sobre la producción con un cuadro explicatorio de lo vendido en los últimos dos meses. Allí se puede observar la frecuencia de los pedidos y la frecuencia de los pagos.

Asistí al encuentro con dos funcionarios de Comfandi para evaluar la deuda de 70.000.000 millones acumulada con la EPS SOS. Logre en esta reunión la continuidad del servicio ofreciendo un abono de 30.000.000 millones para fin de año. De otro lado promoví una reunión de urgencia con el gerente de INFIVALLE Dr. Giovanni Ramírez y el Sr. Gobernador Dr. Ubeimar Delgado; la finalidad era lograr que INFIVALLE no absorbiera todos los ingresos, o sea que el flujo de caja por ingreso y pagos no fuera tocado inmediatamente imputándolo a la deuda, si no que Infivalle diera un margen de espera para abonar a la deuda en la cuenta que se abrió, pero al final del mes lo que permitiría un respiro financiero para resolver todo lo funcional de la ILV, pago de quincenas, carga pensional, abono proveedores, etc. Y se logró ese acuerdo dentro de la reunión promovida donde asistió también el secretario privado de la gobernación al mismo tiempo de Infivalle, Dr. Adolfo León López; asistieron también los directivos del consorcio suprema y el subgerente de mercadeo Julián dorado.

Se fijó una reunión con dos ejecutivos de la empresa Peldar para solicitar un plazo frente al pago de la deuda ya que habían decidido suspender la venta de botellas, ofrecimos un abono para el fin de año 2015 y de esta manera se reanudaron las relaciones cordiales con esa empresa fabricantes de botellas. Y realicé otras reuniones que aquí omito relacionar para no alargar la lista pero que están anotadas en la agenda diaria.

En dos ocasiones citamos a la junta directiva de la ILV, pero al no conformarse el quórum, no se realizaron las reuniones citadas en el piso 16 de la Gobernación Palacio san Francisco. Luego se logró una reunión de junta, virtual. El Dr. Harold Montes, Jefe jurídico de la gobernación del Valle del Cauca y presidente de la junta directiva de la ILV nos acompañó a mediados de diciembre a una reunión fundamental con los dos sindicatos, (Sinaltralic y Sintrabecolicas), para dirimir la situación respecto a la salida de producto terminado Aguardiente y Ron que estaba solicitando el CS, con un pedido de 700 mil botellas inicialmente por que ellos habían ofrecido la compra de 2.400.000 para temporada de diciembre. Los sindicatos se radicalizaron impartiendo la negativa a la venta condicionando la salida de los productos a un abono considerable de la deuda que sobrepasaba los 7 mil millones de pesos. Logramos distencionar la situación y se llevó a cabo la entrega de las unidades solicitadas y de otros pedidos posteriores, exigiéndole al CS la entrega de los pagos en los términos del acuerdo del 30 de octubre del 2015.

2) TRES PRODUCTOS NUEVOS PARA EL CLUSTER DE LA ILV

En mi calidad de Gerente General de la ILV, propuse de manera directa al área de mercadeo y demás directivos de la industria, ampliar los productos y poner en marcha la comercialización de 2 nuevos productos y el estudio de uno más siendo factible para los rendimientos en cuanto a mercado se refiere.

Como se lo manifesté al subgerente de mercadeo Dr. Julián Dorado, en tres ocasiones, y como lo expuse en mis palabras de posesión el día 19 de noviembre, ya que me propuse sacar adelante los perfiles de dos (2) nuevos productos para comercializar y dejar iniciado o en marcha el estudio de prefactibilidad. Dos (2) productos que harán parte del clúster de producción y serán promocionados e incluidos dentro del portafolio de productos de la Industria de Licores del Valle, convirtiéndose en dos rentas nuevas que aliviarán la situación financiera de la empresa. Se trata de la comercialización nacional de agua embotellada para adelantar una Alianza a través de la Ley de las APP, con el propietario de un predio que tenga al menos dos (2) nacimientos de agua y buenas vías de acceso. Agua embotellada con el nombre de **PUREZA** que también se podrá exportar a los países del África, a algunos países de Latinoamérica, Asia y Europa.

El otro producto es la Agua panela que tiene propiedades nutritivas y alimenticias, no para venderla nacionalmente porque Colombia tiene varios departamentos paneleros. El estudio de prefactibilidad debe ser a un precio razonable, el cual debe valorar el hecho de que el planeta tierra tiene 224 países o Estados de los cuales 198 pertenecen a la ONU. De esos 224 países sólo 28 tienen producción de caña de azúcar como la India, Jamaica, Cuba, etc. y producción de panela; pero 196 países no tienen cultivos de caña y no disponen de panela, entonces el mercado que se buscaría para proyectar la comercialización sería sobre esos 196 Estados donde pueda exportarse eventualmente el agua panela.

En oficio por separado, me dirigí a Sonia Panesso, Profesional Especializado con funciones de Comercio Exterior donde le solicité allegar la información y avanzar en el análisis previo y auscultamiento para la fabricación de un tercer producto que será el Vodka valluno, con el nombre que se defina. Con el consultor Ernesto Pino Londoño se hizo una evaluación de dos de los productos propuestos para el clúster, agua y agua panela; tomando aquí algunas de sus reflexiones.

PROPUESTA DE PROYECTOS PRODUCTIVOS DE INDUSTRIA DE LICORES DEL VALLE DEL CAUCA

INTRODUCCION

Reconociendo que estatutariamente la Industria de Licores del Valle del Cauca., es una sociedad Industrial y Comercial del Estado del tipo de las descentralizadas indirectas, con pertenencia al orden Departamental, la misma puede aprovechar su actual posición estratégica de producción de licores y mejorar su posición competitiva, financiera y comercial desarrollando nuevos procesos productivos que tienen aceptación comercial en el mercado de bienes y servicios, para lo cual podría tener hoy ventajas comparativas y competitivas con los recursos naturales disponibles y con su sistema de distribución.

Si bien el mercado de las bebidas es una complejidad mayor de nuestra economía, el tener agua y la posibilidad de vincular fuentes estratégicas del líquido le brindan una oportunidad inmensa de participar en dicho mercado, a través del envasado de agua pura y un derivado que bien podría ser el “agua de panela”, aprovechando también otra ventaja comparativa como es la de contar con una materia prima suficiente y reconocida como es el de la panela y su centenaria costumbre de ser una bebida de altísimo consumo en los hogares colombianos.

Vale la pena mencionar, el reconocer que en el panorama mundial actual, existe casi que una resistencia muy fuerte a la utilización de los envases plásticos por su connotación de ser altamente contaminantes; este proyecto se fijara como uno de sus objetivos básicos y de primera línea en el tema ambiental, la búsqueda y la utilización de envases biodegradables que ya están haciendo presencia en el mercado. Complementariamente, también se trata de proteger y explotar con sentido social aquellas fuentes de agua “pura” que hacen parte de la geografía vallecaucana y que están desprotegidas y con alta probabilidad de desaparecer.

El aprovechamiento de la oportunidad es inmediata porque hoy se conjugan a favor dos factores de las nuevas políticas de Estado: el desarrollo de proyectos productivos con financiación a través del sistema general de regalías (SGR) y los nuevos canales de comercialización que se abren con la aprobación de los tratados de libre comercio, especialmente con los países ubicados en la cuenca del pacífico, para lo cual se aprovecharía además las grandes posibilidades de comercialización internacional a través del puerto de Buenaventura. Este énfasis en el mercado internacional se resalta, porque el mercado nacional es muy competido y porque existe una buena institucionalidad con la marca de Industria de Licores del Valle que podría garantizar un rápido posicionamiento en diferentes nichos del mercado mundial. En este sentido, la elaboración de este perfil de proyecto se conduce con la hipótesis central de que los productos a obtener buscaran el mercado interno colombiano y de manera preponderante el mercado internacional.

Administrativamente, el perfil de proyecto de agua embotellada y su variedad principal con el agua de panela; está enmarcado en los requerimientos de la Ley de Regalías, en cuya primera fase se debe formular el proyecto a nivel de perfil, para continuar ya dentro del sistema de regalías en las fases posteriores de prefactibilidad, factibilidad y ejecución y que son financiadas por dicho sistema. Este perfil, atenderá de manera precisa las exigencias metodológicas de marco lógico y la metodología general ajustada-MGA.

1. JUSTIFICACION:

1.1 Insuficiencia de recursos financieros de la empresa

Dada la escasez de recursos financieros de la empresa y la dificultad evidente de invertir socialmente y ampliar su red de servicios; se considera oportuno y necesario propiciar el emprendimiento empresarial con proyectos productivos, que a su vez permitan aumentar el portafolio de servicios y le brinden a la empresa mayor seguridad económica y financiera y le garanticen sostenibilidad en el tiempo.

1.2 Grandes expectativas del mercado mundial

El agua se está convirtiendo en el 'oro' del futuro y abre un nuevo escenario para que los países con mayores recursos hídricos se conviertan en centro de negocios alrededor del líquido. Colombia se vería favorecido por esta situación, ya que tiene un suministro de 60.000 m³ de agua por persona al año, que para los expertos en el tema es muy bueno, frente a los estándares internacionales ver: (www.gastronomiaycia.com).

Un estudio realizado por Canadean, empresa especializada en la investigación y análisis del mercado de los bienes de consumo, determina que el agua embotellada será líder de ventas en el año 2015 a nivel mundial. La

demanda de agua envasada se ha acelerado durante las últimas décadas, incluso a pesar de la recesión mundial el volumen de ventas se ha llegado a duplicar. Ya en el año 2008 la consultora Zenith International nos mostraba un estudio en el que el consumo de agua embotellada había superado al consumo de refrescos. La consultora Canadean explica que la tendencia mundial hacia el agua embotellada se refuerza continuamente por su imagen de bebida saludable, además la necesidad de agua potable en diferentes zonas del mundo que carecen de abastecimiento, es otro motor para impulsar aún más esta industria.

Dependiendo del continente, el crecimiento del consumo de agua embotellada se incrementará de forma más acentuada, en el caso de Asia se calcula que la demanda aumente en un 16% en el presente año, es decir, más del doble de la tasa prevista de aumento global. Asia acapara actualmente un tercio del consumo mundial, resulta un mercado muy atractivo para las compañías que se dedican al envasado y comercialización de agua.

1.3 Utilización de envases plásticos biodegradables

Una de las grandes barreras que existen hoy al consumo del agua embotellada es el de la utilización del material plástico común que es un contaminante y que contribuye a la formación de grandes basureros que solo se degradan en cientos de años. Además, muchas botellas de plástico contienen un químico llamado bisphenol A, también conocido como BPA que se transmite al agua de la botella. Los estudios químicos indican que la exposición a esta sustancia es tóxica y que es capaz de causar muchos problemas de salud, incluyendo alteraciones hormonales.

Para subsanar esta falencia ambientalista, el proyecto se ha de formular con la utilización de envases biodegradable de comprobada eficiencia y que ya se están comercializando en el mercado nacional.

1.4 El agua de panela: una opción de rápido aprovechamiento

Consultando varias páginas Web, Links y conceptos virtuales que circulan en Internet y en las redes sociales, he confeccionado este perfil de los tres productos, para pasar a los estudios de prefactibilidad con una consultoría apropiada.

A grandes rasgos, el agua de panela que posee hoy un pasado de inmensas raíces culturales y continua teniendo un consumo alto en los hogares colombianos, con preparaciones artesanales; presenta inmensas posibilidades de convertirse en un producto agroindustrial exitoso que le brinde opciones de desarrollo a su inmensa cadena productiva: *“30 países producen panela y Colombia es el segundo productor mundial después de la India, pero somos el primer consumidor per cápita en el mundo. La panela tiene vitamina A, B, C, D, calcio, hierro, sodio, fosforo y potasio. Es la segunda fuente de empleo agro en el país después del café –350.000 campesinos viven de la panela. Y es un generador de paz. Los 357 municipios que la producen son municipios de paz” (Ver Pedro Medina, Presidente de Yo creo en Colombia)*. Además de lo anterior, la región sumada de los Departamentos de Valle y Cauca, con una participación de casi 100.000 toneladas-año puede proporcionar el insumo en condiciones competitivas.

LA PANELA Y/O AGUA DE PANELA

El Agua de panela envasada, es una bebida saludable que se está generando en el mercado y con la cual se pueden obtener ingresos positivos para la ILV, podemos comenzar un embotellamiento de agua de panela(o aguapanela) para que sea distribuida a nivel nacional como a nivel internacional es decir tener una cobertura "mundial". En el mercado hay muchos productos como gaseosas, el Tea, agua de aloe, etc. Son productos muy conocidos pero no saludables y ahora con la demanda del nuevo mercado (Green marketing) este podría llegar a ser un producto muy reconocido, un ejemplo puede ser Reino Unido es donde más demanda de "Green marketing" hay porque sus consumidores quieren algo más saludable y no lo encuentran.

En varios países tiene diferente nombre, en unos, **panela**, y así otros con el nombre de rapadura, raspadura, atado dulce, tapa de dulce, piloncillo, papelón, chancaca o panocha. Se caracteriza por ser un alimento muy saludable, en cuanto puede utilizarse como edulcorante completamente natural, sin aportar las calorías vacías que aportan otros endulzantes menos sanos, como por ejemplo es el caso del azúcar blanco. Su único ingrediente es el jugo de la caña de azúcar, que se somete a un proceso de secado antes de pasar por el proceso de purificación, en el que el jugo se convierte en azúcar moreno.

La panela destaca por ser un producto orgánico de origen 100% natural, y podríamos decir que se caracteriza precisamente por ser el **azúcar integral de la caña** en su máxima extensión. Es decir, cuando nos encontramos ante una panela, podemos tener la certeza de que en realidad nos encontramos ante azúcar de caña integral verdadera, y no deberíamos dudar de la misma manera que si nos encontramos ante un envase con azúcar moreno granulado que en realidad podría tratarse de azúcar blanco tintado.

Beneficios de la panela

Dado que la panela es azúcar integral de caña, nos aporta todos los nutrientes esenciales que nos aporta la caña de azúcar en su versión más integral y natural. Sus beneficios más importantes son los siguientes:

Aporta energía, necesaria para el desarrollo de los procesos metabólicos.

