

|   |                            |                     |
|---|----------------------------|---------------------|
|  | <b>INFORMES DE GESTIÓN</b> | <b>GEIF-001-00</b>  |
|   |                            | 30 de Julio de 2021 |
|   |                            | Página 1 de 57      |

Palmira, enero de 2024

## INTRODUCCIÓN

La Industria de Licores del Valle en adelante ILV, es una empresa industrial y comercial del Estado de nivel Departamental y como Gerente, tomando el compromiso de la Gobernadora del Departamento del Valle del Cauca, de establecer un modelo de Gobierno Abierto que significa la transparencia en todos nuestros actos y la disposición de informar a los conciudadanos sobre todas las actuaciones de su Gobierno para trabajar unidos en un solo propósito: Mejorar la calidad de vida con desarrollo social y productivo para las vallecaucanas y vallecaucanos.

El objetivo principal de la ILV, es la fabricación, producción, introducción, distribución venta y/o comercialización, de los alcoholes y licores sujetos al monopolio del Departamento del Valle del Cauca, incluidos todos los productos y subproductos que elaboren en cumplimiento de su actividad, de manera eficiente y rentable, así como toda la clase de bebidas destiladas o fermentadas, la no destiladas, las espirituosas, esencias y demás componentes y subproductos de los licores, tales como vinos, aperitivos, cervezas, cremas y whiskys, entre otros .

Igualmente, la Industria de Licores del Valle podrá dedicarse a la elaboración, transformación, envasado, comercialización y o distribución de otros productos similares, afines, o complementarios, tales como bebidas energizantes, gaseosas, agua natural, agua saborizadas y no saborizadas, atendiendo el mercado nacional e internacional. En tal virtud podrá importar, vender, comercializar y distribuir, a nivel local, nacional o internacional, alcoholes, licores nacionales y/o extranjeros y bebidas similares, a fines y complementarias en general, busca la satisfacción de sus usuarios y partes interesadas, cumpliendo los requisitos legales.

Como buena práctica la ILV ha adoptado y aplicado en su quehacer diario la política y metodología de un Sistema de Administración de Riesgos de Lavado de Activos y Financiamiento al Terrorismo, a la vez se han definido lineamientos de opacidad, Fraude y corrupción; mostrando un compromiso permanente de apoyo y colaboración con las autoridades frente a estrategias que conduzcan a fortalecer la lucha contra el licor adulterado.

Se continua con la implementación del software “ISOLUCION”, software para la administración ágil y eficaz de los Sistemas de Gestión como ISO 9001, MIPG y SAR Y SARLAFT -SICOF.

Mediante la ordenanza No. 539 de junio 5 de 2020, “se adopta el plan de desarrollo del Departamento del valle del Cauca, para el periodo 2020-2023. Valle invencible” La ILV quedó incluida en la línea estratégica territorial: Gestión Territorial Compartida Para Una Buena Gobernanza, en el objetivo estratégico: Aportar elementos eficientes de gestión conjunta desde los territorios con el nivel nacional, las administraciones municipales, distritales, comunidad, sector productivo y academia, entre otros, transformando el modelo de desarrollo del departamento para generar equidad, competitividad, sostenibilidad,

|  |                                      |   |
|--|--------------------------------------|---|
| <b>ELABORÓ:</b> (Nombre de quien lo elabora) | <b>REVISÓ:</b> (Nombre Jefe de área) | <b>APROBÓ:</b> (Nombre Gerente de área) |
| <b>Cargo:</b>                                | <b>Cargo:</b>                        | <b>Cargo:</b>                           |

|   |                            |                     |
|---|----------------------------|---------------------|
|  <b>INDUSTRIA DE LICORES DEL VALLE</b><br>1921 | <b>INFORMES DE GESTIÓN</b> | <b>GEIF-001-00</b>  |
|   |                            | 30 de Julio de 2021 |
|   |                            | Página 2 de 57      |

participación ciudadana y transparencia. Se le asigno dentro de esta responsabilidad a la ILV así.

**Línea de Acción:** Administración y Finanzas.

**Programa:** Hacienda Pública Saludable.

**Subprograma:** Monopolio, licores, lotería y Juegos de Azar.

La meta de resultado para el cuatrienio es: incrementar a \$248.000.000.000 de pesos las transferencias de la ILV al Departamento durante del periodo de gobierno siendo un tipo de meta de incremento cuya Línea de base: es \$62.978.962.000 año 2019.

La meta de producto es Incrementar a 22.000.000 millones las botellas de 750cc vendidas durante el periodo de gobierno, tipo de meta incremento, línea de base año 2019: 5.572.327 unidades de botellas de 750 c.c.

El informe está compuesto por títulos así: el título I que contiene el diagnóstico estratégico, el título II con el componente estratégico y por último el título III el seguimiento al plan estratégico institucional al 2023 por cada una de las perspectivas.

## TITULO I. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO

Al diagnóstico estratégico se le hace una revisión semestral, utilizando las fichas de monitorización de análisis interno y de análisis externo.

En la ficha de análisis interno se define si es una fortaleza mayor o menor o si es una debilidad mayor o menor teniendo en cuenta las diferentes variables claves por perspectiva. Comercial o cliente, financiera, de procesos internos y perspectiva de aprendizaje organizacional o crecimiento y aprendizaje, cada perspectiva a su vez cuenta con variables. De igual manera la ficha de análisis externo define si es una oportunidad mayor o menor o si por el contrario es una amenaza mayor o menor. Lo cual ha permitido definir y monitorear a través de las diversas líneas de defensa, que brindan insumos para toma de decisiones a la de nivel estratégico a través de la operatividad cíclica y periódica de los comités de gestión y desempeño, el de control interno, las estrategias para asegurar el aprovechamiento de oportunidades con la capacidad instalada, como el de controlar las amenazas para minimizar la materialización de riesgos con acciones, garantizando de forma razonable el mejor uso de recursos en el logro de los objetivos que se ha dado la empresa.

| CONTEXTO EXTERNO  |  |
|---|--|
| OPORTUNIDADES   | AMENAZAS   |
| Cambios de las ocasiones de consumo del consumidor por ocasión de la pandemia | Cambios radicales en las ocasiones de consumo.               |
| Tendencias de preferencia de compra del consumidor hacia nuevos productos.    | Determinaciones frecuentes de leyes y regulaciones del licor |
| Dinámica cambiante de canales con el objetivo de llegar al hogar.             | Disminución del poder adquisitivo y dólar inestable          |
| Expandir nuestro portafolio a nivel internacional y nacional.                 | Crecimiento de licores importados por la ley de licores      |
|   | Índices de contrabando y adulterados más alto del país.      |

|   |                            |                     |
|---|----------------------------|---------------------|
|  | <b>INFORMES DE GESTIÓN</b> | <b>GEIF-001-00</b>  |
|   |                            | 30 de Julio de 2021 |
|   |                            | Página 3 de 57      |

| CONTEXTO INTERNO   |   |
|--|---|
| FORTALEZAS   | DEBILIDADES   |
| Confiabilidad en los productos por parte de los consumidores y clientes. | Estructura de innovación & desarrollo.  |
| Altos estándares de calidad de los productos.                            | La licorera no tiene diversificación del portafolio de productos              |
| Una tecnología básica que se ajusta a las necesidades de la operación.   | Baja Diversificación del portafolio de productos.                             |
| Sistemas de gestión de Calidad ISO 9001:2015 y MIPG                      | Penetración en el hogar limitada.   |
|  | El Ron es un producto con bajo posicionamiento y participación en el mercado. |
|  | Bajos perfiles para potencializar la empresa.                                 |
|  | Endeudamiento por financiación pasivo pensional                               |

### Estrategias FODA resultado de los cruces FO, FA, DO, DA

| Nro | ESTRATEGIAS FO   | Nro | ESTRATEGIAS DO  |
|-----|--|-----|---|
| 1   | Abrir nuevos mercados a nivel nacional e Internacional, aprovechando la fortalezas en el producto y expansión de portafolio    | 7   | Innovación y Desarrollo para la Diversificación del portafolio de Productos   |
| 2   | Usar el sistema de gestión de calidad para nuevos mercados nacionales e internacionales  | 8   | Diseño de estrategia de canales. TAT- plataformas digitales- cleitnes domicilios  |
|     | ESTRATEGIAS FA   | 9   | Alianzas estratégicas para la explotación del negocio de alcohol y licores, aumentando la diversificación de materias primas y productos terminados |
| 3   | Reorientación de comunicación de las marcas (estrategia digital, diversificar las ocasiones de consumo y orgullo vallecaucano) | 10  | Fortalecer las competencias y perfiles del personal para procesos mas eficientes en búsqueda de nuevas alternativas en el mercado                   |
| 4   | Aprovechar la calidad de los productos y el conocimiento del mercado, para aumentar el consumo en el Valle                     | 11  | Financiar el pasivo pensional a partir de la recuperación financiera.   |
| 5   | Generar campaña de consumir los productos del valle (calidad y seguridad) para disminuir índices de contrabando y adulterados  |     | ESTRATEGIAS DA  |
| 6   | Promocionar el consumo responsable   | 12  | Desarrollo de proveedores a nivel nacional o internacional para productos críticos o que presenten desabastecimiento                                |

## TITULO II COMPONENTE ESTRATÉGICO

### 2.1 Valores institucionales

#### Quienes somos

La Industria de Licores del Valle es una Empresa Industria y comercial del Estado de nivel Departamental que explota el monopolio de licores contenido en la Constitución Nacional, se dedica a la Producción de bebidas que generen sensaciones placenteras en los consumidores, sus recursos económicos se trasladan al Departamento del Valle del Cauca y se utilizan en inversión social para la Salud y la Educación

|   |                            |                     |
|---|----------------------------|---------------------|
|  <b>INDUSTRIA DE LICORES<br/>DEL VALLE</b> | <b>INFORMES DE GESTIÓN</b> | <b>GEIF-001-00</b>  |
|   |                            | 30 de Julio de 2021 |
|   |                            | Página 4 de 57      |

## 2.2 Portafolio de productos

### 2.2.1 Unidad estratégica de negocio: licor

#### 2.2.1.1 Tradicionales

Aguardiente Blanco del Valle tradicional 30°  
Aguardiente Blanco del Valle 29° sin azúcar  
Aguardiente origen  
Ron marques 8 años  
Ron marques 3 años  
Ron marque 15 años  
Aguardiente Blanco del Valle 24° sin azúcar fiesta.

#### 2.2.1.2 Nuevos productos

Aguardiente Blanco del Valle 27° sin azúcar Night.

### 2.2.2 Unidad estratégica de negocio: alcoholes

2.2.2.1 Alcohol potable en litros

2.2.2.2 Flemas de destilación

### 2.2.3 Unidad estratégica de negocio: Producción a terceros

2.2.3.1 Unidad de licores del meta

### 2.2.4 Unidad estratégica de negocio: otros negocios

## 2.3 Direccionamiento estratégico

La Ordenanza 25 de junio 19 de 1945. Por medio del cual se prevé la organización de la industria de licores del valle, el sentido de hacer de ella una entidad autónoma en busca del logro de sus fines.

El Gerente General, y la alta gerencia se comprometen en orientar todas sus actuaciones en el ejercicio de la función pública hacia el logro de los objetivos estratégicos y el cumplimiento de la misión y la visión de la Industria.

## 2.4 Valores estratégicos

**Ética:** Conduciremos nuestra organización legal y éticamente, dentro de los principios de integridad, justicia, honestidad, respeto, y responsabilidad en nuestras acciones

**Rentabilidad – Beneficios:** La rentabilidad es condición de supervivencia. Solo organizaciones rentables, pueden crecer y asegurar su permanencia en el mercado, contribuyendo en el desarrollo de nuestra región Vallecaucano y de la sociedad en general.

**Calidad:** Nuestra Filosofía será la Calidad, compromiso diario y permanente; el cual será transmitido por la administración en: los productos, los servicios y suministros. La calidad también será un valor institucional del día a día en toda nuestra empresa.