- aporta nutrientes esenciales para el organismo.
- A diferencia del azúcar blanco, que sólo aporta calorías vacías, el azúcar integral de la panela aporta nutrientes esenciales. Además, no ‘roba’ nutrientes al organismo como sí sucede con el azúcar blanco.
- Se trata de un tipo de azúcar libre de sustancias que puedan dañar la salud.

Propiedades nutricionales de la panela

Además de ser un alimento completamente natural, que se elabora bajo procesos de producción totalmente naturales y en el que no se utilizan ningún tipo de aditivo ni conservante, la panela aporta interesantísimas cualidades y nutrientes esenciales:

- **Vitaminas:** la panela es muy rica en vitaminas del grupo B, A, C, D y E.
- **Minerales:** aporta buenas cantidades de fósforo, calcio, hierro, magnesio, manganeso, zinc y cobre.
- **Hidratos de carbono:** como la sacarosa, además de glucosa y fructosa (los cuales poseen un mayor valor biológico).
- **Proteínas:** aunque en menor cantidad que los carbohidratos.

En contraste con la producción del azúcar, que en América Latina se realiza en pocos ingenios con estructuras industriales de gran escala, en zonas planas, mecanizadas y fértiles donde predomina el monocultivo de la caña, la producción de panela se realiza en cantidades.

17,814 trapiches productores de panela se inscribieron oficialmente ante el INVIMA y hacen parte del primer censo oficial del sector panelero del país. Cundinamarca, Antioquia y Cauca concentran la mayor cantidad de trapiches paneleros (55.4% del total nacional en estos tres departamentos),

Del total de trapiches inscritos, sólo 56 establecimientos realizan exportaciones, estos se encuentran ubicados principalmente en los departamentos de Cundinamarca, Tolima y Huila, Antioquia, lo cual muestra que aunque la panela es un producto de alto consumo en el mercado interno su exportación es muy baja

Fedepanela estima que cerca del 83% de las unidades productoras se sitúan en el rango de “pequeñas” (capacidad instalada menor a 100 Kg / hora), 15% en el rango de “medianas” (capacidad instalada menor a 150 a 250 Kg / hora) y tan solo 2% se clasifican como unidades productoras “grandes” (capacidad instalada superior a 250 Kg/ hora),

Esto demuestra que el valle tiene gran posibilidad de entrar a competir en el mercado y además con el apoyo de la Industria de Licores del Valle ser una productora grande de panela con destino nacional e internacional.

Importancia económica y social En el mundo cerca de veintiséis países producen panela. Colombia es el segundo productor después de la India, con un volumen que representa el 10.3% de la producción mundial registrada por la FAO en el año 2000. Sin embargo, en términos de consumo por habitante, Colombia ocupa el primer lugar con un consumo promedio de 31.2 Kg. de panela por persona al año, cifra que supera de lejos el promedio mundial de 2.1 Kg. Por habitante de panela al año y del mayor productor mundial, la India, cuyo

consumo fue de 8.4 Kg. por habitante. Se puede afirmar que el consumo de la panela constituye uno de los rasgos característicos de la identidad cultural de la nacionalidad colombiana.

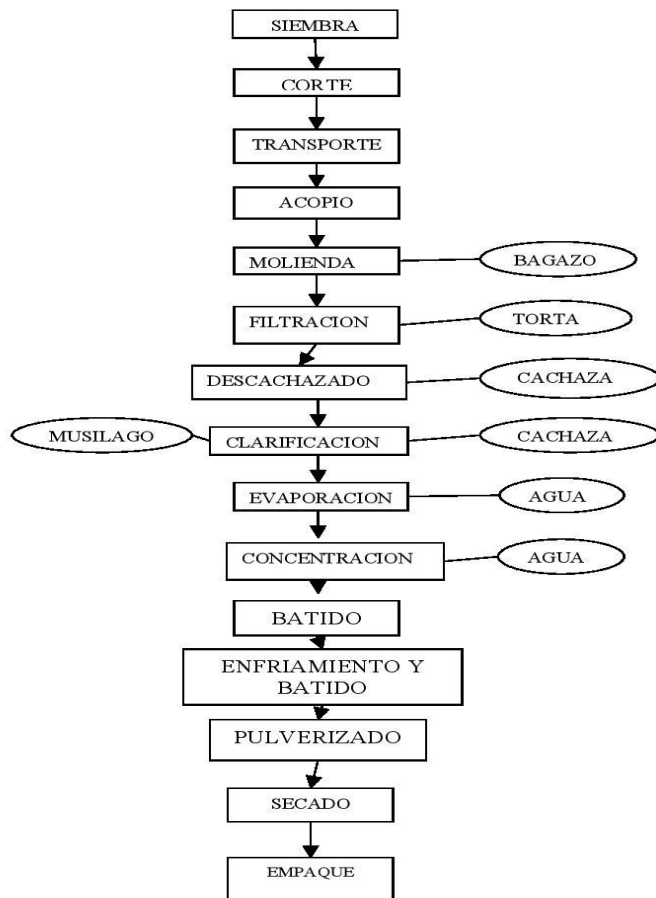
Diagrama de flujo del proceso productivo Este diagrama fue tomado del proceso productivo de la corporación panelera Doña Panela.

A nivel internacional, tenemos que la panela producida por países como India y Colombia es más barata en comparación con los precios de países con poca producción como Ecuador y Perú (Álvarez, 2004). Para el caso de la panela ecuatoriana, hay empresas que la exportan a un precio FOB de alrededor de 1,1 USD por kilogramo.

Analizando la demanda, los retailers en los Estados Unidos venden el kilogramo de panela en un precio que oscila entre los USD 2,2 por kg y USD 3,2 por kilo (Álvarez, 2004), mientras los retailers en Europa la venden en un precio que oscila los USD 3,75.

En cuanto a promoción del producto, Se espera hacer que la panela y/o agua de panela utilice su propia marca. Se tratará de persuadir al consumidor para la compra informando de las bondades del consumo de la panela, de su manera de utilización, mediante un precio más bajo en relación a la competencia, informando del apoyo a pequeños productores y valiéndose de la certificación orgánica. Las bondades del uso de la panela, producción orgánica, recetario e información sobre la organización de pequeños productores se las puede incluir en una etiqueta de papel anexada al producto. De esta manera, se debe tener como recomendación que la mejor estrategia comercial para la Panela, es la difusión de sus propiedades nutricionales, los beneficios de su consumo y las formas de hacerlo. Otra forma de promoción que se recomienda, es la participación en ferias de alimentos a nivel nacional organizadas por la empresa privada o por el gobierno en donde se pueda presentar al producto y se puedan encontrar clientes que manejen volúmenes grandes a los que se les pudiera dar un precio preferencial.

La Secretaria General de la ILV opinó dentro del oficio 300.24.341 de diciembre 17 respecto a la viabilidad y procedimientos para adelantar la consultoría de los tres productos como rentas nuevas para la ILV, expresando que sobre el aspecto comercial que debe ser el punto de partida para la viabilidad comercial, generando el interrogante sobre la certeza efectiva de que sean un negocio viable para la empresa, por eso se refiere a un estudio amplio de un consultor en el tema, remitiendo al manual de contratación para el proceso de un selección de manera pública. Sobre el aspecto jurídico dice que para la producción y comercialización de los productos (agua, aguapanela y vodka), debe realizarse una modificación a los estatutos de la ILV (acuerdo 18 de 2009) donde si aparece el agua pero se requeriría una aprobación de la junta directiva de un ACUERDO que inserte los otros dos productos como rentas, y adelantar las gestiones ante el Invima para el trámite de los permisos, licencias y demás que para estos productos se exijan y también anota aspectos técnicos sobre las líneas de producción sobre adecuación y limpieza para no alterar la consistencia y sabor de otros productos.



1.5 El aprovechamiento de nuevas fuentes de financiación

El Sistema General de Regalías-SGR; como nueva fuente de financiación estatal, genera grandes posibilidades para que los territorios puedan desarrollar grandes proyectos que beneficien a una cantidad significativa de ciudadanos y que contribuyan a que este tipo de sociedades comerciales prestadoras de servicios públicos se puedan apalancar económica y financieramente. Por esa razón, Industria de Licores del Valle del Cauca debe aprovechar las nuevas circunstancias de financiación de sus proyectos a través del Fondo de Desarrollo Regional del SGR; sin que ello comprometa el curso normal de sus operaciones de servicio en los municipios vallecaucanos que hoy son beneficiarios del agua potable.

1.6 El mercado del agua embotellada

Actualmente existen 724 registros vigentes de empresas fabricantes de agua embotellada en el INVIMA. Las ciudades que más empresas de este tipo tiene son: Bogotá con 100 empresas registradas, 30 en Villavicencio, 18 en Cartagena, 14 en Cali, Montería y Neiva, 13 en Barranquilla, 12 en Medellín y Santa Marta y 10 en Cúcuta, Ibagué, Maicao, Yopal y Riohacha (Ver <http://elnegociodeaguaembotellada.blogspot.com>)

De todas estas empresas, se reconocen como líderes, aquellas marcas adscritas a las grandes empresas de bebidas como son Coca-Cola-Indega (club k, manantial, santa clara, soda clausen y brisa comprada recientemente a Bavaria), Postobon (Cristal, h2ohj, Oasis, Cristal sport), y las grandes superficies con sus propias marcas; las cuales podrían concentrar el mercado en cifras mayores al 60% en sus presentaciones de bolsa, botellón y botella.

Para Colombia, este sector es considerado como uno de los menos explorados, entendiéndose que el mayor consumo por persona lo tienen los argentinos con 112 litros al año cada uno, luego los brasileños con 25 litros y los colombianos con apenas 15,5 litros, según un estudio de Euro Monitor. Pero aun siendo el país con menos consumo, en Colombia, según un grupo empresarial que realiza investigaciones de mercado y análisis de consumidor (Raddar), se vendieron en el 2011 más de 176 millones de dólares en el mercado de agua embotellada.

No siempre el producto de lujo es sinónimo de mejor calidad. Un grupo norteamericano sin fines de lucro llamado "Environmental Working Group", publicó un informe a principios del 2012 en donde analizó las etiquetas y sitios web de 173 aguas embotelladas y encontró que "Cerca de una quinta parte, incluyendo grandes marcas, como Aquafina y Crystal Geyser, no mencionan su origen, y solo se limitan a mencionar que es agua "de la primavera", "de las montañas", "fresca", etcétera, sin que se conozca realmente su origen.

Frente a los precios unitarios, tenemos el tope de una marca de lujo, es el caso de la Bling H2O, un agua embotellada considerada como la más cara del mundo, tiene en su botella incrustados cristales de Swarovski. Su publicidad dice que el agua usada se extrae de manantiales naturales no contaminados en Tennessee y es purificada en 9 pasos. Su precio va hasta los 40 dólares (casi 80.000 pesos) por una botella de 750 ml.

AGUA ENVASADA, CONSUMO EMBOTELLADO

Desde su aparición en el mercado colombiano, el agua envasada en botellas de PET (politereftalato de etileno) cambió los hábitos de consumo de agua de los colombianos; se nos metió en la cabeza que encontrar agua para beber al salir de la casa, sería prácticamente imposible.

Se nos vendió la idea de la vida saludable con comerciales de modelos esculturales haciendo ejercicio en gimnasios y bebiendo agua en botella. Se nos metió la idea en la cabeza de que el dicho "A nadie se le niega un vaso de agua" ya no era cierto.

Nos acostumbramos tanto a beber agua de una botella, que ya muy pocos consideran que la calidad del agua que sale del grifo es lo suficientemente confiable para nuestro consumo. Y así vemos como el consumo de las aguas envasadas crece y crece cada día.

Un problema lleva a otro

Sigue siendo una realidad que en algunas zonas de nuestro país encontrar agua potable es casi un milagro, y a pesar que [la cobertura a nivel nacional ha aumentado considerablemente en los últimos diez años](#), aún tenemos problemas de potabilidad en muchas zonas del país.

Que dicen las cifras

"Según datos de la firma Raddar, en Colombia, el mercado del agua crece a un ritmo del 11% anual y mueve unos \$240 mil millones de pesos al año. El mismo análisis señala que el consumo promedio del colombiano ha aumentado de \$206 mensuales a \$484 en tan sólo 10 años. En cuanto a ciudades, el estudio indica que las que se encuentran a menor altura sobre el nivel del mar son las principales consumidoras.

En este listado Montería ocupa el primer lugar, seguida de Villavicencio, Barranquilla, Cartagena y Neiva. Las que menos consumen en Colombia son Pasto, Bogotá, Manizales y Bucaramanga.

El año pasado, Postobón y Coca Cola dinamizaron más el mercado con la introducción de sus marcas Windsor y Dasani, en aguas saborizadas y las cadenas comerciales lanzaron sus marcas propias.

A esto se suman movidas como la venta de Agua Brisa por parte de SabMiller a Coca Cola. El costo de la transacción entre las multinacionales alcanzó los US\$92 millones."

Publicado en [Elespectador.com](#) mayo 12 de 2009

De acuerdo con estas cifras ¿a quién le interesa el impacto ambiental de esta industria?, la demanda de los colombianos por agua de mejor calidad sigue creciendo y es a causa de esta demanda que la industria del agua envasada presenta un estado tan saludable.

Las cifras del negocio del agua hablan por sí solas. En la década de 1970, el volumen anual de agua embotellada, que se comercializa en todo el mundo ronda los 1.000 millones de litros. En la siguiente década se dobla el consumo, sin embargo, es a partir de 1990 cuando el crecimiento ya es exponencial. En el año 2000, las ventas anuales ascienden a más de 84.000 millones de dólares.

En el año 2001, los norteamericanos se gastaron 6.880 millones de dólares y en el año 2006 ya eran 10.980 millones de dólares, con un consumo de 25.800 millones de litros. Esto supone un crecimiento anual superior al 9%, según los datos aportados por Bevarage Marketing Corporation y la Internacional BottledWaterAssociaston. La marca Dassain, compañía perteneciente al grupo Coca Cola, registra en el segundo trimestre del año 2006 unos beneficios de 1.840 millones de dólares, un 6,6% más que en el mismo periodo del año anterior.

La moda del agua embotellada es también muy importante en Europa. Alemania consume 10.300 millones de litros, Francia 8.500 millones y España 5.500 millones. Los italianos tenían una media de consumo, en el año 2006, de 183,6 litros por persona/año y los españoles de 136,7 litros por persona/año.

Mientras que aumentan los beneficios de las multinacionales del agua embotellada con un agua de calidad cuestionable; una regulación libre y más eficiente de los sistemas municipales permitiría poner en ejecución una distribución de agua potable segura para toda la población del mundo por una cantidad mucho menor que la usada en el agua embotellada.

El consumo anual de agua embotellada alcanza los 154.000 millones de litros, en el año 2006, y supone un aumento del 57% respecto al año 2001. Esto representa un gasto de unos 100.000 millones de dólares anuales. El precio medio de un litro de agua embotellada es 0,65 euros.

En España el litro de agua de grifo cuesta, en el año 2004, 0,00096 euros. Como se puede comprobar el negocio es redondo. Por el mismo precio de una botella de agua embotellada se puede abastecer con tres mil litros de agua de grifo.

Uno de los grandes problemas, es que no hay un mantenimiento adecuado de las redes de distribución de agua potable ya sean públicos o privados, lo que deteriora muchísimo el servicio y la calidad del agua que sale del grifo. Está claro, que no luce este tipo de inversiones en el mundo político y de paso se favorece todo lo privado con el clásico esquema neoliberal de que lo privado es mejor que lo público.

Muchas personas argumentan que el agua de sus ciudades y sus pueblos sobretodo en el arco mediterráneo no es bebible. En parte tienen razón, TODOS deberíamos exigir a los ayuntamientos, gobiernos autonómicos y Estado que se realicen las inversiones necesarias para que la población haga uso normal del agua de grifo y así evitemos el despilfarro del agua embotellada.

Mientras que no se invierte lo necesario en las redes de abastecimiento, se subvenciona con autorizaciones a bajo coste, la explotación de fuentes de agua por empresas embotelladoras privadas, que obtienen unos beneficios fabulosos.

El agua potable nos llega a través de una infraestructura que gasta energía de manera económica, mientras que el agua embotellada se transporta a distancias usando barco, tren, avión y camiones. Esto significa quemar cantidades masivas de combustibles fósiles.

En el año 2004, una compañía de Helsinki (Finlandia) envió 1.400.000 de botellas de agua finlandesa embotellada a 4.345 kilómetros a Arabia Saudita. El 94% del agua en botella vendida en Estados Unidos se produce nacionalmente, pero muchos norteamericanos consumen agua importada de hasta 9.000 kilómetros, como de las islas Feiji, y otros lugares lejanos, para satisfacer la demanda "de agua envasada elegante y exótica".

La FeijiWater con su botella cuadrada es un complemento habitual de los famosos, maravillados por su exotismo. Esta agua proviene de un acuífero bajo una tupida selva de esta isla del Pacífico en la que la compañía destaca que está a cientos de kilómetros de distancia de cualquier continente. Las asociaciones ecologistas señalan que para llegar a los consumidores, las botellas deben recorrer una enorme distancia en barco.

1.7 Oportunidades inmediatas de mercado

Las irregularidades de tipo sanitario que en la actualidad presentan muchas de las empresas de agua embotellada registradas en el INVIMA, lo cual se puede considerar una excelente oportunidad de mercado, para ocupar espacios de oferta de empresas pequeñas y medianas. En efecto, el Estudio de la industria de bebidas de la ANDI, rebelo que 102 marcas analizadas en 162 presentaciones muestran problemas de sanidad y microbiológicos (Ver www.portafolio.co de Noviembre 13 de 2013).

La relación de la mayoría de los municipios del Valle del Cauca con la Industria de Licores del Valle del Cauca, se puede considerar una significativa fortaleza del proyecto.

Se reitera como gran oportunidad comercial (aunque más a mediano plazo), los acuerdos de libre comercio (TLC) con países de la Cuenca del Pacífico, que demandan alimentos y agua y que para muchas de las poblaciones del Valle del Cauca, se convierten en oportunidades que por la situación crítica de las mismas no se pueden desperdiciar.

2. OBJETIVO

Formular dos perfiles de proyectos, con el método de marco lógico (MML) y la metodología general ajustada (MGA), para ser inscritos y financiados por el Sistema General de Regalías (SGR) en el Fondo de Desarrollo Regional.

3. BENEFICIOS

Este proyecto brinda a la Empresa Industria de Licores del Valle del Cauca, entre otros, los siguientes beneficios:

- Facilita, en medio de la austeridad fiscal de la empresa, la priorización de proyectos que le den un nuevo rumbo al desarrollo económico y social de la misma, con el aprovechamiento de fuentes de financiación externa como es el SGR y la oportunidad comercial que brindan los TLC.

- Facilita en un periodo relativamente corto, acometer de verdad la visión empresarial de Industria de Licores del Valle del Cauca, en términos de su prosperidad y generación de riqueza.

- Ampliación del portafolio de productos y servicios que faciliten el apalancamiento financiero y económico de la empresa.
- Recuperar la esperanza y la confianza de los vallecaucanos con la gran probabilidad de fortalecer un proceso de cambio bajo la implementación de macro proyectos productivos.
- Vincular una gran cadena productiva como es la de la panela y que tiene un gran impacto social en las zonas rurales.

De igual manera ya que en la ILV contaremos con la destilería san Martín, puesta en marcha a partir de marzo del 2016, podemos acudir a otro producto que sea de origen vallecaucano para el mundo con nueva innovación como el VODKA.

EL VODKA

Cuenta con un Proceso de elaboración el cual consta de:

Primero: se hace la preparación del caldo donde se muelen los granos convirtiéndolos en harina, se añade agua y se hace la mezcla bajo presión

Segundo: la destilación

Tercero: filtración en donde el vodka es sometido a un proceso de filtración, cuyo objeto es eliminar cualquier tipo de impurezas que pudiesen persistir en el líquido

Por ultimo disolución

Hace siete años la destilería de San Martín, de la Industria de Licores del Valle (ILV), dejó de producir el alcohol porque a la empresa le resultaba muy costoso elaborar su propio alcohol y desde esa fecha se importó esta materia prima, como lo han hecho otras licoreras del país.

Pero ahora, de la mano del sector privado, esta planta volverá a elaborar alcohol puro para licores, pero además tienen la expectativa de hacer alcoholes para diferentes industrias, etanol y subproductos de este proceso. Por tanto será posible hacer Vodka sin ningún problema, se cuenta con toda la infraestructura.

Con esto también se brinda la posibilidad de que la Licorera tenga ingresos adicionales y empiece a persificar su portafolio para no depender solo del Aguardiente y el Ron. Con ello se abre una posibilidad de alejar de la crisis a la empresa.

El Vodka Se produce generalmente a través de la fermentación de granos y otras plantas ricas en almidón, como el centeno, trigo, o patata. Normalmente el contenido de alcohol del vodka se encuentra entre 37 % y 50 % del volumen; el vodka lituano, ruso y polaco clásico contiene cuarenta grados de alcohol.

El consumo de vodka prácticamente se extinguió en los años 90, el trabajo de mercadeo que están desarrollando las compañías que distribuyen estos dos productos ha permitido que el vodka recupere terreno.

Absolut y Diageo Colombia, con Smirnoff. Se trata de dos vodkas que si bien están juntos en un mismo mercado, no se revuelven y apuntan a públicos objetivos muy distintos. Y, por lo mismo, sus estrategias de mercadeo y comercialización son muy diferentes.

El primero que empezó a abrirse camino fue Absolut, que llegó al país hace 10 años. Esta es una de las marcas de vodka más cotizadas en el mundo y que solo se produce en Ahüs, una población ubicada al sur de Suecia. Según Catalina Miranda, gerente de este producto en Colombia, se trata de un vodka de categoría Premium que se refleja en el perfil de sus consumidores: entre 18 y 35 años, hombres y mujeres líderes de opinión, que tienen mentalidad internacional y que saben de moda.

De hecho, el 40% de las ventas de Absolut se hace por este canal, mientras que el otro 60% corresponde a licoreras, discotecas, bares y restaurantes, según cifras que maneja la compañía.

Otro vodka: Smirnoff se identificó como un trago de rumba. La idea era acabar con la creencia de que el vodka era una bebida elitista y que solo se servía en cocteles y ocasiones especiales. Y un factor que contribuyó a fortalecer este propósito fue el precio, pues en promedio una botella cuesta en supermercados y licoreras \$30.000.

El mercado del vodka se incrementa un 2,5% por año, representando las vodkas nacionales un 60-70% del volumen de ventas y las importaciones el 30-40% restante. Debe tenerse en cuenta, que los vodkas aromatizados ahora representan casi el 7% de los volúmenes comercializados. En cuanto a otras naciones de Latinoamérica, como Brasil, Chile y Argentina, cabe destacar el aumento sostenido en el consumo de vodka en con un 14%, 56% y 21% respectivamente en volumen, según la británica International Wine & Spirit Research (IWSR). A su vez, debe mencionarse que las exportaciones de vodka de la Unión Europea (UE) a Brasil se han duplicado desde 2009. A su vez, es de interés la comercialización de vodka en la India, donde a pesar de

representar un porcentaje bajo del mercado de bebidas espirituosas local, los licores blancos en general y el vodka en particular, están aumentando un 19% frente a una media de Industria, que es del de 12% anual. La razón es que el vodka resulta popular entre los más jóvenes, por ello actualmente existen nuevas marcas en el mercado, en muchos casos con sabores innovadores. En China, el mercado del vodka ha disminuido ligeramente en los últimos 5 años, en parte debido a las falsificaciones. Por otra parte, las ventas de vodka crecieron hasta un 3% en Nueva Zelanda y un 2% en África del Sur. Con referencia a Australia, los informes varían pero sugieren que las ventas han disminuido en volumen, de acuerdo con todas las categorías de alcohol sobre todo porque el gasto del consumidor en todos los sectores ha sido duramente golpeado por la incertidumbre económica. En el 2012, el consumo per capita de los principales países arrojaba los siguientes porcentajes: Rusia: 13,9%; Belarús: 11,3%; Ucrania: 7,7%; Polonia: 7%; Kazajistán: 5,9%; Uzbekistán: 4,4%; Estados Unidos: 1,9 %; Reino Unido: 1,3%; Alemania: 0,9%; Brasil: 0,4%. 4.2 Comercio mundial Respecto a los protagonistas del mercado del vodka, cabe destacar que Rusia reúne un doble rol tanto como importador y exportador. Principales importadores mundiales 2009-2012 País Valor (en dólares) Estados Unidos 7.050.784.269 Alemania 499.438.381 Canadá 472.138.373 Rusia 460.358.648 Francia 441.206.559 Otros 3.901.438.997 Fuente: Comtrade Principales exportadores mundiales 2009-2012 País Valor (US\$) 12 Para mayor información:

Tendencias del consumo Con relación a las mejoras del producto, cabe señalar que a nivel mundial se comercializa un nuevo producto dentro del segmento del vodka. En la actualidad, además del vodka tradicional, los consumidores compran vodka saborizado – por ejemplo de vainilla, o frutos rojos- , lo que abre casi infinitas posibilidades para innovar con nuevas opciones. En ese escenario podría mencionarse el denominado “100.000 Scovilles Hot Naga Chilli Vodka”, que se proclama el producto el más picante del mercado. A su vez, debe mencionarse un lanzamiento británico que, como el del párrafo anterior, presenta características diferentes al vodka tradicional, ya que es producido a base de leche de vaca. El producto se convirtió en un éxito local y hasta obtuvo buenas críticas de reconocidos chefs, aunque por el momento sólo se comercializa dentro del Reino Unido.

Conclusiones

El mercado de vodka, a nivel global, supo crecer fuertemente entre los años 2004 - 2008, añadiendo nuevos consumidores. Sin embargo, la recesión global golpeó la categoría con fuerza y las ventas disminuyeron en el año 2009, si bien desde 2010 el mercado ruso, volvió a activarse. No debe olvidarse que pese al descenso que existe en la categoría y la madurez de los países europeos, Rusia sigue siendo el mercado más grande. En el caso de los Estados Unidos, este es un mercado creciente. Puede comprobarse que el consumo de vodka ha penetrado entre las bebidas espirituosas, considerando que tiene un sabor neutro y se mezcla perfectamente con tragos, de acuerdo al paladar del mercado actual. A su vez, en dicho país la producción de vodka atrae a numerosos destiladores, entre ellos artesanales y pequeños productores, por lo que se ve un desarrollo parecido al que tuvo en su inicio el fenómeno de la microcerveza hace casi dos décadas, que modificó el paisaje del consumo de cerveza en Estados Unidos. En Brasil, hubo alguna sustitución de cachaça por vodka. Los productores de cachaça realizan su propio vodka. Algunos de estos son ahora la venta volúmenes importantes. También debe tenerse en cuenta, el crecimiento del vodka en la India, donde ha nacido un atractivo mercado vinculado a los jóvenes.

4. PRODUCTOS

Documento final de los perfiles correspondientes a los proyectos productivos de agua embotellada, de producción industrial de agua de panela y un vodka competitivo de exportación.

Documento de marco lógico y de la metodología general ajustada para adelantar el proyecto.

5. METODOLOGIA

Esta es una propuesta que tiene como destino, implementar con recursos propios de la ILV y utilizando su capacidad instalada de producción, en la planta de embotellamiento y en la destilería, o sea, tiene la factibilidad necesaria para llevar a cabo y en marcha la comercialización de los tres productos en mención para incrementar los ingresos y rentas del Departamento del Valle del Cauca a través de la ILV.

La idea inicial es que con los recursos del proyecto, se pueda formular un perfil de proyecto que a través de información secundaria existente y de compromisos institucionales con los diferentes actores de los proyectos; se genere una entrada formal y segura para la financiación de las siguientes fases del proyecto como son los de prefactibilidad (desarrollo de diferentes estudios: jurídicos, administrativos, de mercado, etc.), factibilidad (se completan todas las piezas del proyecto, con diseños, organización empresarial, contactos comerciales, definición de la inversión, etc.) y la fase final de ejecución.