**Innovación:** Como motor de desarrollo y competitividad

|   |                            |                     |
|---|----------------------------|---------------------|
|  <b>INDUSTRIA DE LICORES<br/>DEL VALLE</b><br>1921 | <b>INFORMES DE GESTIÓN</b> | <b>GEIF-001-00</b>  |
|   |                            | 30 de Julio de 2021 |
|   |                            | Página 5 de 57      |

### Grupos de Interés

Consumidores.  
Distribuidor exclusivo.  
Mayoristas, minoristas (T.A.T) y grandes superficies.  
Gobernación del Valle del Cauca.  
Proveedores.  
Rentas Departamentales.  
Comunidad en general.  
Alcaldes de los 42 municipios.  
Comerciantes de la noche.  
Sindicatos.  
Servidores públicos.

### 2.5 MISIÓN

Mejorar la calidad de vida de los vallecaucanos, generando los máximos recursos financieros al departamento, que permitan el desarrollo de adecuados programas de salud, educación y recreación, entregando oportunamente a sus distribuidores y mayoristas productos con variedad y calidad, que proporcionen las mejores sensaciones de alegría y felicidad en los consumidores.

### 2.6 VISIÓN

Permanecer en la mente de los integrantes de los grupos de interés, como una empresa responsable, rentable y competitiva, que suministra buenos productos y bienestar a la comunidad Vallecaucana.

## TITULO III SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN AL PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL 2020-2023

### 1. PERSPECTIVA FINANCIERA

1. **Objetivo estratégico:** Generar márgenes de rentabilidad sostenible de un 20%.

| Año | 2020  | 2021 | 2022 | 2023 |
|-----|-------|------|------|------|
| %   | -3.7% | 12%  | 13%  | 15%  |

Rentabilidad operacional meta: 20

Utilidad operacional consolidada de un 15% a diciembre 31 de 2023. Con respecto a la meta de mantenimiento anual de un 20%, presenta un cumplimiento de un 75%, para un rango de gestión cumplido con tendencia creciente.

### 1. INDICADOR

|   |                            |                     |
|---|----------------------------|---------------------|
|  | <b>INFORMES DE GESTIÓN</b> | <b>GEIF-001-00</b>  |
|   |                            | 30 de Julio de 2021 |
|   |                            | Página 6 de 57      |

**Meta de resultado:** Rentabilidad del 20%

**Indicador de resultado:** Margen operacional

**Resultado a diciembre 31 de 2022:**15%

**Cumplimiento:** 75%

**Rango de Gestión:** cumplido

Con este buen resultado se ha podido sanear significativamente los estados financieros. Hay que tener en cuenta el impacto en términos relativos del poco margen bruto que genera el negocio de Alcohol extra neutro, incide en este indicador de forma general, pero que como estrategia de negocio de la ILV es beneficioso, pues genera otros ingresos adicionales correspondientes a la retribución del contrato de colaboración empresarial.

**Gestión estratégica de inversiones y recursos de la entidad:**

Para la ILV es imperante que sus recursos sean invertidos con estrategia para gestionar todas las transacciones financieras propias de su naturaleza con proveedores, acreedores y demás entidades, es por ello que desde la gerencia general y la subgerencia financiera y el equipo que la conforma se han definido políticas y prácticas para maximizar los recursos de la entidad y disminuir los costos y gastos financieros a través de acciones tales como:

Se Establecieron y firmaron negociaciones, convenios y acuerdos de reciprocidad bancaria con las entidades financieras con el fin de generar los mayores rendimientos de los recursos depositados y transados.

Rendimientos financieros obtenidos por vigencia:

| 2021           | 2022            | 2023             |
|----------------|-----------------|------------------|
| \$2.883.745.76 | \$52.213.742.32 | \$564.607.479.34 |

Se gestionó ante las entidades los más efectivos tratamientos, con tasas especiales y reducción, en la mayoría de los casos a cero, por concepto de costos, gastos y gravámenes bancarios y financieros.

Gastos y costos financieros por vigencia:

| 2021            | 2022            | 2023           |
|-----------------|-----------------|----------------|
| \$26.045.110.25 | \$15.506.498.29 | \$3.580.361.39 |

Se establecieron de manera periódica y permanente comunicaciones y solicitudes con la DIAN para la gestión de la devolución de recursos de IVA a través de TIDIS desde el año 2021 hasta la fecha.

Recursos obtenidos por devolución de impuestos por vigencia:

| 2021            | 2022            | 2023            |
|-----------------|-----------------|-----------------|
| \$5.205.489.000 | \$2.098.893.000 | \$7.461.192.000 |

Se agilizaron y gestionaron los recursos para incrementar los desembolsos de créditos de vivienda para los trabajadores de la entidad.

Volumen de desembolsos por vigencia:

| 2021          | 2022            | 2023            |
|---------------|-----------------|-----------------|
| \$173.856.807 | \$1.048.190.324 | \$2.196.471.413 |

Se gestionaron tasas especiales para las inversiones de recursos en CDT de la entidad

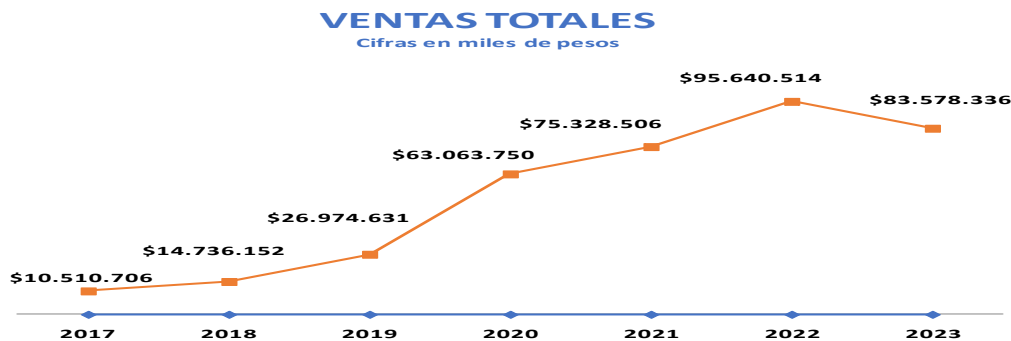
Intereses generados por vigencia:

| 2021          | 2022          | 2023          |
|---------------|---------------|---------------|
| \$257.818.229 | \$262.132.956 | \$287.156.969 |

### Contrato de colaboración empresarial par vena de Alcohol extra neutro

Actualmente se ejecuta el sexto año de la etapa de operación y mantenimiento del contrato de colaboración empresarial para la reactivación, mantenimiento, operación y administración de la destilería San Martín.

**Gráfico 1 Cifras contrato de colaboración empresarial AMBIOCOM**



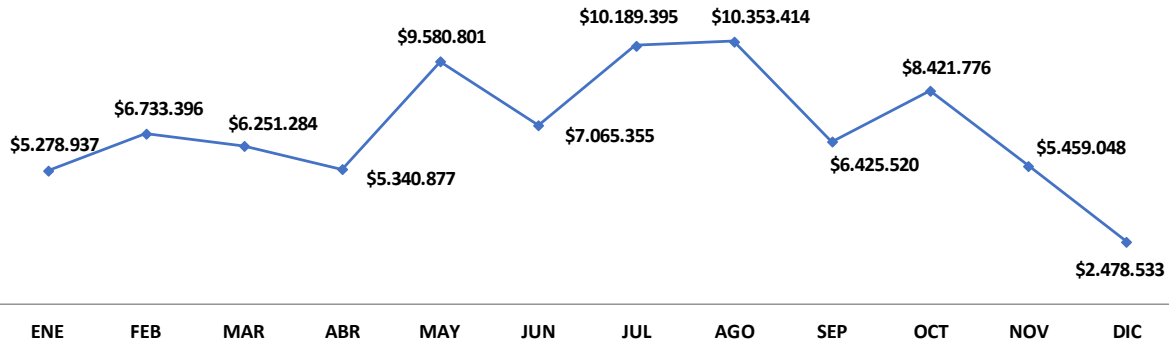
Durante la ejecución del contrato, se han efectuado ventas por un total de \$369.832.595.982

**Gráfico 2. Ventas vigencia 2023**



### VENTAS 2023

Cifras en miles de pesos

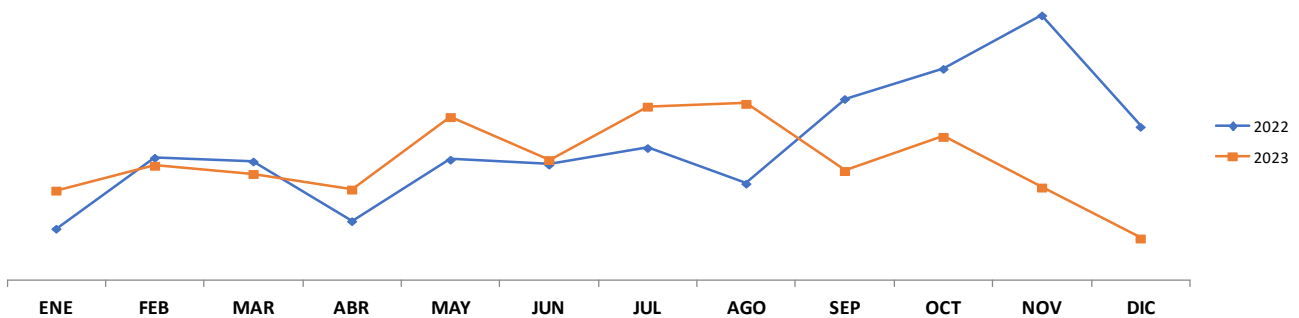


Para la vigencia 2023, se han generado ventas por valor de \$ 83.578.336.163, presentando un decrecimiento de un 12.61% con respecto al año 2022, en el que se facturó un valor total \$95.640.514.255.

### Gráfico 3. Comparativo 2022 vs. 2023

#### COMPARATIVO 2022 Vs 2023

Cifras en miles de pesos



| MES        | ENE          | FEB          | MAR          | ABR          | MAY          | JUN          | JUL          | AGO          | SEP          | OCT          | NOV          | DIC         | Total         |
|------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------|---------------|
| VENTA 2022 | \$ 3.050.920 | \$ 7.200.683 | \$ 6.982.825 | \$ 3.492.203 | \$ 7.086.463 | \$ 6.797.965 | \$ 7.769.866 | \$ 5.685.905 | \$10.637.897 | \$12.399.623 | \$15.525.111 | \$9.011.052 | \$ 95.642.535 |
| VENTA 2023 | \$ 5.278.937 | \$ 6.733.396 | \$ 6.251.284 | \$ 5.340.877 | \$ 9.580.801 | \$ 7.065.355 | \$10.189.395 | \$10.353.414 | \$ 6.425.520 | \$ 8.421.776 | \$ 5.459.048 | \$2.478.533 | \$ 83.580.359 |
| % VAR      | 73,03%       | -6,49%       | -10,48%      | 52,94%       | 35,20%       | 3,93%        | 31,14%       | 82,09%       | -39,60%      | -32,08%      | -64,84%      | -72,49%     | -12,61%       |

El decrecimiento se da principalmente por la disminución en la venta de alcohol al principal cliente ILV-FLA, que representa el 44% y 47% de las ventas totales de los años 2022 y 2023 respectivamente.

En las siguientes cifras se puede observar la disminución de un 18,93% en el volumen entregado; adicionalmente al pactar el precio en dólares la TRM promedio aplicada en el 2022 fue de COP\$4.728 mientras que para el 2023 fue de COP\$4.066.