3) CUADRO DE PRODUCCIÓN NOVIEMBRE/ DICIEMBRE

Producto Despachado Noviembre-Diciembre 2015

Descripción	Cantidades
BERNARDO ALVAREZ & CIA LTDA	23.886
AGTE BCO DEL VALLE S/A	18.144
AGTE BCO DELVALLE S/A BALON.BR	1.800
AGTE ORIGEN DEL VALLE	120
RON MARQUES DEL VALLE 8 AÑOS	3.600
RONMARQUESDELVALLE 8A/BALON.AR	222
CLIENTES DEGUSTACION	4.228
AGT 750 EMPLEADOS PUBLICOS	120
AGT 750 JUBILADOS	2.724
AGT 750 TRABAJADORES	1.092
AGTE 750-AURORA BENITEZ	40
AGTE BCO DEL VALLE S/A	144
RON MARQUES VALLE 8 A	72
RON MARQUES DEL VALLE 5 AÑOS	36
CONSORCIO SUPREMA	2.651.359
AGTE BCO DEL VALLE S/A	2.523.675
RON MARQUES DEL VALLE 5 AÑOS	1.656
RON MARQUES DEL VALLE 8 AÑOS	114.180
RON MARQUES DEL VALLE8DIAMANTE	10.288
RON MARQUES DELVALLE8AÑOS DEG.	1.560
DE CASTRO GONZALEZ FERNANDO	5.784
AGTE BCO DEL VALLE S/A	4.824
AGTE BCO DELVALLE S/A BALON.BR	600
RONMARQUESDELVALLE 8A/BALON.AR	360
FELIPE MOTTA E HIJO S.A.	10.800
AGTE BCO DEL VALLE S/A	10.800
IBER EUROPE FOOD AND SERVICES IMPORT- EXP	10.932
LICOR ANISADO S/A	8.868
LICOR ANISADO S/A DEGUSTACION	

	2.064
IN BOND GEMA S.A.S	4.800
AGTE BCO DEL VALLE S/A	3.600
RON MARQUES DEL VALLE 5 AÑOS	600
RON MARQUES DEL VALLE 8 AÑOS	600
PROMERC S.A.S	41.222
AGTE BCO DEL VALLE S/A	27.878
AGTE BCO DELVALLE S/A BALON.AR	300
RON MARQUES DEL VALLE 8 AÑOS	7.235
RON MARQUES DEL VALLE8DIAMANTE	3.230
RON MARQUES DELVALLE8AÑOS DEG.	2.579
SINALTRALIC SECCIONAL VALLE	828
AGTE BCO DEL VALLE S/A	708
RONMARQUESDELVALLE 8A/BALON.AR	120
SINTRABECOLICAS	396
AGTE BCO DEL VALLE S/A	300
RON MARQUES DEL VALLE 8 AÑOS	96
TERRANOVA WINE & SPIRITS INC	9.684
AGTE BCO DEL VALLE S/A	9.684
UNIDAD DE LICORES DEL META	399.319
AGTE LLANERO	327.519
AGTE LLANERO O/D	71.800
Total general	3.163.238

Durante los meses de noviembre y diciembre de 2015 se despacharon en total

3.163.238 botellas

De las cuales:

-**2.651.359** botellas se le entregaron al consorcio suprema

-23.886 botellas se le entregaron a Bernardo Álvarez & CIA LTDA

-4.228 botellas se le entregaron por Degustación

-399.319 botellas se le entregaron a la Unidad de Licores del Meta

-41.222 botellas se le entregaron a Promerc S.A.S

-5.784 botellas se le entregaron a De Castro Gonzales Fernando

-10.800 botellas se le entregaron a Felipe Motta e Hijo S.A

-10.932 botellas se le entregaron a Iber Europe Food and Services Import-exp

-4.800 botellas se le entregaron a In Bond Gema S.A.S

-828 botellas se le entregaron a Sinaltralic Seccional Valle

-396 botellas se le entregaron a Sintrabecolicas, entregadas a los empleados por aprobación en convención colectiva.

9.684 botellas se le entregaron a Terranova Wine & Spirits INC

5 de Diciembre se logró

- Durante el mes de noviembre se despacharon 1.230.910 botellas
- 3.078.846 botellas fueron despachadas a clientes nacionales
- 63.822 botellas fueron despachadas a clientes internacionales
- 16.594 botellas fueron despachadas a clientes por degustación
- 3.976 botellas fueron despachadas por pedido de regalías a trabajadores
- Durante los meses de noviembre y diciembre de 2015 se despacharon en total 3.163.238 botellas

De las cuales:

- 2.651.359 botellas se le entregaron al consorcio suprema
- 23.886 botellas se le entregaron a Bernardo Álvarez & CIA LTDA (Cliente Internacional)
- 4.228 botellas se le entregaron por Degustación a trabajadores y jubilados
- 399.319 botellas se le entregaron a la Unidad de Licores del Meta
- 41.222 botellas se le entregaron a Promerc S.A.S
- 5.784 botellas se le entregaron a De Castro Gonzales Fernando (Cliente Internacional)
- 10.800 botellas se le entregaron a Felipe Motta e Hijo S.A (Cliente Internacional)
- 10.932 botellas se le entregaron a Iber Europe Food and Services Import-exp (Cliente Internacional)
- 4.800 botellas se le entregaron a In Bond Gema S.A.S (Cliente Internacional)
- 828 botellas se le entregaron a Sinaltralic Seccional Valle
- 396 botellas se le entregaron a Sintrabecolicas
- 9.684 botellas se le entregaron a Terranova Wine & Spirits INC (Cliente Internacional)

4) CONCILIACIÓN PARCIAL ENTRE CONSORCIO SUPREMA Y LA INDUSTRIA DE LICORES DEL VALLE (ILV)

Se Procedió a contestar el documento OF-GG-106-15 que contiene una solicitud de **conciliación parcial** ante el Tribunal de Arbitramento. Se analizó la solicitud en un Comité de Gerencia, y fue negada. Me apoyo en la redacción de la respuesta que coadyuvó en la redacción el profesional especializado Moisés Banguera.

Referente al inciso 4 que dice “adicionalmente, esta solicitud tiene la especial característica que favorece los intereses de ambas partes...”, la ILV no comparte la interpretación que la solicitud de cuota de compra propuesta obedece a hechos perturbadores como las medidas de hecho adoptada por los trabajadores que afectaron la gestión comercial, como tampoco podemos aceptar como otro hecho perturbador que, la ILV no pueda producir la totalidad del producto requerido como cuota contractual para la vigencia 2015 por las siguientes consideraciones:

- Durante los dos últimos años el Consorcio Suprema durante los primeros meses del año no ha realizado compras, obviando que la empresa tiene unos gastos fijos mensuales y, que su plan de producción también lo programa mensualmente, como lo demuestran las cifras del año pasado cuando el 67% de las compras las hizo en los dos últimos meses del año. Esta inestabilidad en los pedidos perturba gravemente la producción anual y el flujo de caja mensual de la empresa contrariando lo ofertado en el plan de compras mensualizado. ver datos.

Compras del CS año 2013

PRODUCTO	CAP	ene-10	28-feb	31-mar	30-ABR.	31-may	30-jun	31-jul	31-ago	SEPT. 30/13	OCTUBRE 31/13	NOVIEMBRE 30/13	DICIEMBRE 31/13	TOTAL
TOTAL	750 c.c.	0	0	0	0	277.220	514.100	1.243.516	607.377	662.200	648.804	996.991	4.369.838	9.320.046

Compras del CS 2014

PRODUCTO	CAP	ene-10	28-feb	31-mar	30-ABR.	16-may	30-jun	31-jul	31-ago	SEPT. 30/14	OCTUBRE 31/14	NOVIEMBRE 30/14	DICIEMBRE 31/14	TOTAL
TOTAL	750 c.c.	0	0	0	0	66.000	16.700	151.116	430.996	383.508	748.860	827.220	5.468.829	8.093.229

PLAN DE COMPRAS MENSUALIZADO OFERTADO POR EL CONSORCIO SUPREMA

2013													
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	
	95.844	164.904	655.099	810.105	935.270	939.146	846.179	939.754	659.625	950.310	1.642.163	3.001.601	11.640.000
2014													
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	
	98.397	169.295	672.546	831.680	960.178	964.157	968.715	964.782	677.192	975.619	1.685.898	2.981.541	11.950.000
2015													
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	-
	100.496	172.908	686.897	849.427	980.687	984.731	887.252	985.369	691.643	996.437	1.721.873	3.147.300	12.205.020

Claramente se observa el incumplimiento mensualizado del CS, en el compromiso de compras ofertado, hecho que perturba gravemente la producción, debido a que trastorna el plan de producción mensualizado que presenta la empresa cada año; adicional a esto, se observa también el CS reiteradamente ha demorado hasta el último bimestre la definición de las cantidades por referencia y por categoría a comprar. Es decir, no puede argumentarse que la ILV no tiene capacidad de producción, cuando la capacidad instalada de la empresa es de 22.000.000 de botellas de 750 cc al año a un turno. Entonces no es apropiado que el CS demore las compras, demore los pedidos y luego nos presione a acordar una cuota irrisoria argumentando falta de capacidad de producción. En este sentido si miramos el plan de compras mensualizado ofertado por el CS a esta fecha solo la ILV está obligada a producirle y entregarle 3.147.300 botellas y para esta cantidad tiene el material y la capacidad de producción suficiente.

- b) Otro hecho que desvirtúa el argumento del CS que tenemos falencia en la producción es la mora en los pagos por parte del CS, mora que supera los 300 días, cuando el contrato habla de pago de contado y, pago de contado no es la interpretación comercial de los 30 días debido a que los propios pliegos condicionaban ese pago a menos de 5 días, cuando se estableció una escala “de contado; a 5 días, 10 días, a 15 días y a 30 días. Es tan absurda la mora en los pagos, que la ILV no recibió recursos de esa vigencia en el 2014, y tampoco en esta vigencia hasta la fecha. Estos hechos corroboran la teoría que los materiales utilizados en los dos últimos años ha sido financiada por los proveedores, acreedores y otros ingresos que la ILV se rebusca para poder sostenerse. Entonces, cual razón le asiste al CS para tratar de amedrentarnos con incumplimiento en la producción para que aceptemos una cuota de compra de 4.000.000?

AÑO	Recaudos	variación%	Variación 2012
2015	69.814.299.263	-15%	(77.591.634.737)
2014	82.294.956.664	-35%	(65.110.977.336)
2013	126.375.604.699	-14%	(21.030.329.301)
2012	147.405.934.000		

Según este cuadro la disminución de recursos de una vigencia a otra es descomunal, tan es así que el valor dejado de recaudar por la ILV en la vigencia 2015 con respecto al 2012 (\$ 77.591.634.737) es mayor a los ingresos causados en la misma vigencia. El cuadro muestra que el CS está atrasada en año (360 días), también muestra que el gran problema del negocio no es la suspensión de la entrega de productos, ni los hechos perturbadores que siempre han existido sino la falta de recursos del CS para asumir sus obligaciones con la ILV, igualmente muestra que la afectada por la supuesta acumulación de inventarios es la ILV quien ha financiado los mismos

Con lo anterior queda demostrado que la ILV tiene toda la capacidad logística para producir en un año la cantidad necesaria para ventas en el Valle de dos años y, que los problemas existentes son producto del incumplimiento en los pagos, los pedidos y en la demora en la entrega del presupuesto de compras por referencias del CS.

- c) Tampoco podemos aceptar que se culpe a los trabajadores de afectar la gestión comercial, interpretando su accionar como medidas de hechos, cuando solo exigían que se cumpliera lo acordado en el Contrato 20120122 por parte del Gerente General, quien como funcionario público está obligado a cumplirlo. Es claro que en Colombia y en cualquier país del mundo cuando un cliente es moroso se le suspenden los créditos, esa era y es la situación del CS con una mora en ese entonces de más de 180 días, días que supera la tradición comercial de los 30 días como pago de contado. Por el contrario lo que ha afectado gravemente a la ILV, al negocio, a los proveedores, a los acreedores y al Departamento es el incumplimiento del CS, que si se puede tomar como un hecho gravemente perturbador.

En cuanto a la Conciliación propuesta como cuota acumulada para el año 2015 de 4.000.000 de botellas de 750 cc, es gravísimo que el CS suprema proponga comprar solo el 30% de la cuota contractual, cuando es claro y preciso que con esta cantidad de botellas la empresa entra en un estado de insolvencia económica presentando un patrimonio negativo, una pérdida neta por (\$24.584) millones, déficit presupuestal de más de (\$15.000) millones y déficit de caja elevado.

Igualmente, es lamentable para el Departamento del Valle del Cauca, concretamente para la salud, educación y deportes pasar de causar \$ 104.000 millones en épocas anteriores a tener en el 2015 una causación de \$ 33.408 millones; se reducirían los recursos en más de \$ 70.000 millones en este año.

La propuesta que hace el CS es prácticamente llevar a la inmovilización a la empresa, teniendo en cuenta que por ley la empresa jamás podrá recuperar ese patrimonio, en el entendido que no puede acumular utilidades y, que ellas son objeto de monopolio y pertenecen al Departamento hoy en el 80% y, en el proyecto de ley 152 pasaran al 100%. Es decir la naturaleza de estas empresas está concebida para no tener pérdidas y dar siempre utilidades.

No entendemos porque el CS habla que esta propuesta tiende a proteger a las partes, cual protección, si nos volvemos insolventes?. Porque las otras rentas Departamentales que dependen de los licores están creciendo, incluido el ron Caldas, cuando la aceptación del ron nuestro es mucho mayor y venia en línea ascendente. La protección de la ILV era haber realizado una reingeniería en la ecuación (precio, producto, mercado) y, presentar una propuesta novedosa con el objeto de incrementar o sostener las ventas, todas las actas y cartas hablan de reducir cuota, del estudio de Nielsen analizado desde el punto de vista facturación pero sin hacerle los ajuste a los datos que demanda este mercado tan imperfecto.