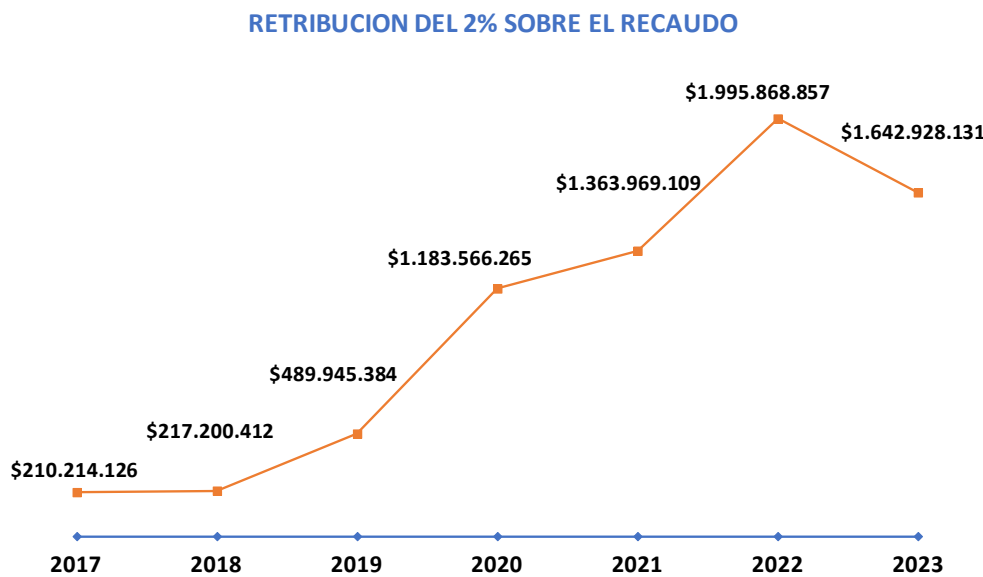
| VIGENCIA | DESCRIPCION           | LITROS    | VALOR              |
|----------|-----------------------|-----------|--------------------|
| 2022     | COMPRA ILV - AMBIOCOM | 9.079.256 | \$ 41.653.754.884  |
| 2023     | EXTRANEUTRO FLA       | 8.361.570 | 38.913.660.360     |
|          | DIFERENCIA            | - 717.686 | \$ (2.740.094.524) |

| VIGENCIA | DESCRIPCION           | LITROS      | VALOR              |
|----------|-----------------------|-------------|--------------------|
| 2022     | COMPRA ILV - AMBIOCOM | 1.235.194   | \$ 3.954.883.500   |
| 2023     | FLEMAS FLA            | 0           | \$ -               |
|          | DIFERENCIA            | - 1.235.194 | \$ (3.954.883.500) |

|            |            |                   |
|------------|------------|-------------------|
| TOTAL 2022 | 10.314.450 | \$ 45.608.638.384 |
| TOTAL 2023 | 8.361.570  | \$ 38.913.660.360 |

|            |                   |                           |
|------------|-------------------|---------------------------|
| DIFERENCIA | <b>-1.952.880</b> | <b>\$ (6.694.978.024)</b> |
| % VAR      | <b>-18,93%</b>    | <b>-14,68%</b>            |

**Gráfico 4. Retribución por ventas para la ILV sobre lo recaudado**



De esta manera se han generado ingresos para la ILV por valor de \$7.103.692.283

- Objetivo estratégico:** Incrementar a \$248.000.000.000 las transferencias de la ILV al Departamento durante el periodo de gobierno.



Salud



Educación



Deporte



Recreación y  
Cultura

Meta de resultado al 2020-2023: 248.000.000.000 pesos

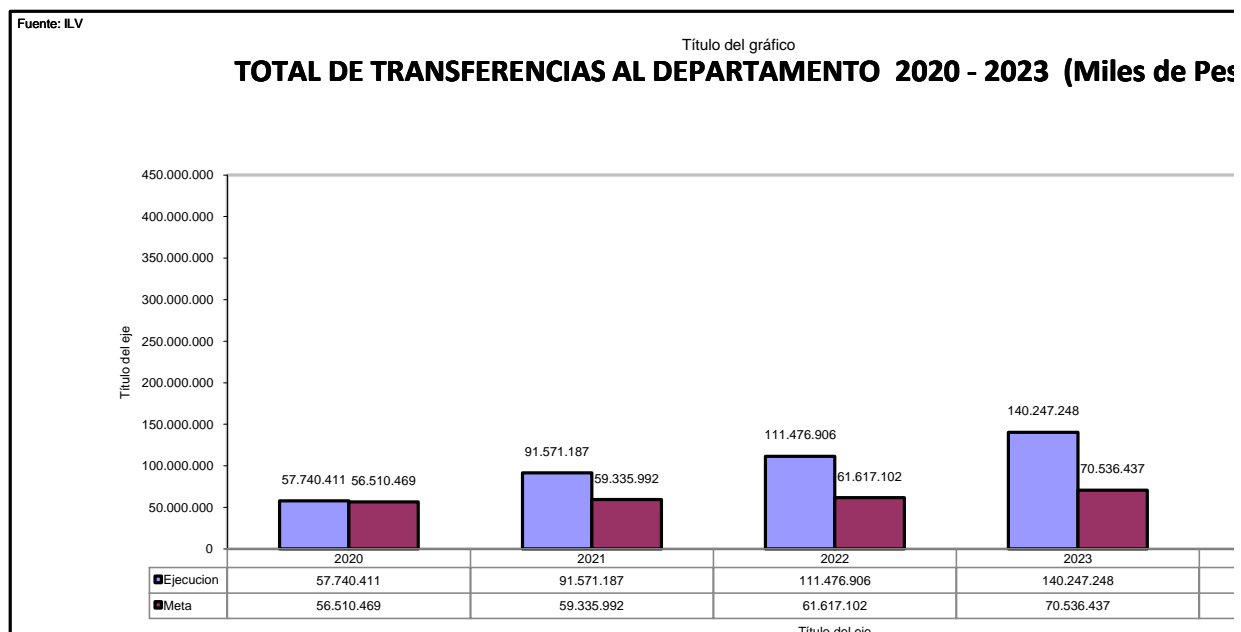
1. Cuadro comparativo de meta y ejecución de transferencias en pesos años 2020-2023

| Año        | 2020              | 2021              | 2022               | 2023               | Total              |
|------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Meta       | \$ 56.510.468.607 | \$ 59.335.992.037 | \$ 61.617.101.916  | \$ 70.536.437.440  | \$ 248.000.000.000 |
| Ejecución  | \$ 57.740.411.000 | \$ 91.571.187.000 | \$ 111.476.906.000 | \$ 140.247.248.000 | \$ 401.035.752.000 |
| Var        | 102%              | 154%              | 181%               | 199%               | 162%               |
| incremento | \$ 1.229.942.393  | \$ 32.235.194.963 | \$ 49.859.804.084  | \$ 69.710.810.560  | \$ 153.035.752.000 |

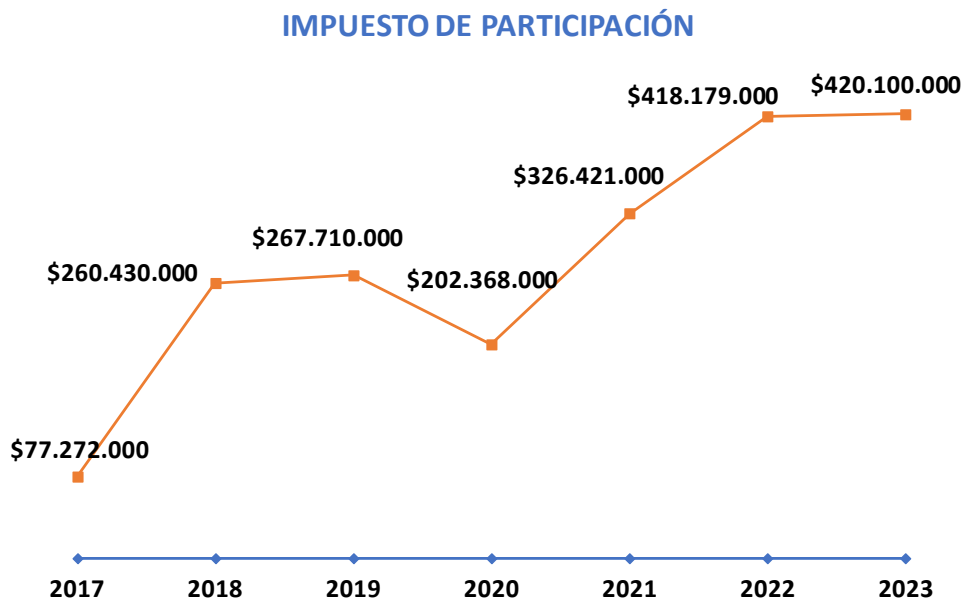
**Rango de Gestión: Excelente**

El total de transferencias pagadas acumuladas de la ILV al Departamento del Valle del Cauca de enero 1 de 2020 a diciembre 31 de 2023, asciende a 401 mil 035 millones 752 mil pesos (\$401.035.752.000) para salud y educación, con un cumplimiento de un 162% con respecto a la meta final de cuatrienio de (\$248.000.000.0000). Aportando un mayor recurso al final del 2023 al gobierno departamental que corresponde a la suma de \$153.035.752.000 en relación a lo proyectado para los cuatro años de gobierno. Para el periodo comprendido enero 1 a diciembre 31 de 2023, se transfirieron un total de 140 mil millones 247 millones 248 mil de pesos (\$140.247.248.000), un nivel de cumplimiento de un 199 % con relación a la meta del año de \$70.536.437.440, lo que equivale a una transferencia adicional en la vigencia para la inversión social, por la suma de \$69.710.810.560.

**Gráfico 5. Cumplimiento de metas de transferencias al 31 de diciembre de 2022**



**Gráfico 6. Impuestos entregados al departamento por ocasión del contrato de colaboración empresarial.**



En lo referente a los ingresos para el Departamento por concepto de impuesto de participación por la venta de alcohol potable para la producción de licor, se han generado \$1.972.480.000.

- Objetivo estratégico:** Incrementar a 22 millones de unidades las botellas de 750 vendidas durante del periodo de gobierno.

Meta de resultado al 2020-2023: 22.000.000 unidades de botellas 750cc



**Cuadro comparativo de metas y ejecución de ventas en botellas de 750cc años 2020-2023**

| Años             | 2020      | 2021      | 2022       | 2023       | Acumulado 2020-2023 |
|------------------|-----------|-----------|------------|------------|---------------------|
| Ejecución        | 4.481.241 | 8.374.516 | 10.937.484 | 10.427.678 | 34.220.919          |
| Meta             | 5.000.000 | 5.250.000 | 5.512.500  | 6.237.500  | 22.000.000          |
| var %            | 90%       | 160%      | 198%       | 167%       | 156%                |
| Var botellas 750 | -518.759  | 3.124.516 | 5.424.984  | 4.190.178  | 12.220.919          |

Se facturaron un volumen de ventas por un total de 34 millones 220 mil 919 botellas de 750cc acumuladas en el periodo comprendido enero 1 de 2020 a diciembre 31 de 2023 en el Valle del Cauca, un cumplimiento de un 156%, que equivale a 12.220.919 unidades de botella por encima con respecto a la meta acumulada del cuatrienio al año 2023 de 22

millones de unidades de botellas de 750cc. Con relación al presente año enero 1 a diciembre 31 de 2023, se vendieron un total de 10 millones 427 mil 678 de unidades de botellas de 750cc un cumplimiento de un 167% con respecto a la meta establecida de 6 millones 237 mil 500 unidades de botellas de 750cc; lo que equivale a una mayor venta en unidades de botella de 4.190.178 en esta vigencia.

## Plan de mercadeo

| PLAN DE ACTIVIDADES DE MERCADEO Y COMERCIAL I.L.V. AÑO 2023 |   |  |  |          |       |     |   |   |     |   |     |   |   |   |   |   |   |
|---|---|--|--|----------|-------|-----|---|---|-----|---|-----|---|---|---|---|---|---|
| OBJETIVO  | ESTRATEGIA  |  |  | Nacional | Local | 1CT |   |   | 2CT |   | 3CT |   |   |   |   |   |   |
|   | PLACES  | MARCAS   | ACTIVIDADES  |          |       | E   | F | M | A   | M | J   | J | A | S | O | N | U |
|   |   |  |  |          |       |     |   |   |     |   |     |   |   |   |   |   |   |
| <b>MERCADEO</b>   |   |  |  |          |       |     |   |   |     |   |     |   |   |   |   |   |   |
|   | Comunicación Digital  |  | Redes Sociales<br>Influenciadores  | X        |       |     |   |   |     |   |     |   |   |   |   |   |   |
|   | Comunicación Masiva   |  | Prensa<br>Radio<br>Vallas  |          |       |     |   |   |     |   |     |   |   |   |   |   |   |
|   | Comunicación Externo  |  | Banderas (Wallas Pequeñas)<br>Aeropuertos<br>Buses Transporte Masivo (MTM) |          |       |     |   |   |     |   |     |   |   |   |   |   |   |
|   | Producto Ros  | Estructura de Marca Ros Manjales S.S.<br>Licor de Ros Blanco del Valle |  |          |       |     |   |   |     |   |     |   |   |   |   |   |   |
|   | Producto Aguardiente  | Origen del Valle 24°<br>Arquitectura Eligentes Blanco del Valle        |  |          |       |     |   |   |     |   |     |   |   |   |   |   |   |
|   | Cadena de Valor   | Todas las marcas a Canal   | Definir cadena de valor para todos los desarrollos                         |          |       |     |   |   |     |   |     |   |   |   |   |   |   |
|   | Actualización Portafolio Productos  | Todas las marcas a Canal   | Monitorear actualizado el portafolio de productos                          |          |       |     |   |   |     |   |     |   |   |   |   |   |   |
| <b>COMERCIAL</b>  |   |  |  |          |       |     |   |   |     |   |     |   |   |   |   |   |   |
|   | Cumplimiento del peso Venta en Canales  | Canales  |  |          |       |     |   |   |     |   |     |   |   |   |   |   |   |
|   | Distribución Internacional  | Portafolio   |  |          |       |     |   |   |     |   |     |   |   |   |   |   |   |
| <b>TRADE</b>  |   |  |  |          |       |     |   |   |     |   |     |   |   |   |   |   |   |
|   | Cumplimiento del peso de ventas de 3.000.000 col. Mercado Local 1.250.000 col. Mercado Mexicano | Apoyo a canales  | Canal Moderno<br>Mueblerías<br>TAT<br>Canal OTC                            |          |       |     |   |   |     |   |     |   |   |   |   |   |   |

| Resumen Número de Actividades |          |           |       | % De Cumplimiento |          |           |       |       |
|-------------------------------|----------|-----------|-------|-------------------|----------|-----------|-------|-------|
| Descripción                   | Mercadeo | Comercial | Trade | Total             | Mercadeo | Comercial | Trade | Total |
|                               |          |           |       |                   |          |           |       |       |
| <b>PLANEADO</b>               | 18       | 9         | 1     | 28                | 40%      | 47%       | 3%    | 29%   |
| <b>NO REALIZADO</b>           | 10       | 0         | 11    | 21                | 22%      | 0%        | 32%   | 21%   |
| <b>TOTAL</b>                  | 45       | 19        | 34    | 98                |          |           |       |       |

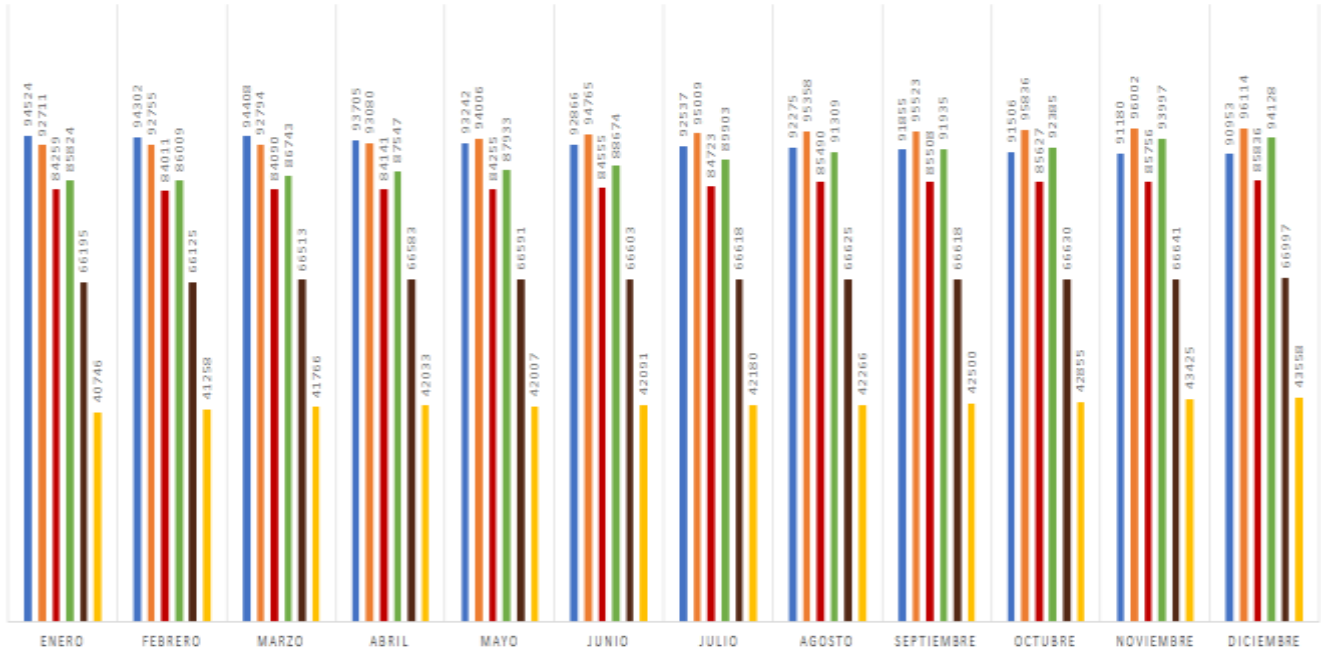
De un total de 98 actividades se ejecutaron el 50%, se dejaron planeadas el 29% y no se realizó el 21%.

**PLAN DE ACTIVIDADES DE MERCADEO Y COMERCIAL I.L.V. AÑO 2023**

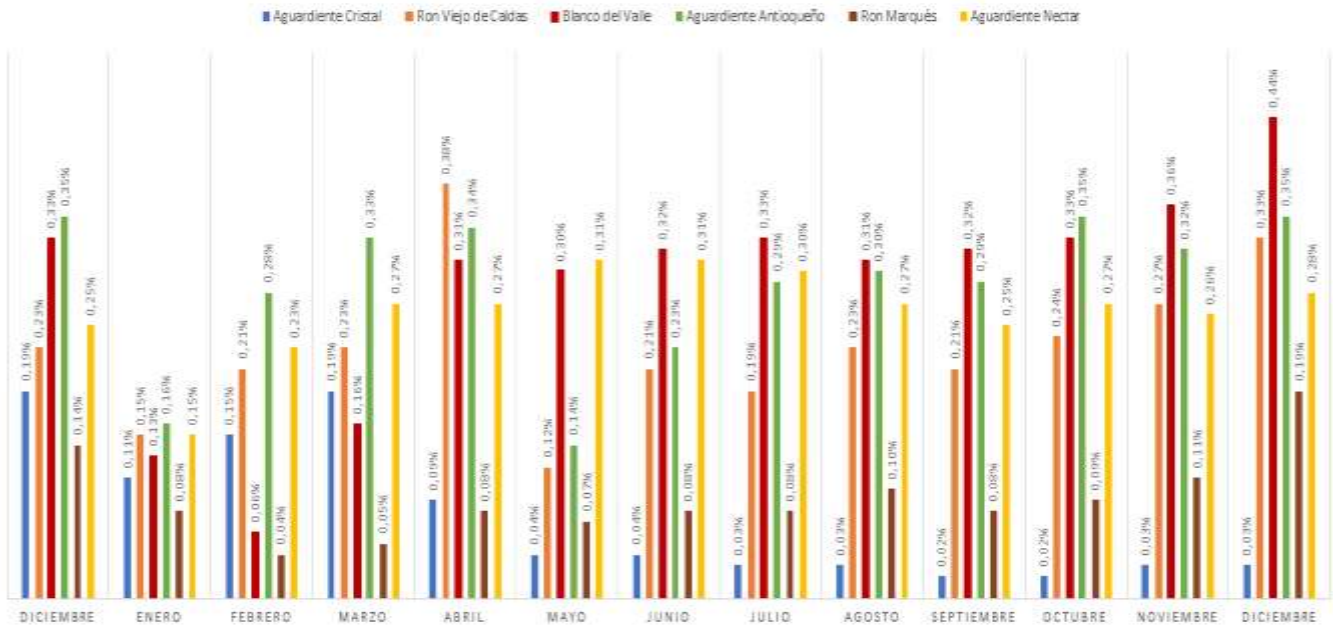
| OBJETIVO        | ESTRATEGIA                         |  |  | Nacional | Local | 1CT |   |   |   | 2CT |   |   | 3CT |   |   |   |
|-----------------|------------------------------------|--|--|----------|-------|-----|---|---|---|-----|---|---|-----|---|---|---|
|                 | PILARES                            | MARCAS   | ACTIVIDADES  |          |       | E   | F | M | A | M   | J | J | A   | S | O | N |
| <b>MERCADEO</b> |                                    |  |  |          |       |     |   |   |   |     |   |   |     |   |   |   |
|                 |                                    | Comunicación Digital   | Redes Sociales<br>Influenciadores  | X        | X     |     |   |   |   |     |   |   |     |   |   |   |
|                 |                                    | Comunicación Masiva  | Prensa<br>Radio<br>Vallas  |          |       |     |   |   |   |     |   |   |     |   |   |   |
|                 |                                    | Comunicación Exterior  | Banderines (Vallas Pequeñas)<br>Aeropuertos<br>Buses Transporte Masivo (Mio) |          |       |     |   |   |   |     |   |   |     |   |   |   |
|                 | Producto Ron                       | Estructura de Marca Ron Marqués 3, 5,<br>Licor de Ron Blanco del Valle |  |          |       |     |   |   |   |     |   |   |     |   |   |   |
|                 | Producto Aguardiente               | Origen del Valle 24°<br>Arquitectura Etiqueta Blanco del Valle         |  |          |       |     |   |   |   |     |   |   |     |   |   |   |
|                 | Cadena de Valor                    | Todas las marcas x Canal   | Definir cadena de valor para todos los desarrollos                           |          |       |     |   |   |   |     |   |   |     |   |   |   |
|                 | Actualización Portafolio Productos | Todas las marcas x Canal   | Mantener actualizado el portafolio de productos                              |          |       |     |   |   |   |     |   |   |     |   |   |   |

**COMPARATIVO SEGUIDORES**

■ Aguardiente Cristal ■ Ron Viejo de Caldas ■ Blanco del Valle ■ Aguardiente Antioqueño ■ Ron Marqués ■ Nectar



## COMPARATIVO DE PARTICIPACIÓN



Al cierre del año se llegaron a los siguientes seguidores:

|                    | <u>Facebook</u> | <u>Instagram</u> |
|--------------------|-----------------|------------------|
| <b>Aguardiente</b> | 77.952          | 85.836           |
| <b>Ron</b>         | 46.870          | 64.524           |



## COMPROMISOS Y KPI'S DE GESTIÓN DIGITAL Marzo - Diciembre 2023

A continuación el resumen de los principales compromisos contractuales de la vigencia 2023 con la ILV en sus plataformas digitales.

| ITEM                                   | CONTRATADO              | EJECUTADO          | %    |
|--|-------------------------|--------------------|------|
| Diseño y desarrollo de piezas gráficas | 330 piezas              | 520 piezas         | 157% |
| Actualización sitio web                | 10 actualizaciones      | 10 actualizaciones | 100% |
| Cubrimiento de eventos                 | 44                      | 54                 | 122% |
| Experiencias ILV                       | 12                      | 12                 | 100% |
| Gestión PQRS                           | Por demanda de usuarios | 1662 respuestas    | 100% |
| Pauta Digital                          | 10 meses                | 10 meses           | 100% |
| Influenciadores                        | 10 meses                | 10 meses           | 100% |
| Mail Marketing                         | 10 envíos               | 10 envíos          | 100% |

| KPI                     | META                | CUMPLIDO          | %    |
|-------------------------|---------------------|-------------------|------|
| Tasa de participación   | Crecimiento a 0,45% | 0,48              | 106% |
| Tráfico a sitio web web | 4.000 visitas mes   | 5.400 visitas mes | 135% |

### PIEZAS GRAFICAS



Se ejecutaron 520 piezas gráficas.



|   |                            |                     |
|---|----------------------------|---------------------|
|  | <b>INFORMES DE GESTIÓN</b> | <b>GEIF-001-00</b>  |
|   |                            | 30 de Julio de 2021 |
|   |                            | Página 16 de 57     |

## PORTAL ILV

### Actualización Portal ILV

Durante el periodo comprendido entre el 01 al 31 de diciembre de 2023 se realizó la siguiente actualización de contenido en el sitio web:

**Noticias:** Industria de Licores del Valle superó las metas fijadas para el cuatrienio  
**URL:** <https://ilv.com.co/industria-de-licores-del-valle-supero-las-metas-fijadas-para-el-cuatrenio/>






Se realizó la actualización de la página web de la Industria.