En la página 7 del documento en mención, el CS suprema hace mención al producto facturado pero no entregado. Al respecto es importante preguntarle al CS porque no hace los mismos comentarios cuando reclamo la bonificación y el estímulo del 2012 y el plan comercial del 2013 y, está reclamando en el Tribunal la bonificación del 2014 teniendo como base de cálculo estas unidades no entregadas, no se le puede olvidar al CS que a esta situación se llegó por la falta de pagos, porque parte de esas unidades (oferta realizada por el propio CS) quedaban como respaldo de la cartera en inventarios, esta figura fue consensuada, con el argumento que el CS tenía una acumulación de inventarios el cual estaba en capacidad de cubrir el mercado hasta que la ILV pudiera pagarle a los proveedores producto de los abonos recibidos del CS.

Si el cuadro adjunto en la página 8, donde se muestran las supuestas afectaciones de entrega de producto al mercado son ciertas, la conclusión es que el CS no posee saldos de inventarios y ante esta realidad tampoco debiera tener cartera pendiente de pago con la ILV proveniente de la venta de licores, la cual a la fecha es de \$ 43.842 millones. Cabe la pregunta, ¿la afectación del mercado no es cierta porque aún tenían inventarios, o donde están los recursos que ya los clientes pagaron y no se transfirieron a la ILV?.

En la página nueve del mismo documento, el CS afirma que ha venido pagando la cartera causada en el 2014 como se acordó en el convenio tripartita con INFIVALLE. Al respecto es claro que no es correcta esta afirmación como lo demuestra la mora en las cuotas de octubre, noviembre y diciembre de 2015 que suman más de \$ 25.642 millones sin incluir los \$ 5.000 millones que quedaron por fuera del convenio. De estos a través de la figura del margen acordado en el acta de 31 de octubre de 2015 solo se han abonado más de \$ 4.000 millones, caso atípico porque la cartera del 2014 se debió cancelar con las ventas de ese mismo año; esto demuestra que el CS no transfirió los recursos a la ILV en el momento que los clientes pagaron esa cartera. Se aclara que el convenio suscrito con INFIVALLE no es un acuerdo de pago entre la ILV y el CS, si esto fuera cierto sería grave porque no es usual ni razonable hacer convenios de pagos con clientes vigentes en negocios del Estado.

Con estos argumentos, cuadros y soportes desvirtuamos el supuesto incumplimiento que nos quiere indilgar el CS para hacernos parte de una conciliación en cuotas a todas luces perjudicial para el presente y futuro de la empresa.

Reitero, mis criterios y apreciaciones consignadas en el informe que entregue en agosto 2015. Por otra parte, llegamos a uno de los nudos centrales de la discusión. En la cláusula sexta del Contrato denominada **Término de entrega de los productos vendidos al contratista**, en su inciso segundo advierte:

EL CONTRATISTA debe acreditar el pago de contado, para lo cual tendrá en cuenta la propuesta, el contenido de la invitación y específicamente lo regulado en la misma respecto de la evaluación de este criterio. Si el pago no se realiza de contado se causaran intereses a la tasa vigente para operaciones comerciales.

Resulta por demás ambigua la redacción anterior, toda vez que primero habla de un pago de **contado**, es decir, se entrega el producto cuando se realice el respectivo y pago, y no al contrario, de ahí que, el pagar de contado se traduce en que no es plausible hacer entrega del producto sin el respectivo pago, por tanto, la parte final contradice la inicial, pues venimos hablando de pago de contado y pasamos hablar de intereses si tal pago no se realiza; es por demás extraño que si los términos de referencia de la invitación concedió un puntaje de 500 puntos por compra de contado y si las partes fijan como **CONDICIÓN** tal pago, luego se termine hablando de **INTERESES** por mora en la misma cláusula. Al margen de lo anterior, más concretamente, al **contado** es una voz de naturaleza comercial que equivale **en efectivo, en dinero, en especie**, dicho de otra manera, significa la forma de pago sin plazo estipulado o señalado, lo que se traduce en que al momento de contraer la obligación o deuda que nace en este caso de la entrega del producto de la **INDUSTRIA**, se genera el pago de manera instantánea, en contraposición a la forma de pago a plazo.

Ahora bien, si leemos esta cláusula en conjunto con la séptima, ocurre lo mismo que antes. Estamos hablando de la ambigüedad, pues si bien es cierto se habla de pago de contado, se abre la puerta trasera de esta manera:

Lo correspondiente al precio base del producto el mismo se pagará de contado, teniendo en cuenta lo ofertado por el CONTRATISTA en la propuesta que da lugar a este contrato y lo

regulado en la invitación respecto de la evaluación de este ítem, so pena de incurrir en intereses a la tasa vigente permitida por la ley para operaciones comerciales.

De lo anterior, queda claro que el Contrato **obliga** al pago de contado en los términos contenidos en la invitación y la evaluación del criterio, que recordemos fue:

ASPECTOS CALIFICABLES	PUNTAJE
Modalidad de Pago	500
Crecimientos en compras	500

A este respecto conviene recordar que los Aspectos Calificables fue precisamente lo que permitió al **CONSORCIO SUPREMA** salir ganador.

Una vez abordado este primer nudo, pasamos a otros aspectos que captan nuestra atención. Tendremos que decir que mediante este contrato se materializó en lo fáctico una **COADMINISTRACIÓN**. Decimos esto, porque una cosa es distribuir y otra, es tener la obligación según lo pactado en el Contrato, de contar con la autorización previa del **CONTRATISTA** para temas del resorte exclusivo de la **INDUSTRIA**. A continuación, tomemos la cláusula novena donde se pacta **El Plan Financiero y Publicidad de los Productos de la Industria**, donde se pactó que sería la **INDUSTRIA** la encargada de fijar y desarrollar las políticas de promoción y publicidad, así como de la ejecución presupuestal del Plan Estratégico de Promoción y Publicidad de los productos de la Industria de Licores del Valle. No obstante, la **COADMINISTRACIÓN** se materializa cuando en la misma cláusula bajo el subtítulo **RECURSOS EN PRODUCTO** señala:

La ejecución del Plan Comercial y de Mercadeo estará a cargo del comité de mercadeo integrado por el Subgerente de mercadeo comercial, Jefe de Canales de Ventas, demás funcionarios y asesores de **LA INDUSTRIA** y los Jefes Comerciales y de Mercadeo del **CONTRATISTA**, quienes son los especialistas del mercado.

Las actividades que sean aprobadas en dicho comité deben tener el visto bueno del Gerente de la **INDUSTRIA** y del **GERENTE del CONTRATISTA**. (Subrayado fuera texto).

Para la **INDUSTRIA DEL LICORES DEL VALLE** quien funge como dueño de la marca, haberse sometido al visto bueno del **CONTRATISTA** previo ajuste conjunto de su *Plan Estratégico*, no es otra cosa que perder su capacidad de decisión en un asunto del cual es el mayor afectado y que desborda el quehacer de un distribuidor. Corresponde ahora hacer una breve análisis de las obligaciones del **CONTRATISTA** de las que habla la cláusula **UNDÉCIMA**. Veamos:

- 1) Vender las cantidades mínimas mensuales y anuales de los productos **comprados** a la **INDUSTRIA** en el Departamento del Valle del Cauca.
- 2) **Pagar** los productos comprados a **LA INDUSTRIA** en la forma pactada en este contrato.
- 12) **Garantizar** el buen manejo del producto durante su traslado desde la planta San Martín hasta su destino final.

Nos hemos referido a estos y no a otros, por la discusión que se surte ante el **TRIBUNAL DE ARBITRAMIENTO** donde los anteriores numerales en el entendido del suscrito, son vitales para la discusión, además, de reforzar la petición elevada por el apoderado de la **INDUSTRIA** quien solicita se condene al **CONTRATISTA** por el incumplimiento entre otras de: 1) Haber incumplido las compras y 2) por haber incumplido de forma grave el contrato en lo que se refiere a la forma de pago. Del análisis fáctico se desprende que el **CONSORCIO SUPREMA** ha vulnerado abiertamente las obligaciones establecidas por el Contrato, máxime, cuando la **INDUSTRIA** le otorga el carácter de **DISTRIBUIR EXCLUSIVO** de sus productos, lo que en el quehacer diario crea un círculo vicioso: el **DISTRIBUIDOR** con quien se pactó el **PAGO DE CONTADO** no paga y desea que siga entregando producto, y al mismo tiempo, la **INDUSTRIA** necesita vender y no puede sino con éste en cumplimiento de la cláusula de exclusividad. Lo anterior, produce serios problemas de sostenibilidad de la **INDUSTRIA**.

El incumplimiento en los pagos en cabeza del **CONTRATISTA** además de la problemática asociada a la distribución del producto, nos llevan al análisis de la cláusula décima séptima titulada **Terminación anticipada del contrato por incumplimiento grave imputable al contratista**, que en su numeral primero señala: 1) El incumplimiento en las ventas mínimas establecidas en este contrato en un porcentaje inferior al 80% de las unidades que debe comprar en cada año y establecidas.

De lo anterior, junto con el análisis fáctico, es plausible concluir que el **CONTRATISTA** ha incumplido, cosa que ha desatado una situación que genera un ambiente de crisis donde la **INDUSTRIA** "debe" *coadyuvar* en la búsqueda de salidas para que su **DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO** no naufrague y ella también. Con esto en mente, podría el lector formarse un juicio respecto de la salida a tan tortuoso Contrato que a todas luces parece ser diseñado para que el **CONTRATISTA** sea el mayor beneficiado. No obstante, nuestro análisis estaría incompleto sin la lectura de la cláusula vigésima segunda que advierte:

Se entienden incorporadas al presente contrato las cláusulas consagradas en los artículos 15, 16, 17 y 18 de la Ley 80 de 1993, correspondientes a la caducidad, terminación, modificación e interpretación unilateral, en los términos establecidos en dichas normas.

En este orden de ideas, no todo es gravoso a pesar que el **CONTRATO** establece de facto una **COADMINISTRACIÓN**, nos referimos más concretamente a la cláusula vigésima octava **CLAUSULA DE INDEMNIDAD**. En su numeral siete (7) dicha cláusula señala:

El CONTRATISTA acepta el acepta que el carácter del contrato de distribución es diferente al contrato de agencia comercial, en razón de lo cual, renuncia ahora y para todos los efectos a cualquier reclamación y/o contraprestación económica diferente de la que resulte del mayor valor del precio de venta a terceros de los productos objeto de la distribución; renunciando en especial a lo mencionado en el artículo 1324 del Código de Comercio.

Con esto en mente, pasamos a nuestra primera sugerencia, por entender que es lo mejor para la **INDUSTRIA**, se trata de la cláusula vigésima séptima titulada **LIQUIDACIÓN DEL CONTRATO** en su inciso segundo advierte: "En caso de no existir mutuo acuerdo entre las partes para la liquidación del **CONTRATO**, podrá la **INDUSTRIA** liquidarlo unilateralmente, mediante acto administrativo motivado".

Hasta aquí el análisis del Contrato a la luz del derecho comercial (Privado), ahora corresponde abordar la cláusula compromisoria y referirnos a sus alcances y límites en la práctica.

ACUERDO PARA PAGOS VIGENCIA 2015

Es de aclarar que ante todas las circunstancias emanadas y con el ánimo de seguir desarrollando el contrato entre las partes, se firmó un **ACUERDO** entre los actores del contrato el 30 de octubre de 2015 con una duración que opera a partir de la firma del mismo y hasta el 31 de diciembre del 2015, con el fin u objeto de buscar alternativas como lo indicó el Tribunal de Arbitramento de cara a viabilizar el flujo normal del contrato N° 20120122 en lo referente a la atención de los canales y definir esquemas de recaudo de los recursos, provenientes de las ventas que realice el consorcio, del producto correspondiente a las botellas a colocar en canales por parte del CS durante el tiempo restante de la vigencia 2015, funcionamiento del esquema, el CS realiza la operación logística de toma de pedidos y facturación a los diferentes clientes de las botellas a colocar en la vigencia 2015, en virtud del contrato 20120122, los recursos de dichas ventas serán consignados en las cuentas de Infivalle que la ILV designe, los cuales serán trasladados de inmediato a la cuenta 187 de la ILV, en los siguientes términos: a) los pagos provenientes de los mayoristas se consignan dentro de los cinco (5) días siguientes a la entrega del pedido; b) los pagos provenientes de las grandes superficies se consignan dentro de los quince (15) días a la entrega del producto; c) los pagos provenientes del canal tradicional (TAT) al día siguiente de la entrega del pedido. Lo anterior incluye la participación del Departamento del Valle, el ingreso base de la ILV, y el margen del comercializador (retornando un 20% al CS para su operación logística y el 80% para cubrir cartera 2014).

5) ACTIVIDADES DENTRO DE LA FERIA DE CALI: CORFECALI, ENSALSATE, CARPA DEL CLUB SAN FERNANDO Y TELEPACÍFICO.

A raíz de las pocas críticas que se dieron por la participación de la **ILV** en la feria de Cali del año inmediatamente anterior, toda vez que dos miembros del sindicato de Sinaltralic manifestaron que la situación económica de la empresa no era la mejor para participar de dicho evento, relieve que debíamos de tener en claro que era la mejor oportunidad para invertir y promocionar los productos los cuales fabricamos y son de consumo masivo en magno evento anual, por lo cual considero que fue de vital importancia la participación de la **ILV**, dando a conocer y pautando su producto por diferentes medios. Procedí a responder un comunicado de diciembre 23 de 2015, donde el sindicato sinaltralic expresaba estar preocupado por una contratación que denominaron desatinadamente como desafortada para la Feria de Cali.