## CUBRIMIENTO DE EVENTOS









Se realizó el cubrimiento de 54 eventos en el año.

## EXPERIENCIAS ILV

### Concursos & Experiencias para Palco Calentura

#### GANADORES



Video Resumen de la jornada  
<https://www.instagram.com/p/C1a6WeQ3eF/>



BLANCO DEL VALLE  
**FIESTA**

**VA CON TODO!**

Se atendieron un total de 12 experiencias consistentes en: Recoger los ganadores en casa, llevarlos al lugar del evento, entradas al evento y consumo durante el evento.

## GESTIÓN PQRS

### GESTIÓN DE CONVERSACIONES Y PQRS



#### Consolidado

| CATEGORÍA       | Puntos de venta |     | Precio |     | Empleo |     | Patrocinio |     | Queja/Reclamo |     | Otros |     |
|-----------------|-----------------|-----|--------|-----|--------|-----|------------|-----|---------------|-----|-------|-----|
|                 | Redes           | Web | Redes  | Web | Redes  | Web | Redes      | Web | Redes         | Web | Redes | Web |
| <b>CANTIDAD</b> | 56              | 5   | 38     | 2   | 25     | 5   | 16         | 8   | 1             | 0   | 8     | 2   |

 **Solicitudes**  
36

 **Solicitudes**  
98

 **Solicitudes**  
10

 **Solicitudes**  
22

**Número de comentarios en post** 603

BLANCO DEL VALLE  
**FIESTA**

**VA CON TODO!**

Se atendieron un total de 1.622 PQRS en el año.

|   |                            |                     |
|---|----------------------------|---------------------|
|  | <b>INFORMES DE GESTIÓN</b> | <b>GEIF-001-00</b>  |
|   |                            | 30 de Julio de 2021 |
|   |                            | Página 18 de 57     |

## INFLUENCIADORES



AGUARDIENTE  
**BLANCO**  
DEL VALLE  
FIESTA

**VA CON TODO!**

Se tuvieron apoyos de influenciadores y microinfluenciadores durante los 10 meses de contrato.

## PRENSA

En el mes de Diciembre se imprimieron mas de 100.000 ejemplares entre primeras paginas e internas. El numero de impresiones son distribuidas entre las regiones del centro y norte del Valle para impactar a los lectores.



AGUARDIENTE  
**BLANCO**  
DEL VALLE  
FIESTA

**VA CON TODO!**

Durante el año 2023 se contrató con el Tabloide y el periódico de Buga desde el mes de abril a diciembre.



## RADIO (Ago- Dic)

|   |   |  |   |   |   |
|---|---|--|---|---|---|
|  |  |   |  |  |  |
| 660 Cuñas   | 747 Cuñas   | 660 Cuñas  | 747 Cuñas   | 747 Cuñas   | 615 Cuñas   |
|  |  |   |  |  |  |
| 505 Cuñas   | 550 Cuñas   | 440 Cuñas  | 660 Cuñas   | 770 Cuñas   | 637 Cuñas   |
|  |  |  |   | 14 Emisoras Locales ( 8,896 Cuñas)<br>21 Emisoras Regionales (23,950 Cuñas)         |   |
| 660 Cuñas   | 498 Cuñas   |  |   |   |   |

VA CON TODO!

Se contrataron 21 emisoras Regionales y 14 emisoras locales.

**VALLAS**

- Cali (13), Buenaventura (3), Palmira (2), Cartago (2), Buga (1), Tuluá (2), La Victoria (1), Roldanillo (1), Toro (1)
- Total : 26 Año 2023



**BANDERINES**

- Ubicación de 47 banderines en las entradas de los Municipios del Valle



**AEROPUERTO**

- Ubicación de Publicidad en el aeropuerto en el muelle Nacional.







Para la comunicación exterior se contrataron: 26 vallas (13 en Cali y 13 en otros municipios), 47 banderines (vallas pequeñas) ubicadas a las entradas de los municipios y la ubicación de publicidad en el aeropuerto incluyendo la valla de bienvenida.

|  |                              |                            |
|--|------------------------------|----------------------------|
|  <p><b>INDUSTRIA DE LICORES DEL VALLE</b></p> | <h2>INFORMES DE GESTIÓN</h2> | <p><b>GEIF-001-00</b></p>  |
|  |                              | <p>30 de Julio de 2021</p> |
|  |                              | <p>Página 20 de 57</p>     |

## INNOVACIÓN

**BAG IN BOX 2L**



**BLANCO DEL VALLE FIESTA**



**VA CON TODO!**

Venta: 36.696 Unidades (97.856 Bot. 750)

En el año 2023 se vendieron 36.696 unidades de bag in box (21.396 de Fiesta, 13.050 sin azúcar y 2.250 de Night).

Las presentaciones de Licor de Ron, Lata y Origen 24 quedaron para el siguiente año.

## ACTIVIDADES COMERCIALES

| OBJETIVO  | PILARES          | MARCAS     | ESTRATEGIA<br>ACTIVIDADES  | Nacional | Local | 1CT |   |   | 2CT |   |   | 3CT |   |   |   |   |   |
|---|------------------|------------|--|----------|-------|-----|---|---|-----|---|---|-----|---|---|---|---|---|
|   |                  |            |  |          |       | E   | F | M | A   | M | J | J   | A | S | O | N | D |
| <b>COMERCIAL</b>  |                  |            |  |          |       |     |   |   |     |   |   |     |   |   |   |   |   |
| Cumplimiento del ppto de ventas de 9.000.000 uds Mercado Local 1.250.000 Otros Mercados | Venta en Canales | Canales    | Definir el mix de ventas del presupuesto por marca                                 | X        | X     |     |   |   |     |   |   |     |   |   |   |   |   |
|   |                  |            | Cumplir Presupuesto Nacional y por Departamento                                    |          |       |     |   |   |     |   |   |     |   |   |   |   |   |
|   |                  |            | Seguimiento a la Distribución Numerica:  | X        | X     |     |   |   |     |   |   |     |   |   |   |   |   |
|   |                  |            | Creer en ventas en el 100% de los municipios del Valle del Cauca                   |          | X     |     |   |   |     |   |   |     |   |   |   |   |   |
|   |                  |            | Establecer los clientes Pareto por Departamento, Canal y Nacional                  | X        | X     |     |   |   |     |   |   |     |   |   |   |   |   |
|   |                  |            | Ejecutar la estrategia de exhibición por canal                                     | X        | X     |     |   |   |     |   |   |     |   |   |   |   |   |
|   |                  |            | Coordinar la ejecución de las estrategias de Trade Marketing con cada Distribuidor |          |       |     |   |   |     |   |   |     |   |   |   |   |   |
| Programar reuniones de Balance Score Card con Distribuidores (3M)                       |                  |            |  |          |       |     |   |   |     |   |   |     |   |   |   |   |   |
| Ampliar la Distribución Internacional   | Internacional    | Portafolio | Continuar con ventas en USA  |          |       |     |   |   |     |   |   |     |   |   |   |   |   |
|   |                  |            | Continuar con ventas en Panamá   |          |       |     |   |   |     |   |   |     |   |   |   |   |   |
|   |                  |            | Continuar con ventas en Ecuador  |          |       |     |   |   |     |   |   |     |   |   |   |   |   |
|   |                  |            | Continuar con ventas en Chile  |          |       |     |   |   |     |   |   |     |   |   |   |   |   |
|   |                  |            | Ingresar a Peru  |          |       |     |   |   |     |   |   |     |   |   |   |   |   |
|   |                  |            | Ingresar a Bolivia   |          |       |     |   |   |     |   |   |     |   |   |   |   |   |
|   |                  |            | Ingresar a Reino Unido   |          |       |     |   |   |     |   |   |     |   |   |   |   |   |
|   |                  |            | Ingresar a Holanda   |          |       |     |   |   |     |   |   |     |   |   |   |   |   |
|   |                  |            | Continuar con ventas en España   |          |       |     |   |   |     |   |   |     |   |   |   |   |   |
|   |                  |            | Ingresar a Italia  |          |       |     |   |   |     |   |   |     |   |   |   |   |   |
|   |                  |            | Diseñar la estrategia de mercadeo a Nivel Internacional                            |          |       |     |   |   |     |   |   |     |   |   |   |   |   |

AGUARDIENTE  
**BLANCO DEL VALLE**  
FIESTA

**VA CON TODO!**

## VENTAS DISTRIBUIDOR

INDUSTRIA DE LICORES DEL VALLE

VALLE DEL CAUCA



Corte: Diciembre 2.023

| Zona:         | Total                 | % Poblac. | Consumo Percapita ( Municipio - Valle) |            |            |         |             |       |       |       |
|---------------|-----------------------|-----------|--|------------|------------|---------|-------------|-------|-------|-------|
| Población:    | 4.660.438             | 100%      | 2,2                                    |            | 2,2        |         |             |       |       |       |
| DETALLE       | VENTA BOTELLAS 750 cc |           |  |            |            | % PART. | % VARIACIÓN |       |       |       |
|               | 2019                  | 2020      | 2021                                   | 2022       | 2023       |         | 20/19       | 21/20 | 22/21 | 23/22 |
| Aguardiente:  | 4.630.001             | 5.022.195 | 9.432.256                              | 10.049.836 | 9.991.630  | 100%    | 8%          | 88%   | 7%    | -0.6% |
| S/A 29°       | 4.624.081             | 4.871.890 | 7.139.679                              | 2.981.524  | 2.323.061  | 23%     | 5%          | 47%   | -58%  | -22%  |
| Night 27°     | 0                     | 0         | 0                                      | 437.734    | 328.281    | 3%      | 0%          | 0%    | 0%    | -25%  |
| Fiesta 24°    | 0                     | 143.528   | 2.277.533                              | 6.621.791  | 7.337.814  | 73%     | 0%          | 1487% | 191%  | 11%   |
| Origen        | 5.920                 | 6.777     | 15.043                                 | 8.787      | 2.474      | 0%      | 14%         | 122%  | -42%  | -72%  |
| Ron:          | 500.737               | 172.699   | 150.737                                | 66.654     | 48.150     | 0%      | -66%        | -13%  | -56%  | -28%  |
| Ron 3 Años    | 456.521               | 154.955   | 125.904                                | 45.343     | 38.874     | 0%      | -66%        | -19%  | -64%  | -14%  |
| Ron 8 Años    | 37.692                | 16.383    | 22.869                                 | 21.187     | 8.229      | 0%      | -57%        | 40%   | -7%   | -61%  |
| Ron 15 Años   | 6.524                 | 1.361     | 1.965                                  | 124        | 1.047      | 0%      | -79%        | 44%   | -94%  | 744%  |
| Agdte.+Ron    | 5.130.738             | 5.194.893 | 9.582.993                              | 10.116.490 | 10.039.780 | 100%    | 1%          | 84%   | 6%    | -0.8% |
| Participación | 100,0%                | 100,0%    | 100,0%                                 | 100,0%     | 100,0%     | Difer.  | 0%          | 0%    | 0%    | 0%    |



**99%**

|                |       |       |       |       |       |      |     |    |     |     |
|----------------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-----|----|-----|-----|
| # de Clientes: | 2.567 | 3.308 | 3.493 | 3.934 | 3.709 | -225 | 29% | 6% | 13% | -6% |
|----------------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-----|----|-----|-----|

Crecimiento en Bot. 750 cc:

**-76.710**

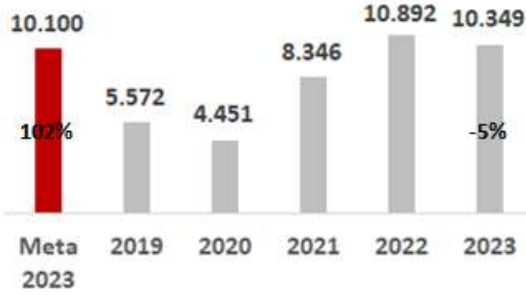
**1%**

FIESTA

**VA CON TODO!**

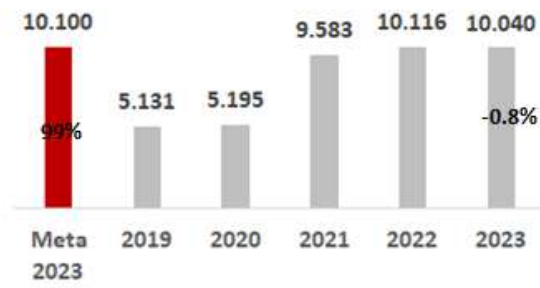


VENTAS ILV



Crecimiento vs Año anterior: -5%  
Cumplimiento meta: 102%

VENTAS DISTRIBUIDOR

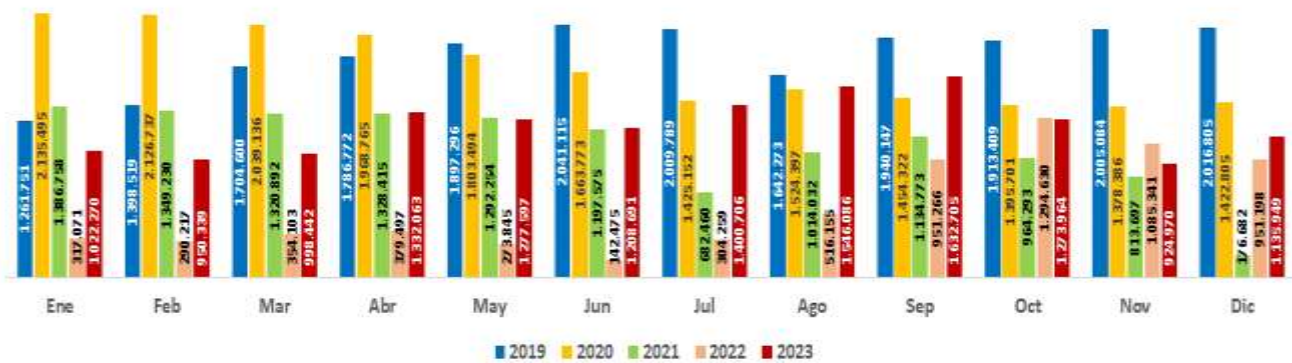


Crecimiento vs Año anterior: -0.8%  
Cumplimiento meta: 99%



Al finalizar el año 2023 la Industria de Licores le facturo al Distribuidor 10.349.199 botellas de 750 y el Distribuidor coloco en el mercado 10.040.007 botellas de 750. El Distribuidor cerró el mes de diciembre con un inventario de 1.135.949 botellas de 750.

Inventarios







| Resumen Número de Actividades |       | %     |
|-------------------------------|-------|-------|
| Descripción                   | Trade | Trade |
| EN EJECUCIÓN                  | 22    | 65%   |
| PLANEADO                      | 1     | 3%    |
| NO REALIZADO                  | 11    | 32%   |
| TOTAL                         | 34    |       |

Del total de 34 actividades planeadas se ejecutaron el 65% (22 actividades), 1 se quedó planeada y 11 actividades (32%) no se ejecutaron de acuerdo al cronograma al finalizar el año 2023.



- **Exhibiciones adicionales:** 5.112
- **Actividades de impulso:** 11.676 turnos.
- **Bus de la experiencia:** 144 eventos atendidos.



- Grupos Musicales: 420 toques.
- Catatas y capacitaciones: 60 catatas, 24 capacitaciones.
- Eventos atendidos: 2.712 eventos atendidos.

**FERIA DE CALI**







## 2. PERSPECTIVA SERVICIO AL CLIENTE

### 4. Objetivo estratégico: Aumentar Satisfacción del cliente

**Meta: 95%**

**Rango de Gestión: Excelente**

| Año | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|-----|------|------|------|------|
| %   | 86.5 | 86   | 87.1 | 87.4 |

En el cierre del cuatrienio el nivel satisfacción del cliente fue de un 87,4% correspondiendo a un cumplimiento de un 92% con respecto a la meta, nivel de cumplimiento con un rango de gestión excelente.

### RESPUESTAS DE LOS CONSUMIDORES



1.225



|     |     |
|-----|-----|
| 708 | 517 |
| 58% | 42% |

BLANCO DEL VALLE  
FIESTA

**VA CON TODO!**



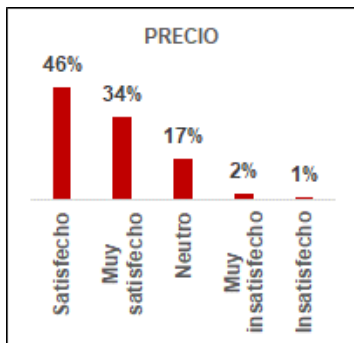
### FACILIDAD DE ENCONTRAR LOS PRODUCTOS DE LA ILV

| Facilidad para encontrar los productos ILV.(Disponibilidad) | x̄          |
|---|-------------|
| Tiendas / Minimarkets                                       | 4,49        |
| Estanco / Licoreras   | 4,81        |
| Supermercados   | 4,72        |
| Hoteles / Restaurantes / Casinos                            | 3,84        |
| <b>Promedio</b>   | <b>4,47</b> |

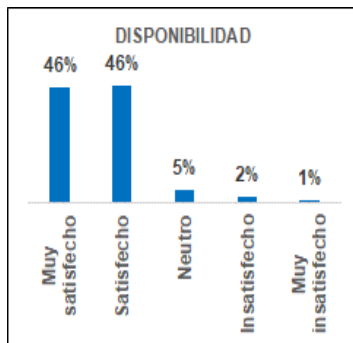
Para las preguntas de facilidad de encontrar los productos de la ILV, la pregunta menor calificada fue: encontrarlos en Hoteles/ Restaurantes / Casinos (3,84), lo que indica una oportunidad de colocación de producto en este canal.



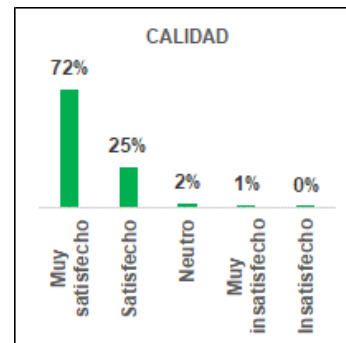
### DESEMPEÑO



El 80% de los clientes se consideran entre Muy satisfecho y satisfecho con el precio.



El 92% de los clientes se consideran entre Muy satisfecho y satisfecho con la Disponibilidad del producto.

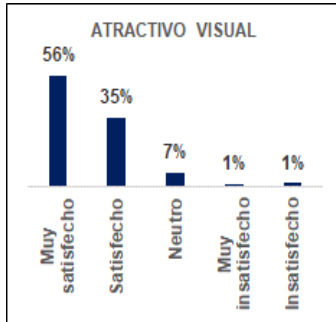


El 97% de los clientes se consideran entre satisfecho y muy satisfecho con la Calidad del producto.





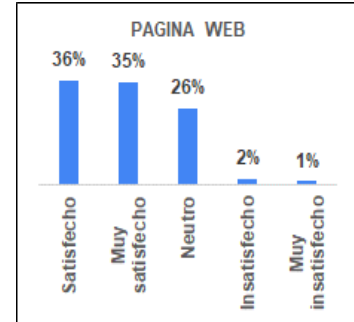
**DESEMPEÑO**



El 91% de los clientes se consideran entre satisfecho y muy satisfecho con el atractivo visual del producto.



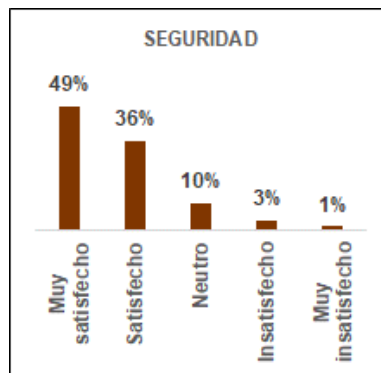
El 91% de los clientes se consideran entre muy satisfecho y satisfecho con la experiencia de compra.



El 71% de los clientes se consideran entre muy satisfecho y satisfecho con la página web.



**DESEMPEÑO**

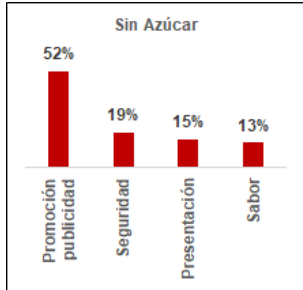


El 85 % de los clientes se consideran entre satisfecho y muy satisfecho con la seguridad del producto.

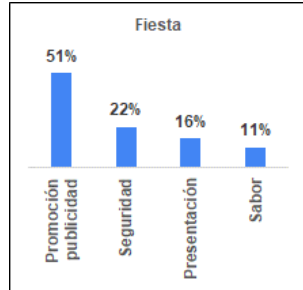




Qué atributos considera usted que se debería cambiar / mejorar en los productos de:



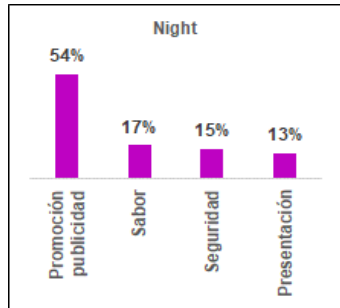
El 52% de los clientes solicitan para el Aguardiente Sin Azúcar 29° mayores actividades de promoción y publicidad. El 19% requiere mayor seguridad en el producto.



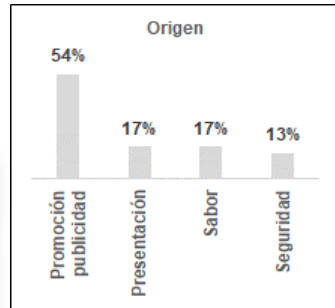
El 51% de los clientes solicitan para el Aguardiente Fiesta 24° mayores actividades de promoción y publicidad. El 22% requiere mayor seguridad en el producto.



Qué atributos considera usted que se debería cambiar / mejorar en los productos de:



El 54% de los clientes solicitan para el Aguardiente Night mayores actividades de promoción y publicidad. El 17% solicita un cambio de sabor en el producto.

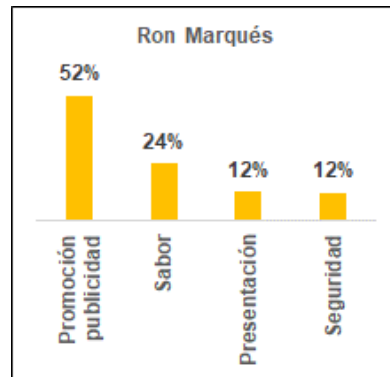


El 54% de los clientes solicitan para el Aguardiente Origen mayores actividades de promoción y publicidad. El 17% solicita una nueva presentación del producto y nuevo sabor.





Qué atributos considera usted que se debería cambiar / mejorar en los productos de:



El 52% de los clientes solicitan para Ron Marqués del Valle mayores actividades de promoción y publicidad.

El 24% de los clientes solicita un cambio de sabor.

AGUAFORTADO  
**BLANCO**  
DEL VALLE  
**FIESTA**

**VA CON TODO!**

## DESEMPEÑO ILV

| Desempeño ILV   | xi          |
|---|-------------|
| Nuevos diseños de etiquetas y empaques / Ediciones especiales | 4,37        |
| Nuevos productos  | 4,30        |
| Nuevas presentaciones en contenido y volumen                  | 4,31        |
| Comunicaciones en radio                                       | 3,85        |
| Comunicaciones en redes sociales                              | 4,20        |
| Comunicación en Vallas Publicitarias                          | 3,96        |
| <b>Promedio</b>   | <b>4,16</b> |

La menor calificación fue de 3.8 que corresponde a las Comunicaciones en radio, la mejor calificación fue de 4,37 correspondiente a nuevos diseños de etiquetas y empaques / Ediciones especiales.

AGUAFORTADO  
**BLANCO**  
DEL VALLE  
**FIESTA**

**VA CON TODO!**



## CALIDAD DE LOS PRODUCTOS

| Calidad de los productos ILV.               | xi          |
|---|-------------|
| Aguardiente Blanco del Valle sin azúcar 29° | 4,52        |
| Aguardiente Blanco Night 27°                | 4,34        |
| Aguardiente Blanco Fiesta 24°               | 4,52        |
| Aguardiente Origen del Valle                | 4,22        |
| Ron Marqués del Valle                       | 4,08        |
| <b>Promedio</b>                             | <b>4,33</b> |

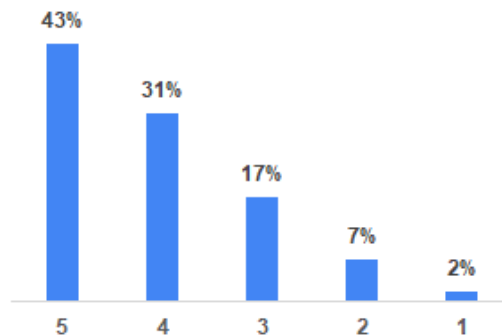
Los aguardientes mejores calificados fueron Sin Azúcar y Fiesta con 4,52 y la menor calificación correspondió a Ron Marqués con un 4,08.