Sobre el aspecto del aporte a Corfecali, yo nunca le manifesté al Sr. Víctor Escobar que propiciaría un aporte de \$300.000.000 mcte como él lo afirmó en ese comunicado. Lo que manifesté lo hice en términos generales de buscar rebajar el aporte a Corfecali por la situación financiera de la ILV. Por esa razón cité a los Sindicatos y algunos subgerentes para analizar la vinculación de la ILV a la Feria, ya que en un evento de esta magnitud no podíamos estar por fuera o marginalmente y la reunión fue sugerida por la señora Luz Stella Gutiérrez Presidente de Sintrabecólicas. Al iniciar la reunión usted se retiró molesto porque pretendió alterar los temas propuestos que eran sólo para la Feria de Cali, permaneciendo allí entre otros Jhon Jairo Correal que intervino acertadamente y Amylkar Quintero. Se aprobó un aporte de \$600.000.000 mcte con tendencia a buscar la apropiación de otros \$100.000.000 mcte porque no podríamos otorgar la misma partida del año pasado por la disminución de las ventas propuestas, partida que fue de \$1.100.000.000 mcte que no admití, entiendo que en años anteriores se dieron partidas de \$2.500 millones y \$3.000 millones y se propuso buscar una contrapartida por iniciativa de Moisés Banguera, Profesional Especializado IV de \$400 millones que el Consorcio Suprema hiciera en virtud a que ellos comercializan y se benefician con las ventas; por ende necesitan publicidad y esta la propicia CORFECALI con todos los escenarios de su programación. Entonces no es desafortada, ya que todos los presentes a la reunión acordaron la vinculación de la ILV a la Feria de Cali.

Las escuelas de baile en Cali funcionan unas como academias de enseñanza, otras como escuelas, otras como microempresas de amigos (mutualistas), otras como verdaderas famiempresas artesanales que, tienen en la ciudad unas 130 de ellas, 70 están debidamente formalizadas e inscritas en la Secretaría de Cultura de la Alcaldía. Se ha llegado a pensar en construir un epicentro que las congregue, se dijo que podría ser en las

bodegas de la antigua Licorera del Valle (calle 1 con carrera 26 y contiguas), para que dispusieran los grupos de salsa de amplios espacios de ensayo y sitios de esparcimiento, Fabiola Perdomo en ejercicio de las funciones de Secretaria de Cultura Departamental durante la Gobernación de Ubeimar Delgado,, propuso construir un museo de la salsa que, podría funcionar allí y disponer de espacios para la preparación y entrenamiento de los grupos salseros. Esa es una de las debilidades y carencias que tienen muchos grupos de salsa: no disponen de espacios apropiados para el entrenamiento ni condiciones físicas para desplegar durante el año sus actividades, ni sitios de congregación, integración e interacción, ni asesorías subvencionadas por el Estado regional (Gobernación y Alcaldía). La Industria de Licores del Valle (ILV), apoyó a CORFECALI para la realización de la Feria de Cali 2015 no solo para tener presencia en los escenarios y posicionar la marca con los productos, también pensamos en el apoyo a las escuelas de salsa que Corfecali tiene entre sus cometidos y propósitos, subvencionándolos. Esto es concomitante con la finalidad constitucional de las industrias licoreras en Colombia, artículo 336 de la Constitución, sus réditos o ganancias están destinados a la salud y a la educación, también a la recreación y el deporte. Las escuelas de salsa en Cali hacen parte de una actividad recreacional, deportiva y cultural, por ende se enmarcan en la finalidad de la ILV, y deben apoyarse, En este razonamiento me base para decidir el aporte económico del 2015 y pagar el atraso de la deuda del año 2014. Y en la tenacidad y capacidad gerencial de Luz Adriana Latorre que, no desfalleció para sacar la feria adelante.

También aportamos al espectáculo de Ensálate, una especie de DELIRIO que funciona desde el Hotel Dann Carlton una vez al mes y durante toda la feria, de manera diaria. Otra empresa que ha tratado de brindar espectáculos de esta naturaleza durante el año ha sido Salsa –Cabaret del mulato con la ayuda de Rafael Quintero Valverde, coautor del libro sobre las orquestas de mujeres. La ILV también durante la feria del 2015 se vinculó a la Carpa del Club San Fernando con 24 orquestas en seis días, 18 de ellas internacionales, entre ellas, el grupo La Van Van de Cuba, los Hermanos Lebrón, el Gran Combo de Puerto Rico, Andy Montañez, Willy García, Pedro Brull, Ray de la Paz, Roberto Blades, orquesta Calibre, Roberto Lugo, Orquesta de Tonny Vega, Pupy Santiago, Cali Charanga, Maelo Ruiz, Luisito Carrion, Pedro Arrollo... Y apoyamos las transmisiones diarias de TELEPACIFICO, por ser una empresa hermana dentro de la estructura administrativa de la Gobernación del Valle. Obtuvimos un registro diario con los enunciados constantes de los presentadores sobre el apoyo que ofrecimos y ejecutamos.

Cada diciembre varias de las academias y escuelas son escogidas y salen al salsódromo para deleitar y mostrarse; el turismo ha crecido por esta empresa rumbera con espectáculos mejores que los de Cuba, en Varadero y el mismo Teatro Nacional. La variedad de formas, estilos, corrientes salseras, con la mezclas de gimnasia musical, acrobacias, innovaciones, han hecho que viajeros de muchos países tengan a Cali como el epicentro de la salsa tanto del caribe como del pacífico por nuestra posición geográfica con los dos mares. En la película **Delirio** concursan para poder lograr acceso a la carpa salsera del mismo nombre, porque desde allí se decide quienes saben bailar. Su antecedente fue la película caleña **“Tacones”** del director Pascual Guerrero, rodada a comienzos de la década de los años 80s, un musical con argumentación.

Sobre el otro punto “patrocinio publicitario a medios de comunicación” tampoco es cierto que se fuere a entregar patrocinio por \$200 millones, el cálculo era por \$75 millones para 12 medios de comunicación, Plan de Medios que no se realizó por la lentitud en los trámites administrativos para otorgar la publicidad con una serie de requisitos similares a la de la contratación de una obra pública, haciendo a un lado el uso expedito de las ordenes de servicio que son los instrumentos dinamizadores utilizados dentro de las empresas industriales. Esta es otra razón que explica la no puesta en marcha del plan de medios y que el manejo del tiempo no permitió, a quienes se les iba a otorgar eran periodistas de opinión y de prestigio en la región porque en mi criterio, un Plan de medios es necesario en una industria como en la ILV, no sólo por el manejo de imagen institucional sino por el posicionamiento de los productos, mucho más en el mes de diciembre. Entonces la expresión desafortunada tampoco cabe y la cifra que ustedes ponen no existió y el plan de medio se canceló, pese a que en la reunión de la que usted se retiró fue aprobado ese plan de medios por todos los presentes. Entiendo que durante el año 2015 la ILV no asignó, ni entregó pauta publicitaria a los medios de comunicación que manejan programas de opinión, otra cosa son emisoras comerciales y musicales. Muy diferentes a franjas de opinión. Esta es una razón de peso para haber pensado en un plan de medios para el mes de diciembre y creí conveniente enlazarlo con la estrategia de una alianza de medios de comunicación. Pero lo que al final se dio por el maltrato y mal manejo en la relación con los periodistas, fue una degradación de los medios de comunicación que habían sido invitados, al eludirlos con expresiones hoscas, corre el riesgo la ILV de quedar aislados de los medios que si reproducen imagen institucional y no sólo del producto.

Sobre el tercer punto, la carpa Club San Fernando también se abrió la discusión en la reunión con miembros del sindicato de la cual usted se retiró y que duró 2 horas. Entre todos (Administración y sindicatos) se acordó vincularse a ese evento con un convenio de \$250 millones. Adicionalmente para completar el acuerdo pactado por la administración y el empresario Carlos Paz desde mediados del año 2015, con la entrega de producto promocional, con exclusividad de venta para la ILV y difusión del evento. Los eventos de la carpa con 24

orquestas nacionales e internacionales, se ha registrado por los diferentes medios como uno de los más concurridos en la sumatoria de asistencia, si se compara con los superconciertos realizados.

En ningún momento he entrado en contradicción con los mismos argumentos expuestos en las diferentes reuniones con los sindicatos, con el Comité de Gerencia, Comité de Producción o funcionarios de las diferentes áreas que componen la estructura administrativa de la ILV.

6) ULTIMO PEDIDO DEL AÑO

Es de vital importancia y nos vemos abocados a llevar a cabo este tipo de situaciones de exigencia con el CS, para poner en función el contrato que se firmó desde inicios del mismo, para llevar a cabo una buena relación entre las partes y adecuar financieramente a la ILV para así cumplir con los acreedores en diferentes tipos de instancia. Por ello se tomó la decisión de no suministrar el total del pedido que se dio por parte del CS.

A través de este primer oficio comuniqué y sustenté la viabilidad y aprobación de un pedido realizado por el Consorcio Suprema, pedido No. 117 por la cantidad de 381.600 unidades de 750 cc. En mi percepción, apreciación y comprensión de la dinámica de ventas que se ha venido realizando desde el 20 de noviembre (fecha de la iniciación de mis labores), en consonancia con el Acuerdo del 30 de octubre de 2015, he observado que el Consorcio Suprema está cancelando los pedidos con un atraso no mayúsculo y esto ha permitido un flujo de caja para sortear las obligaciones de nómina, pensionados y compromisos con acreedores.

Ahora frente al pedido No. 117 y comparando o compulsando las consignaciones de la última semana de diciembre, \$3.500 millones, considero que este pedido puede proceder con la entrega de 120.000 unidades de 750 cc en un Mix ABVSA y RMV que procederán a pagar en la primera semana de enero de 2016 y se compadece con el pago realizado. No hacerlo es inmovilizar en ventas a la ILV y dejar desabastecido los canales de cara al 31 de diciembre

Respecto al segundo oficio número 100.240.141 que les remití, referente al pedido Número 117 que solicitó el CS, debo hacer una precisión. Al autorizar solo la venta de 120.000 unidades y no de las 380.000 solicitadas (ambas cantidades rechazadas por los sindicatos), lo hice porque el pago de tres mil quinientos millones (\$ 3.500.000.000) hecho esta semana por el Consorcio Suprema (CS), permite colegir que cumplirán con el pago de las 120.000 unidades en los primeros días de enero 2016, en desarrollo del acuerdo del 30 de octubre. Y no autorizo las otras 260.000 unidades por los incumplimientos al pago de la cartera vencida, al pago de las obligaciones de fin de año con INFIVALLE, y por la morosidad gradual al pago de los licores entregados en los últimos dos meses, que si bien es cierto han venido cubriendo esas compras, la tardanza en días afecta la operatividad y funcionalidad de la ILV.

7) POSICIÓN SOBRE EL PROYECTO DE LEY QUE PRETENDE PRIVATIZAR LAS LICORERAS Y ACABAR CON EL MONOPOLIO ESTATAL (MINISTRO, MAURICIO CÁRDENAS).

Me permito entregar mi apreciación sobre el proyecto de Ley 152(en la Cámara de Representantes) que busca reformar el monopolio de los Departamentos sobre la producción de licores y abrirle espacio a los particulares para la producción de estas bebidas, asimismo disminuye los gravámenes a los licores extranjeros dejándolos al nivel de los nacionales.

El monopolio sobre la producción de bebidas alcohólicas es una gran renta para los departamentos siempre y cuando no existiera el contrabando, la adulteración, la competencia desleal y clandestina de destilerías y sobre todo, siempre y cuando las industrias departamentales de licores puedan ejercer la distribución y las ventas directas como ha sido la costumbre comercial. Pero cuando el monopolio se transfiere a través de la distribución, a los particulares, de nada sirve una empresa industrial y comercial reducida a la impotencia y doblegada a unas cláusulas exorbitantes.

Es de aclarar que en la medida en que se ponga en riesgo la permanencia del monopolio rentístico en cabeza de los entes territoriales (los departamentos), esto desestabilizaría las fábricas de licores que no están en condiciones de competir abiertamente con los licores importados; toda vez que existen Tratados de Libre Comercio (TLC). En la medida en que no se asegure la permanencia de esas licorerías se ponen el riesgo recursos sumamente importantes que son destinados para salud y educación de los departamentos.

Si el Departamento del Valle regresa a la senda de la distribución directa, hay que defender el monopolio departamental de la producción. Pero si se retorna a la entrega de la distribución a un solo comercializador, da lo mismo que el articulado de ese proyecto de Ley abra las puertas a la competencia con productores privados y

permita la importación de licores extranjeros porque los impuestos y regalías que se obtengan y el cobro sobre la apertura de empresas privadas produciendo, sería igual a los escasos réditos que ha venido obteniendo. En el Valle desde hace 20 años (durante la Gobernación de Germán Villegas, comenzaron a permitir la distribución de particulares que diezmaron las ganancias del Departamento.

Teniendo en cuenta lo anterior, esta apreciación tiene por objetivo analizar de una manera integral las diferentes acciones que el gobierno nacional quiere implementar para minimizar los ingresos de los entes departamentales y así poco a poco ir sacando del mercado a las licoreras que quedan en el país, para que con ello se logre un solo fin: llegar la empresa privada a tomar las riendas del negocio y crecer el mercado; con esto lograr que la tributación quede del orden nacional y solo por participación se tenga en cuenta a los entes departamentales.

8) SOBRE EL TERMOENCOGIBLE

Recibí información desde Buenaventura y en Cali, con preocupación e incertidumbre sobre la utilización de un empaque termoencogible, presentado como fullbody, revistiendo botellas de aguardiente que llevan a suspicacias sobre el origen del licor y los subsiguientes efectos. Se dijo inicialmente que allí habían revestido un aguardiente cristalizado que era incomercializable. De la manera más atenta me permití solicitarle al CS la siguiente información con el ánimo de exponer ante los diferentes medios de comunicación, si fuese necesario, que lo puedan indagar, a los actores de los procesos comerciales y demás involucrados, las razones.

Solicité que respondieran las siguientes preguntas e interrogantes:

- Permisos y registros del INVIMA, conceptos y demás Sobre la llamada presentación Navidad, desde la empresa productora y si es el caso desde el consorcio suprema.
- Unidades a realizar y lotes de ellas.
- Valores de dicho proceso, en donde es importante detallar el costo por unidad y si este valor será o no asumido por la ILV.
- Documento donde se avala dicha estrategia pues a la luz del contrato vigente debería ser avalado por la ILV.
- Campaña de socialización a diferentes canales de distribución y consumidor final.
- Campaña de medios, si la hay para ello.
- Ventajas comerciales sobre esta estrategia.
- Unidades colocadas en el mercadeo y en que canales, regiones específicamente.
- Tiempo estimado de duración de esta estrategia.

Procedí también a responder el comunicado del Sr Víctor escobar Firmado en diciembre 21 de 2015, donde expresó la preocupación por el revestimiento que presentaron las botellas de Aguardiente Blanco del Valle. Nos reunimos con la Dirección de Rentas, en a sala de juntas de la ILV y se hicieron las observaciones correspondientes, escuchamos los comentarios de sus funcionarios y las atinadas observaciones del Dr. Alexander Henao.

En virtud del comunicado procedí a informarle a la Dra. Amparo Cardona, que la Industria de Licores del Valle (ILV), desconocía el origen de la autorización del revestimiento de cuerpo completo o termoencogible diseño de Navidad que se le realizó a las botellas en mención, de igual manera por parte de esta Gerencia, se realizó un comunicado al Consorcio Suprema mediante oficio N° 100.24.0135, fechado el día 16 de diciembre de 2015, para que se explicara el por qué de esta determinación, sin previo aviso ni permiso de la ILV. Por tanto insté nuevamente a mediados de diciembre, para que se hiciera el decomiso pertinente en operativos a que hubiere lugar con el producto en mención, dado que la ILV no conoció, ni ha conocido de ninguna manera la explicación pertinente para que el CS utilice este tipo de revestimiento, causando así suspicacia entre los consumidores, desconfiando de la marca y producto.

9. INFORMES EJECUTIVOS DE SUBGERENTES

9.1 SUBGERENCIA DE CONTROL INTEGRAL

La oficina de Control Integral en cumplimiento de los mandatos constitucionales y legales vigentes, ha venido desarrollando la evaluación del conjunto de sistemas, métodos y procedimientos de control, que la entidad tiene al interior de su estructura funcional y operativa, con el fin de lograr que se cumplan los objetivos que garanticen la efectividad de los principios establecidos para la función pública.

Se estableció el cronograma general del plan anual de trabajo para el año 2015, involucrando en él las Auditorías Integrales de MECI-Calidad y las Auditorías Internas, aprobado por la Gerencia General, de las cuales se han ejecutado (3) de las (6) programadas y (4) adicionales al plan.

La Subgerencia de Control Integral realizó acompañamiento a la auditoría regular de la vigencia 2014 efectuada por la Contraloría Departamental entre los meses de Julio a Septiembre del 2015, se recibió el informe preliminar para el derecho a la contradicción el 01 de Octubre/15, dando esta respuesta por parte del equipo directivo el 05 de Octubre 2015. Se realizó la contradicción de (22) hallazgos administrativos quedando pendiente al día de hoy la respuesta por parte de este ente de control.

Se realizó una revisión diaria a los procesos de entrega de materia prima, preparación de licores, despacho de producto terminado y alcoholes; comparado con la producción diaria, sin encontrar inconsistencia entre estos procesos. Actualmente nos encontramos verificando los inventarios Kardex (sistema) vs. Físico en cada una de las bodegas (Producción, Almacén General y Producto Terminado) para el cierre de la vigencia 2015. Adicionalmente se tiene programado el inventario del material logístico con el contratista actual.

De las auditorías ejecutadas durante la vigencia 2015 tenemos pendiente por cerrar las siguientes:

Auditoría realizada a la pérdida de 700 cajas en las instalaciones ILV.

Auditoría de cuentas por cobrar vigencia 2014.

Auditoría de cuentas por pagar vigencia 2014

9.2 SUBGERENCIA ADMINISTRATIVA

Personal Adscrito a la Subgerencia Administrativa por Área

#	Área	Cantidad
1	Talento Humano	6
2	Compras	2
3	Almacén	3
4	Seguridad y Salud en el Trabajo Inventario e Inservibles	2
5	Sistema Integrado de Gestión	1
6	Servicios Generales	5
7	Sistemas	5
8	Gestión de la información y comunicación interna	2

Datos de Nomina Personal vinculado a la ILV

Total Empleados Públicos.....10
 Vacantes.....0
 Total Trabajadores Oficiales.....92
 Vacante.....1
 Aprendiz Sena:.....04
 Cupo.....01
 Proceso de Liquidación quincenal
 Costo Nómina Mes \$345.000.000,00
 Costo Seguridad Social y Parafiscales Mes \$113.500.000,00

Total Jubilados	437
Costo Mesada Mes.....	\$638.500.000,00
Costo Seguridad Social y Parafiscales Mes	\$87.000.000,00
Jubilados plenos.....	90
Sustituidos:.....	107
Compartidos ISS.....	240

Resultados 2015

Sistema de Gestión Integral SIGIL

Durante el periodo 2014 – 2015, se inició el proyecto de Armonización de los diferentes Sistemas de Gestión aplicables a la ILV, para integrarlos en un solo sistema de gestión integral, entre ellos el Sistema de Gestión de la Calidad, el Sistema de Control Interno, el Sistema de Gestión en Salud y Seguridad en el Trabajo, el Sistema de Gestión Documental y Buenas Prácticas de Manufactura.

Preparación y orientación de las actividades que lograron la continuidad del Sello de Calidad de Producto al Aguardiente Blanco del Valle y Ron Marques otorgado por el ICONTEC.

Así mismo, durante el año 2015 se realizaron las gestiones necesarias para en los ajustes al SGC, de tal manera que se logró la continuidad en el otorgamiento del Certificado de Calidad del Modelo de Gestión.

De manera general, se realizaron los siguientes

- Conformación mediante acto administrativo de los diferentes grupos que participan en la implementación y mantenimiento del Sistema de Gestión Integral.
- Elaboración del documento Planificación de cambios del Sistema de Gestión Integral, donde se consignaron las actividades necesarias para el ajuste del modelo de gestión según los cambio normativos de cada sistema de gestión. Entre ellos se incluye:
 - ✓ Ajustes al Mapa de Procesos que se consideraron pertinentes.
 - ✓ Identificación de nuevos procesos los cuales fueron incluidos en el Mapa de Procesos: Gestión de la Infraestructura Física y Responsabilidad Social.
 - ✓ Realización de cambios a las denominaciones de cada procesos
 - ✓ Caracterización de los nuevos procesos
 - ✓ Actualización de las Caracterizaciones que se consideraron necesarias
 - ✓ Elaboración del Procedimiento de Ingreso y Salida de las Instalaciones de la ILV
 - ✓ Elaboración del Procedimiento para el control y manejo de sellos de seguridad
 - ✓ Elaboración del Procedimiento de PQR
 - ✓ Actualización del Procedimiento de Compras
 - ✓ Actualización de los procedimientos solicitados por las diferentes áreas.
- Actualización del manual de funciones de todos los cargos de la ILV, incluyendo las actividades relacionadas para cada uno con el Sistema de Gestión Integral y designación de los responsables de procesos y subprocesos.
- Se asignó a la Subgerencia Administrativa la responsabilidad de liderar y coordinar lo relacionado con el Sistema de Gestión de la ILV, Buenas Prácticas de Manufactura y Modelo Estándar de Control Interno.
- Elaboración y orientación en la ejecución de los planes de mejora para dar solución a los hallazgos del INVIMA relacionados con las Buenas Prácticas de Manufactura. A la fecha se encuentran solucionadas en un 90%. Acciones de gran impacto por cuanto implica la obtención del Certificado por parte del INVIMA.
- Desarrollo de capacitaciones requeridas de los Sistemas de Gestión de Calidad, Sistema de Control Interno y Buenas Prácticas de Manufactura, Manejo de Residuos Sólidos, Manejo y Control de Plagas, entre otras. En estas capacitaciones se logró el apoyo del SENA, ESAP.
- Se elaboró y ejecuto el Plan de Limpieza y Organización de materiales en desuso.
- Señalización de las bodegas para el tránsito de personas, vehículos y de las practicas higiénicas

Actos Administrativos expedidos relacionados con el Sistema de Gestión Integral

1. Resolución 100.02-952. "Por medio del cual se adopta el Decreto 1686 de 2012 se designa Coordinador de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) de la Industria de Licores del Valle.
2. Resolución No. 100.02-008. "Por medio del cual se crea, conforma y Reglamenta el Comité de Compras en la Industria de Licores del Valle"
3. Resolución No. 100.02-1036. "Por medio del cual se delega el Directivo de primer nivel para el Modelo Estándar de Control Interno del Estado Colombiano, en la ILV."
4. Resolución No. 100.02-1037. "Por medio del cual se adopta el Sistema de Gestión Integrado de la Industria de Licores del Valle – SIGIL"
5. Resolución No. 100.02.0213. "Por medio del Cual se crea el Comité de Asuntos Pensionales en la Industria de Licores del Valle".

Gestión Administrativa para Disminuir gastos

- **Compatibilidad de Pensiones:**

Se realizaron las actuaciones administrativas requeridas para lograr la compatibilidad de Jubilados, que durante el periodo asciende a un total de sesenta (75) Jubilados Compartidos. Con ello se logró obtener ingresos y disminución de la nómina de jubilados.

Concepto	Año 2014	Año 2015
----------	----------	----------

Ingreso Retroactivo (7.316.444.250)	\$5.671.898.689	\$1.644.545.552
Ahorro	776.613.540	Disminución de la nómina mensual de jubilados en aproximadamente en \$200.000.000

- **Becas. Durante el año 2015 se otorgó becas de Estudio**

Para los trabajadores e hijos de los trabajadores en un valor cancelado a noviembre que asciende a ciento noventa y nueve millones diecinueve mil ochocientos setenta y ocho pesos (199.019.878).

Para los hijos de jubilados en valor cancelado a noviembre que asciende a ciento treinta y seis millones ochocientos dieciséis mil trescientos ochenta pesos. (\$136.816.380)

Gestión de Proyectos:

A través de la Subgerencia Administrativa, se gestionaron dos proyectos orientados a la disminución de costos de producción, relacionados con la compra de material de empaque de producción

Proyectos de disminución de costos de producción.

La subgerencia Administrativa a través del Área de Compras, ha liderado la realización de dos proyectos, que en el futuro permitirán la disminución de costos de producción.

a. Etiquetas.

Se firmó convenio de comodato para el suministro e instalación de Etiquetas en cantidades pequeñas con la empresa WM, quienes instalaron una maquina pequeña para la colocación de etiquetas en menor escala. Durante el 2015 se instalaron en ejecución del convenio un total etiquetas, lo que represento para la ILV una disminución en costo de aproximadamente el 40% de estas etiquetas.

b. Envase

Con la firma Tapas de las Américas se desarrolló el proyecto del nuevo empaque de Envase liso, importado de España, con un costo más bajo, lo cual representa una disminución en costos de producción.

ACTIVIDADES PENDIENTES PRIORITARIAS 2016

1. Concretar el desarrollo del nuevo proveedor de Tafias de 3 y 8 años para la producción del Ron.
2. Continuar con el Desarrollo del proyecto de Aireación Industrial en el Salón de Envasado.
3. Continuar con la implementación de los requisitos de Buenas Prácticas de Manufactura.
4. Continuar con el ajuste a los documentos y componentes del Sistema de Gestión Integral.
5. Terminar el Plan Anual de Adquisiciones y subirlo a página web antes del 31 de enero de 2016.
6. Revisión y ajustes del plan de capacitación y plan de bienestar social. Subirlo a página antes del 31 de diciembre de 2016
7. Aprobación del PINAR y Actualización de Tablas de Retención Documental
8. Coordinar el desarrollo de la contratación de funcionamiento (casino, seguridad, servicios de aseo, mensajería, combustible, tecnología, cafetería, papelería, etc.)
9. Elaboración de órdenes para la adquisición de material de empaque e insumos de producción, según plan de ventas
10. Continuar con el mejoramiento del proceso de Peticiones, Quejas y Reclamos.
11. Socializar el procedimiento de Baja de Inventario y venta de inservibles.
12. Demarcación y señalización del área de almacén y producto terminado, instalación de avisos alusivos en prácticas higiénicas.
13. Construcciones civiles a la infraestructura del salón de envasado para el cumplimiento de requisitos de BPM.
14. Continuar con el plan limpieza de la bodega de almacén general.

9.3 SUBGERENCIA FINANCIERA

1) Actividades que se están realizando.

a. Cierre Fiscal Vigencia 2015.

Se están terminando los asientos contables y presupuestales y se están consolidando los informes de tesorería, contabilidad y presupuesto para cumplir con los lineamientos de la Contraloría Departamental. El plazo de entrega es hasta el 31 de enero de 2016.

b. Ejecución de presupuesto vigencia 2016.

Se realizó la desagregación del presupuesto y se dio inicio a su ejecución con la expedición de las disponibilidades y registros presupuestales para los contratos por un mes, de los servicios de Transporte, vigilancia, casino, posteriormente se efectuaron los procesos de contratación para el resto del año. Se expedieron también para otros servicios indispensables para el funcionamiento de la empresa como son: energía, teléfonos, mantenimiento de sistemas, auxilio de medicamentos para el personal y póliza, póliza medicamentos y anteojos jubilados y personal activo.

a. Recaudo para el pago de impuesto al consumo de licores.

Se están realizando los recaudos para el pago del impuesto de la segunda quincena de diciembre de 2015.

b. Actividades siguientes a desarrollar.

Realizar las actividades que le competen al área financiera en el proceso de contratación que se realice.

9.4 SECRETARIA GENERAL Y OFICINA JURÍDICA

Informe relacionado con el área en la cual encontrará los tres aspectos principales del área:

- a. Contratación 2015
- b. Procesos Judiciales
- c. Derechos de Petición

INFORME ESTADO ACTUAL AREA JURÍDICA

9. CONTRATACIÓN 2015

Naturaleza	No. de contratos celebrados	Valor
Compraventa	1	443.000.000
Prestación de Servicios	29	5.712.867.704
Publicidad (comercial y mercadeo)	37	3.179.147.850
Interadministrativos	0	0
Suministro	6	715.205.793
Mantenimiento	5	109.422.587
Obra	1	175.595.172
Distribución	2	
Alianza estratégica	1	
Total	82	10.335.239.106

Invitaciones Abiertas	8
Invitaciones Cerradas	4
Directos	70
Total	82

Actualmente se está adelantando el proceso de liquidación de los contratos suscritos a 31 de diciembre de 2015.