## SEGURIDAD

Califique de 1 a 5, donde 5 es "Excelente" y 1 "Deficiente":

Identificar características de originalidad de los productos



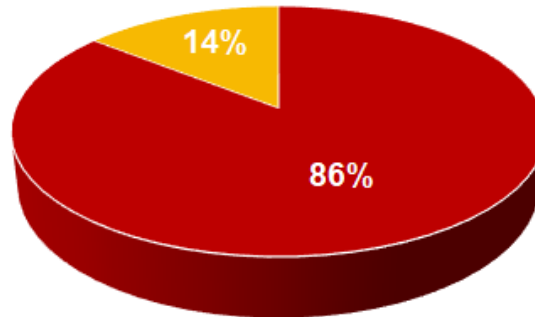
| Sistemas de seguridad de los productos ILV                   | xi   |
|--|------|
| Identificar características de originalidad de los productos | 4,04 |





## SEGURIDAD

¿Realiza el desprendimiento de la etiqueta para evitar la reutilización?

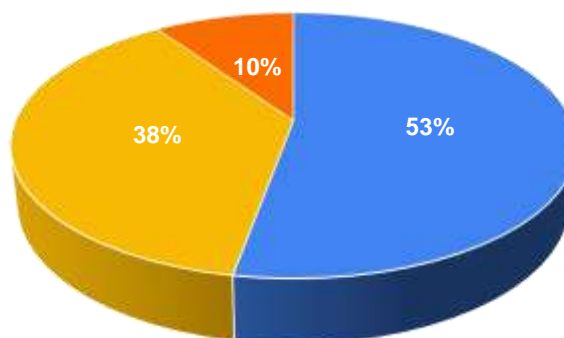


■ Si ■ No



## SEGURIDAD

¿Cuál es la disposición final que usted le da a los envases una vez termina de consumir el producto?



■ Recicla ■ La bota ■ Destruye



## NECESIDADES Y EXPECTATIVAS







## RESUMEN CALIFICACIONES

| Categorías  | Prom.       |
|---|-------------|
| Facilidad para encontrar los productos ILV.(Disponibilidad) | <b>4,47</b> |
| Desempeño ILV   | <b>4,16</b> |
| Calidad de los productos ILV.                               | <b>4,33</b> |
| Sistemas de seguridad de los productos ILV                  | <b>4,04</b> |

La categoría mejor calificada fue la facilidad para encontrar los productos de la Industria de Licores del Valle con un 4.47, la menor calificada fue Sistemas de seguridad de los productos de la Industria de Licores del Valle con un 4.04.







## CONCLUSIONES

**Índice de Satisfacción: 87,4%**

| Categoría de producto                       | Importancia | Desempeño    |
|---|-------------|--------------|
| Facilidad para encontrar los productos ILV. | 21,9%       | 89,3%        |
| Desempeño ILV                               | 26,3%       | 90,1%        |
| Calidad de los productos ILV                | 23,8%       | 90,3%        |
| Sistemas de seguridad de los productos ILV  | 28,0%       | 80,8%        |
| <b>Índice General</b>                       |             | <b>87,4%</b> |

ESCALA DE SATISFACCIÓN

| Rango ISS (%) | Nivel de satisfacción |
|---------------|-----------------------|
| 90,0%-100,0%  | Excelente             |
| 80,0%-89,9%   | Bueno                 |
| 60,0%-79,9%   | Aceptable             |
| 40,0%-59,9%   | Insuficiente          |
| 0%-39,9%      | Deficiente            |

Julia Kirby, "Theory of high performance". 2005

- Al realizar todas las ponderaciones de las variables que se tuvieron en cuenta para el estudio, el índice de satisfacción que otorgaron los consumidores a la Industria de Licores del Valle corresponde a un 87,4% ubicándolo en una escala de satisfacción como Bueno para el año 2,023.
- El mayor nivel de importancia para los consumidores son los sistemas de seguridad de los productos (28%) seguido del Desempeño de la Industria de Licores del Valle comprendido entre Precio, Disponibilidad, Calidad, Atractivo visual, Experiencia de compra, Página Web y Seguridad con un 26.3%.



El índice de satisfacción para el año 2023 es del 87.4% ubicándonos en un nivel bueno de satisfacción.

**5. Objetivo estratégico:** Mejorar el nivel de aceptación de la empresa y de marca dentro de la comunidad Vallecaucana.

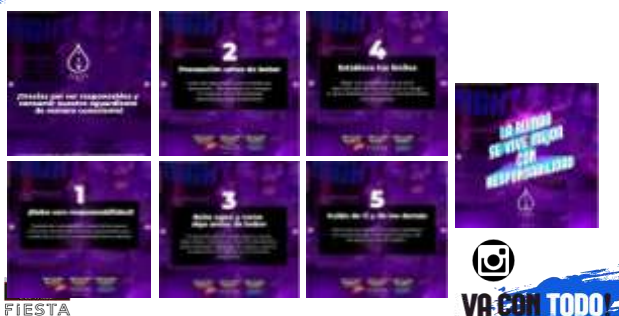
**Meta:** 95%

| Año | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|-----|------|------|------|------|
| %   | 86.5 | 86   | 87.1 | 87.4 |

Para el cierre del año 2023 el nivel de aceptación de la empresa y de marca vallecaucana arrojó un resultado de un 87,4 %, con respecto a la meta que es de un 95%, un nivel de cumplimiento de un 92%.

### Compromiso de responsabilidad social

LA RUMBA SE VIVE MEJOR CON RESPONSABILIDAD



FIESTA

VA CON TODO!

|  |                                   |                            |
|--|-----------------------------------|----------------------------|
|  <p><b>INDUSTRIA DE LICORES DEL VALLE</b></p> | <p><b>INFORMES DE GESTIÓN</b></p> | <p><b>GEIF-001-00</b></p>  |
|  |                                   | <p>30 de Julio de 2021</p> |
|  |                                   | <p>Página 35 de 57</p>     |

**SABES COMO INICIA PERO NO COMO ACABA**



**VA CON TODO!**

**CAPACITACIONES**



BLA  
DEL  
FIE



# CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN



## CAPACITACIONES



Capacitaciones en: Roldanillo, Dagua, Cartago, Buga, Tuluá (Unidad Ejecutora de Saneamiento y Policía).





|   |                            |                     |
|---|----------------------------|---------------------|
|  <b>INDUSTRIA DE LICORES DEL VALLE</b><br>1921 | <b>INFORMES DE GESTIÓN</b> | <b>GEIF-001-00</b>  |
|   |                            | 30 de Julio de 2021 |
|   |                            | Página 37 de 57     |





**INDUSTRIA DE LICORES DEL VALLE**  
**MENCIONES CAMPAÑA SOY CONSCIENTE -**

1. Existen numerosas historias que contar, por esta razón si vas a consumir licor que sea con responsabilidad. **Soy Consciente, una campaña de la Industria de Licores del Valle**
2. Vive la vida como una aventura, con amigos, disfruta las noches con locura pero recuerda no conducir si bebidas alcohólicas vas a consumir. **Soy Consciente, una campaña de la Industria de Licores del Valle**
3. Destruyo las etiquetas de licor que consumo, cuidó de ti cuidó de mí, **Soy Consciente, una campaña de la Industria de Licores del Valle**
4. Las historias están para ser contadas, la vida para atesorarla, bebe con consciencia y responsabilidad, **Soy Consciente, una campaña de la Industria de Licores del Valle**

Yo soy de los que digo ... Soy Consciente , entrego las llaves cuando voy a toma.  
 Soy consciente... cuando de comer se trata antes de salir a rumbear  
 Soy Consciente... cuando de rasgar la etiqueta de lo que consumimos se que importante  
 Soy Consciente .. Cuando respeto a los demás.

Una campaña de la Industria de Licores del Valle






**Con la Gestión ambiental**

**Permiso de vertimientos (Resolución 0721 – No. 00737 de 2018).**

Con el fin de dar cumplimiento a requerimientos legales del Permiso de Vertimientos otorgado por la C.V.C., se realizó caracterización en la salida final del pozo de bombeo, que posteriormente descarga al río Palmira, con el fin de determinar y analizar las características físicas y químicas de las aguas residuales DOMÉSTICAS y NO DOMÉSTICAS; igualmente evaluar las concentraciones de los parámetros controlados por la normatividad ambiental vigente.

En noviembre de 2023 se realizó el estudio de caracterización de vertimientos por la empresa **Servicios Ambientales para el Fortalecimiento Empresarial SAS**

|   |                            |                     |
|---|----------------------------|---------------------|
|  <b>INDUSTRIA DE LICORES<br/>DEL VALLE</b><br>1921 | <b>INFORMES DE GESTIÓN</b> | <b>GEIF-001-00</b>  |
|   |                            | 30 de Julio de 2021 |
|   |                            | Página 38 de 57     |

#### **Efluente doméstico.**

Se cumple con los límites máximos permisibles de la *Resolución 631 de 2015: Artículo 8 – Carga menor a 625 kgDBO/día* en cuanto a: pH, Temperatura, Caudal, Demanda Química de Oxígeno (DQO), Demanda Bioquímica de Oxígeno (DBO5), Sólidos Suspendidos Totales (SST), Sólidos Sedimentables (SSed), Grasas y Aceites, Sustancias Activas al Azul del Metileno (SAAM), Hidrocarburos Totales (HTP), Ortofosfatos (PO4), Fósforo Total (P), Nitratos, Nitritos, Nitrógeno Amoniacal, Nitrógeno total (N).

#### **Efluente industrial:**

Se cumple con los límites máximos permisibles de la Resolución 631 de 2015: Artículo 13 – Elaboración de bebidas alcohólicas destiladas en cuanto a: pH, Temperatura, Caudal, Demanda Química de Oxígeno, Demanda Bioquímica de Oxígeno (DBO5), Sólidos Suspendidos Totales, Sólidos Sedimentables, Grasas y Aceites, Compuestos Semivolátiles fenólicos, Sustancias Activas al Azul de Metileno, Fósforo Total, Nitratos, Nitritos, Nitrógeno Total, Acidez total, Alcalinidad total, Dureza cálcica, Dureza total, Color Real (436nm, 525nm, 620nm).

La carga contaminante para el vertimiento de la destilería al cuerpo de agua receptor es de **26,692 kgDBO5/mes, 14,062 kgSST/mes y 65,102 kgDQO/mes.**

**Permiso de Emisiones Atmosféricas por fuentes fijas (Resolución 0720 No. 0721 – 00496 de 2019).**

Los días 20 y 21 de noviembre de 2023, se realizó las mediciones de material particulado, MP, Dióxido de Azufre, SO<sub>2</sub>, y Óxidos de Nitrógeno, NO<sub>X</sub>, en la chimenea de la Caldera de Combustión Distral, de la empresa **INDUSTRIA DE LICORES DEL VALLE**, la cual se encuentra en el KM 2 vía Palmaseca Roza, jurisdicción del Municipio de Palmira – Valle del Cauca.

Las mediciones en la fuente fija se realizaron conforme a las consideraciones técnicas planteadas y consignadas en el Informe Previo, documento presentado ante la Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca - CVC.

De acuerdo a los parámetros evaluados se da cumplimiento a los límites permisibles de concentración para MP, SO<sub>2</sub> y NO<sub>X</sub>, según lo establecido en la Resolución 0909 de 2008.

#### **Plan de Gestión para la Recuperación de Envases y Empaques del Sector de los Licores.**

La meta de aprovechamiento se calculó según la resolución 1407 de 2018, para el año 2023 se estableció como el 14% de los envases y empaques puestos en el mercado por los productores en el año 2020.

Para el 2023 la meta de aprovechamiento es de 2.189,76 Toneladas en total y para la Licorera de Valle una meta de 321 toneladas de residuos, con un porcentaje de participación del colectivo del 15% De acuerdo al cubrimiento geográfico que establece la Resolución 1407 de 2018 y 1342 de 2020.