1.2 CONTRATACIÓN 2016

Se han realizado siete (7) contratos, los cuales comprenden los relacionados con el funcionamiento de la ILV los primeros días del año mientras se adelanta el proceso de contratación así:

- a. Epsa (Anual)
- b. Casino (30 DIAS)
- c. Seguridad (30 DÍAS)
- d. Transporte (30días)
- e. Salud Pensionados y activos y PLAN COMPLEMENTARIO (Anual)

10. Procesos Judiciales.

Actualmente la ILV tiene 38 procesos vigentes, y 32 penales como víctimas (incautación licor adulterado) se encuentran entre otras las siguientes demandas las cuales se relacionan por las pretensiones y lo delicado del asunto:

2.1 DANA WINE.

Clase de Proceso	Contractual
Demandante	Dana Wine Spirits Importers INC
Demandado	ILV
Radicación	2005-4122
Despacho de Conocimiento	Tribunal Contencioso Admon del Valle
Objeto de la Demanda	Nulidad de las resoluciones Nos.0964 de septiembre 3 de 2004, No. 1185 de Noviembre 16 de 2004 y Restablecimiento del derecho
Cuantía	33.007.507.863,80
Estado	El Tribunal Administrativo del Valle, mediante Auto Interlocutorio del 19 de Septiembre de 2011, notificado por estado el 19 de enero de 2012, improbo conciliación conjunta. El 24 de enero de 2012, se radico en el Tribunal administrativo del Valle, el recurso de apelación contra el mencionado auto.
Observaciones	Pendiente aceptación de recurso y remisión al Consejo de Estado

La Industria de Licores del Valle suscribió contrato de Compraventa con la firma Dana Wine Spirits Importers INC., el 3 de marzo del 2003, cuyo objeto consistía en la comercialización de los productos de la ILV en los Estados Unidos de América.

La ILV mediante la Resolución No. 0964 del 3 de septiembre de 2004, declaro la caducidad del contrato de compraventa exclusiva para el mercado de los Estados Unidos de América, dicho Acto administrativo fue confirmado mediante la Resolución No. 1185 del 16 de noviembre del 2004. El motivo de la declaratoria fue la no renovación del contratista de la garantía Bancaria exigida para amparar las obligaciones del contrato.

Mediante apoderado la empresa Dana Wine Spirits Importers Inc, presentó en el año 2005 Acción de Controversia Contractual, proceso que cursa actualmente ante el Tribunal Administrativo del Valle del Cauca bajo el Radicado No. 2005-04122 cuya magistrada Ponente es la Dra. Luz Elena Sierra Valencia; acción que pretende la declaratoria de nulidad de las Resoluciones No. 0964 de septiembre 3 de 2004 que declaró la caducidad del contrato y No. 1185 de noviembre de 2004 que resuelve el recurso de reposición interpuesto, cuyas pretensiones económicas ascienden a la suma de \$33.007.507.863,80 Ante los fallidos intentos de conciliación el 25 de septiembre de 2015 se presentaron alegatos de conclusión, encontrándose al Despacho para fallo.

2.2 DIMERCO

Naturaleza: Contractual

Consejo de Estado

Radicado: 2007-0092

El 26 de junio de 2014, el Tribunal Administrativo del Valle profirió sentencia en el proceso de la referencia, **resultando favorable a la ILV.** En consecuencia de lo anterior, procedió el Despacho a fijar fecha para llevar a cabo la audiencia de conciliación post-fallo, la cual

se celebró el 17 de septiembre de 2014, oportunidad en la cual, la parte vencida interpuso recurso de apelación contra la sentencia, siendo concedido el mismo ante el Honorable Consejo de Estado.

Desde el 15 de enero de 2015, fue enviado el expediente al Consejo de Estado, razón por la cual nos encontramos a la espera del reparto del mismo, para interponer recurso de apelación por adhesión, para cuestionar la reducción de la cláusula penal.

2.3. FIGURAZIONE LTDA ahora FIGURAZIONE SAS

Naturaleza: Demanda ejecutiva

Juzgado 2 Civil de Palmira

Radicado: 2014-0055

Cuantía: \$1.569.000.000

Se suscribió Contrato No. 201000014 con la Empresa Figurazione el cual tenía por objeto “el suministro de diez y siete millones cuatrocientos cuarenta mil (17.440.000) sellos termoencogibles holográficos de seguridad. El referido contrato fue liquidado, posteriormente dicha contratación se realizó mediante órdenes de compra de las cuales quedaron pendiente de pago las facturas 0906, 0918, 0922 y 0931.

En el mes de julio de 2014, se adelantó notificación del MANDAMIENTO DE PAGO proferido por el Juzgado Segundo Civil del Circuito de Palmira, dentro del proceso Ejecutivo adelantado por la empresa Figurazione contra la Industria de Licores del Valle, Radicación No.2014-0055, proceso en el cual se ordenó Medida Cautelar de Embargo de las Cuentas de la ILV quedando un depósito judicial por valor de \$ 1.569.454.909 (aproximadamente) según los registros de la Tesorería.

Para terminar el presente proceso, se han propuesto diferentes alternativas de conciliación, propuesta que no ha sido aprobada en el Comité de Conciliación de la ILV.

Mediante Auto del 20 de octubre de 2014 la juez 2 Civil de Palmira declaró la Nulidad del proceso, el Tribunal Superior de Buga resolvió negativamente todos los recursos interpuestos por el apoderado de la contraparte. El apoderado interpuso Tutela por violación del Debido Proceso contra la Juez 2 de Civil de Palmira, la cual fue negada por improcedente.

Actualmente por vacancia judicial el proceso se encuentra en el Juzgado de Origen, el cual será enviado a la Jurisdicción Contenciosa Administrativa.

2.4 Proceso Penal Hurto 600 cajas

Juez: Juzgado 3 Penal Municipal con Funciones de control de Garantías.

Radicación: 76520-6000-180-2015-00650-00

En la Industria de Licores del Valle en el mes de abril de 2015 se detectó un faltante en la bodega de producto terminado y almacén correspondiente a 600 cajas de varios productos de la Industria. Ante lo cual se procedió a instaurar la respectiva denuncia.

Actualmente, se encuentran vinculados 10 personas de la empresa de seguridad, las cuales fueron capturadas y posteriormente dejadas en libertad, en audiencia del 20 de septiembre de 2015, por falta de pruebas.

El presente proceso requiere el seguimiento y acompañamiento de un investigador especializado que coadyuve en el recaudo de pruebas y de un abogado especialista en Derecho Penal que defienda los intereses de la Industria, buscando el esclarecimiento de los hechos y los responsables.

2. 5 RESUMEN PROCESOS JUDICIALES.

Jurisdicción	Estado	Total
	Tramite	

	Estado		Casación	Sentencia		Archivadas	
	En primera instancia	Espera sentencia 2 instancia		Absolutoria	Condenatorias		
Ordinaria Laboral	8	2	1	-	-	-	11
Laborales Administrativas	3	2	-	3	1	-	9
Acciones contractuales	2	5	-	1	-	1	9
Acciones de Repetición	-	-	-	-	-	-	-
Acciones Populares	1	-	-	-	-	-	1
(Marcas)	6	-	-	-	-	-	6

11. Derechos de Petición.

Durante la vigencia de 2015 se recibieron 61 derechos de petición, los cuales fueron atendidos por el área Jurídica, dando contestación a todos los ciudadanos que requirieron la información.

9.5 SUBGERENCIA DE PRODUCCION

La Subgerencia de Producción tiene como función dirigir, controlar y organizar el sistema de producción de la ILV a través de la coordinación de las áreas de preparación, envasado, control de calidad y mantenimiento, con el fin de asegurar el logro de los objetivos propuestos y realiza la función como Director Técnico ante el INVIMA como empresa productora de bebidas alcohólicas según la Normatividad vigente.

TABLA No 1: PRODUCCION POR PRODUCTOS ILV EN UNIDADES DE 750 ML A NOV DEL 2015

RESUMEN POR PRODUCTOS		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL AÑO 2015
GRAN TOTAL AGDTE. BLANCO	750 C.C.	-	-	-	4.738	-	-	6.362	-	8.560	-	-	-	19.659
TOTAL AGDTE. S/AZUCAR	750 C.C.	-	44.472	6.504	7.008	-	16.128	148.901	303.960	884.514	1.120.082	1.172.240	-	3.703.809
TOTAL AGDTE. ORIGEN	750 C.C.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL RON MARQUES 5 AÑOS	750 C.C.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15.528	-	15.528
TOTAL RON MARQUES 8 AÑOS	750 C.C.	-	-	-	42.444	-	18.348	4.608	60.396	4.320	99.684	-	-	229.800
TOTAL SABORIZADOS	750 C.C.	-	-	-	-	-	-	-	-	10.803	-	-	-	10.803
GRAN TOTAL LICORES ILV.	750 C.C.	-	44.472	6.504	54.190	-	34.476	159.870	364.356	908.197	1.219.766	1.187.768	-	3.979.599

TABLA No 2: PRODUCCION POR DESTINO EN UNIDADES DE 750 ML A NOV DEL 2015

RESUMEN POR DESTINO		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL AÑO 2015
VALLE		-	-	6.504	42.444	-	34.476	100.212	364.356	851.002	1.162.584	1.123.488	-	3.685.066
DEGUSTACION		-	24.312	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	24.312
IN BOND NACIONALES		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
IN BOND INTERNACIONALES		-	-	-	-	-	-	-	-	2.004	11.172	34.836	-	48.012
PRODUCTOS DE EXPORTACION, SAN ANDRES		-	20.160	-	6.766	-	-	59.658	-	38.856	-	29.444	-	154.884
PRODUCTOS OTROS DEPARTAMENTOS		-	-	-	4.980	-	-	-	-	18.564	46.010	-	-	69.554
TOTAL PRODUCTOS I.L.V.		-	44.472	6.504	54.190	-	34.476	159.870	364.356	910.426	1.219.766	1.187.768	-	3.981.828
MAQUILAS														
MAQUILA META		31.620	52.284	118.356	7.840	224	30.552	12.132	73.244	-	171.685	-	-	607.725
TOTAL MAQUILAS		31.620	52.284	118.356	7.840	224	30.552	12.132	73.244	-	171.685	-	-	607.725
GRAN TOTAL		31.620	96.756	124.860	62.030	224	65.028	172.002	437.600	910.426	1.391.451	1.187.768	-	4.589.553

DESARROLLO E INNOVACION

En el mes de Julio del 2015 se realiza desarrollo de licores saborizados para el área de comercio exterior, de las diferentes muestras se aprueba el desarrollo de licor saborizado de café y strawberry en presentaciones de 700 ml y 1000 ml para ser exportado a España.

Para su implementación en línea se debe realizar limpieza especial con productos que garanticen que el sabor residual en las líneas de producción desaparece completamente, realizada esta limpieza se procede a envasar por la línea No 3.



PROYECTO DESTILERIA SAN MARTIN

Se realiza por parte del área de producción acompañamiento a las diferentes visitas efectuadas por personal especializado en equipos industriales a las diferentes áreas que tiene la destilería como lo son; recibo de melaza, fermentación, caldera, torre de destilación y planta de tratamientos de aguas residuales, se realiza evaluación de documentos de pre factibilidad y factibilidad del proyecto reactivación de la destilería por parte de oferente.



PROYECTO REACTIVACION DESTILERIA

Actividades que adelanta el operador AMBIOCOM S.A.S, para la puesta en funcionamiento área de alimentación de carbón y caldera de 70.000 libras.





10) IDEAS PARA REFORMAR LA INDUSTRIA DE LICORES DEL VALLE

Es claro que tenemos una ILV con serios problemas financieros, los cuales tenemos que sortear para que la industria de los vallecaucanos salga adelante, propongo estas breves ideas las cuales pueden ayudar a construir un nuevo futuro con enfoque y dinámica diferente para su nuevo periodo.

1. Declarar la caducidad del contrato con el CS Consorcio Suprema, el incumplimiento está detallado en el apartado que arriba planteo bajo el título de la pretendida Conciliación Parcial. Ante los hechos tozudos ganaría la Industria ILV, en cualquier Tribunal de Arbitramento. El derecho privado es claro en cuanto al cumplimiento de lo pactado.

2. Que la empresa apunte a nuevos mercados y que ello se materialice en su constitución y nombre. Así lo explico en el apartado sobre tres nuevos productos. También debe ampliarse el mercado nacional buscando distribuir el aguardiente blanco, el aguardiente Origen y el ron Marqués, en al menos otros 20 departamentos de Colombia, y exportar a Europa estos productos ya con sabor y calidad indiscutible.

3. Que se contrate una auditoria externa, ojalá una firma internacional.

12. Es urgente no solo conseguir nuevas fuentes de ingreso, también debe abrirse la empresa a otros negocios. Que sea el licor tan solo unas bebidas y no la única, dejar la biproducción y pasar a la multiproducción. Que tal que se comercialice: agua, agua de panela, vodka, jugo de borojó, zumo de uva, claro de maíz, jugos naturales, bebidas a base de café... en fin... como lo está haciendo jugos HIT, tantos sabores de frutas ahora que el Valle se autoproclama frutícola aunque no ha podido salir del monocultivo de la caña.

5. Que después de declarada la caducidad del contrato o después de terminado este contrato a comienzos del año 2017 se retorne a la distribución directa con los mayoristas invocando la costumbre comercial como fuente del derecho; que se llegue a tener 3 o cuatro distribuidores dividiendo el departamento en zonas de mercadeo, y que se hagan

contratos directos con pequeños distribuidores y que en reconocimiento de ello, se les permita el pago del producto a 90 días. Eso hace el Éxito.

6. Que los contratos de exclusividad se pacten por la distribución únicamente de hasta el 50% de la producción.

7. Organizar al interior de la Industria ILV una Sección de creación y búsqueda de nuevos productos, para ello se puede pensar en una alianza con las Universidades a través de convenios para que los estudiantes con nuevas ideas hagan sus prácticas, sus pasantías y generen proyectos productivos, que se les apoyen en dicha tarea.

8. Pensar en la posibilidad de una reforma administrativa que reacomode la Industria a las nuevas exigencias.

De ustedes, atentamente

ALBERTO RAMOS GARBIRAS
Gerente General (saliente)