Desde el Plan Colectivo RELIC logramos llevar a la Isla de San Andrés un molino para el proceso de transformación de casco de vidrio, el cual permite obtener múltiples beneficios en el marco del proceso de aprovechamiento de ese material.

|   |                            |                     |
|---|----------------------------|---------------------|
|  | <b>INFORMES DE GESTIÓN</b> | <b>GEIF-001-00</b>  |
|   |                            | 30 de Julio de 2021 |
|   |                            | Página 39 de 57     |

### **Proyecto Granja Solar Palmaseca 31,8 MW**

Bajo la modalidad de contrato interadministrativo celebrado entre la Industria de Licores del Valle y Energías Renovables del Valle S.A.S. E.S.P. desde el 04 de abril de 2020, se dio inicio a la instalación y puesta en marcha del proyecto de generación de energía solar fotovoltaica denominado “GRANJA SOLAR PALMASECA 28 MW” en un área de 27 hectáreas aproximadamente, aledaña a la planta de producción de la Industria de Licores del Valle, quien permitió el uso sin perder la titularidad ni la propiedad que sobre él posee.

Este proyecto permitirá evitar una importante cifra de emisiones de CO<sub>2</sub> (bióxido de carbónico) y gases de efecto invernadero por la utilización de energías convencionales, que se calcula en 19.205,11 Toneladas de CO<sub>2</sub> por año.

Para la vigencia 2023 se presenta el siguiente avance:

En reunión extraordinaria de Asamblea General de Accionistas realizada el 13 de febrero de 2023, la empresa Energías Renovables del Valle S.A.S. E.S.P, decidió ceder el proyecto “Granja Solar Palmaseca 28kW” a una empresa privada, debido a la dificultad que uno de sus accionistas presentó en la realización de los aportes para la ejecución del proyecto.

Con motivo de lo anterior, la empresa Energías Renovables del Valle S.A.S. E.S.P, decidió excluir de su patrimonio el proyecto “Granja Solar Palmaseca 28kW” con todas las licencias, contratos, activos y pasivos que lo conforman y como consecuencia ceder el proyecto a otra empresa privada.

De acuerdo con lo expuesto y teniendo en la cuenta que el proyecto Granja Solar ya no sería de la empresa Energías Renovables del Valle S.A.S. E.S.P, se procedió a la terminación del contrato, dado que su condición de contrato interadministrativo no permite la cesión del mismo a un privado.

Dentro de este contexto, es claro para la Industria de Licores del Valle que la ejecución del proyecto “Granja Solar Palmaseca 28kW” aporta al mejoramiento del medio ambiente dentro de la minimización de impactos ambientales a través de la generación de energías alternativas, que además retribuirán no solamente en la generación de la misma, sino en la producción de los bienes y servicios que produce la empresa estatal con una carga contaminante menor, pues su transformación pasará a realizarse con energía limpia, lo que indiscutiblemente generará un mayor beneficio de la oferta de productos ambientalmente amigables.



Es por ello que, para dar continuidad al mencionado proyecto, la Industria de Licores del Valle debió establecer la alternativa de arrendar el predio para darle continuidad al proyecto “Granja Solar Palmaseca 28kW”, mediante la celebración de un contrato de arrendamiento de inmuebles con la empresa Parque Solar Palmaseca, quienes asumieron la continuidad de todas las responsabilidades y obligaciones para poner en operación el citado proyecto.


Informe de avance con corte a diciembre 30 de 2023

| <b>Componente de obra</b>        |   |
|----------------------------------|---|
| <b>Vías Internas</b>             |   |
| <b>Descripción del pendiente</b> | Nivelar, compactar, capa de rodadura y ultimar drenajes |



|   |                            |                     |
|---|----------------------------|---------------------|
|  <b>INDUSTRIA DE LICORES DEL VALLE</b> | <b>INFORMES DE GESTIÓN</b> | <b>GEIF-001-00</b>  |
|   |                            | 30 de Julio de 2021 |
|   |                            | Página 40 de 57     |

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| <b>Justificación</b>        | 1. Tránsito de personal y vehículos de obra hasta finales de abril 2023  |
| <b>Informe de Avance</b>    | Actualmente los accesos principales de la granja solar y los accesos secundarios a los inversores se encuentran funcionando adecuadamente con sus drenajes laterales que conducen las aguas hacia los canales perimetrales, falta ultimar detalles de cierre de los mismos y acabado final, el cual se hará una vez la planta entre en funcionamiento al 100% para evitar cualquier daño con maquinaria que tenga que entrar a hacer algún movimiento no contemplado |
| <b>Registro Fotográfico</b> |    |

| <b>Componente de obra</b>        |   |
|----------------------------------|---|
| <b>Estación de bombeo</b>        |   |
| <b>Descripción del pendiente</b> | Instalación de tuberías, instalación y puesta en servicio de equipo electromecánico y del sistema de alimentación solar con baterías  |
| <b>Justificación</b>             | 1. El contratista Domótica se ha retrasado con la instalación de la motobomba eléctrica   |
| <b>Informe de Avance</b>         | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se tiene construida la caseta al 100%</li> <li>2. Las 2 Motobombas de respaldo están funcionando al 100%</li> <li>3. Las tuberías de succión y descarga están instaladas 100%</li> <li>4. Pendiente por instalar el sistema PV de alimentación para la bomba eléctrica (Retraso del contratista)</li> </ol> |
| <b>Registro Fotográfico</b>      |   |

| <b>Componente de obra</b>        |   |
|----------------------------------|---|
| <b>Alumbrado perimetral</b>      |   |
| <b>Descripción del pendiente</b> | Apantallamiento de cada poste y su respectivo bajante conectado a puesta a tierra   |
| <b>Justificación</b>             | <ol style="list-style-type: none"> <li>2. El conjunto de luminaria solar autónoma esta por fuera de la cobertura del apantallamiento existente.</li> <li>3. Tiene riesgo de ser impactado por una descarga atmosférica</li> <li>4. Esto no fue alcance de los contratistas proveedor e instalador.</li> </ol> |



|   |                            |                     |
|---|----------------------------|---------------------|
|  | <b>INFORMES DE GESTIÓN</b> | <b>GEIF-001-00</b>  |
|   |                            | 30 de Julio de 2021 |
|   |                            | Página 41 de 57     |

|  |  |
|--|--|
| <b>Informe de Avance</b>   | <p>Se está evaluando el requerimiento con el contratista SCG validando la normativa de acuerdo con las características del poste que se instalo ya que es plástico</p> |
|  |  |


| <b>Componente de obra</b>               |  |
|---|--|
| <b>Cable de media tensión 500 kcmil</b> |  |
| <b>Descripción del pendiente</b>        | Tramos de conductor entre unidades centralizadas de conversión DC/AC D, E y Subestación  |
| <b>Justificación</b>                    | <p>1. El diseño inicial consideraba la conexión de unidades centralizadas de conversión DC/AC de la siguiente forma:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unidad C con Unidad D en calibre 4/0 y unidad D con subestación en 500 kcmil; por otra parte el inversor E se conectaba independiente a la subestación en calibre 4/0</li> </ul> <p>2. El proyecto cambio la forma de conectar las unidades centralizadas de conversión DC/AC para optimizar el número de celdas en la subestación de salida, procediendo de la siguiente forma:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unidad C con Unidad D en calibre 4/0, unidad D con unidad E en 500 kcmil y la unidad E con subestación en 500 kcmil.</li> </ul> <p>3. La ejecución del punto 2 causa el aumento de uso de cable XLPE 500 kcmil</p> |
| <b>Informe de Avance</b>                | Se tiene definido el proveedor y tiempos de entrega claros, se procederá con la compra del cable una vez se apruebe por parte de Celsia el trazado definitivo de conexión a la subestación Palmaseca, ya que dicho recorrido necesita unos tramos de este mismo tipo de cable y se tiene planeada una sola compra, a la fecha no se tiene la aprobación por parte de Celsia.   |

| <b>Componente de obra</b>                                    |   |
|--|---|
| <b>Pruebas de sistema generador fotovoltaico Palmaseca 1</b> |   |
| <b>Descripción del pendiente</b>                             | <p>Globalem debe entregar los informes de pruebas ejecutadas en la Granja Solar Palmaseca 1, los entregables pendientes son:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Prueba de curva I-V de strings</li> <li>2. Prueba de equipotencialidad y resistencia de malla a tierra</li> </ol>                        |
| <b>Justificación</b>   | Cumplimiento de pruebas   |
| <b>Informe de Avance</b>                                     | <p>El contratista entrego las siguientes pruebas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• INFORME FINAL DE EJECUCIÓN PALMASECA 1 Y 2.</li> <li>• INFORME DE PRUEBAS DE RESISTENCIA DE SISTEMA DE PUESTA A TIERRA - SPT.</li> <li>• INFORME DE PRUEBAS DE AISLAMIENTO CONDUCTORES 6 MM2 Y 250 KCMIL.</li> </ul> |

|   |                            |                     |
|---|----------------------------|---------------------|
|  <b>INDUSTRIA DE LICORES DEL VALLE</b><br>1921 | <b>INFORMES DE GESTIÓN</b> | <b>GEIF-001-00</b>  |
|   |                            | 30 de Julio de 2021 |
|   |                            | Página 42 de 57     |

| <b>Componente de obra</b>                                    |   |
|--|---|
| <b>Pruebas de sistema generador fotovoltaico Palmaseca 2</b> |   |
| <b>Descripción del pendiente</b>                             | 1. Pruebas de resistencia de aislamiento de conductores<br>2. Prueba de curva I-V de strings  |
| <b>Justificación</b>   | 1. Se contrato a la Firma GERS para la toma de muestras   |
| <b>Informe de Avance</b>                                     | Se inicio con las pruebas el pasado 28 de Julio, se entregó informe el 12 de octubre de 2023, con el contratista ST ingenieros están revisando los strings que no cumplieron con los parámetros para su corrección. |
| <b>Componente de obra</b>                                    |   |
| <b>Sistema CCTV</b>  |   |
| <b>Descripción del pendiente</b>                             | Suministro e instalación de sistema CCTV en la Granja Solar Palmaseca   |
| <b>Justificación</b>   | 1. No hay contratista involucrado con este pendiente  |
| <b>Informe de Avance</b>                                     | Continua pendiente por evaluación de contratista, ya se tienen varias cotizaciones  |

| <b>Componente de obra</b>                            |  |
|--|--|
| <b>Sistema de detección y Extinción de Incendios</b> |  |
| <b>Descripción del pendiente</b>                     | Suministro e instalación de Sistema detección y extinción de incendios en la Granja Solar Palmaseca  |
| <b>Justificación</b>                                 | 1. Se entrego el informe y ya se tienen la totalidad de los extintores en la granja  |
| <b>Informe de Avance</b>                             | Los extintores de cada inversor están en el almacén se instalarán una vez el sistema entre en funcionamiento para no deteriorar los equipos toda vez que estarán a la intemperie y el riesgo de incendio es por operación ya que en este momento no hay trabajo en los equipos; por otra parte se informa que en los edificios auxiliares como subestación, portería y administrativo ya se encuentran los extintores de cada área |
| <b>Registro Fotográfico</b>                          |    |

| <b>Componente de obra</b>                           |  |
|---|--|
| <b>Línea de conexión servicios auxiliares 13.2V</b> |  |
| <b>Descripción del pendiente</b>                    | 1. Suministro e instalación de acometida entre transformador de distribución y tablero en subestación<br>2. Instalación de medidores |
| <b>Justificación</b>                                | Retraso del contratista Domótica Integral  |
| <b>Informe de Avance</b>                            | Se está instalando la marcación de tableros para finalizar la actividad  |
| <b>Registro Fotográfico</b>                         |    |

|   |                            |                     |
|---|----------------------------|---------------------|
|  | <b>INFORMES DE GESTIÓN</b> | <b>GEIF-001-00</b>  |
|   |                            | 30 de Julio de 2021 |
|   |                            | Página 43 de 57     |

| <b>Componente de obra</b>   |   |
|---|---|
| <b>Línea de Conexión Granja Solar 34.5 KV</b>                             |   |
| <b>Descripción del pendiente</b>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terminar gestión de permisos</li> <li>2. Terminar ajuste de diseños</li> <li>3. Suministro de materiales</li> <li>4. Reiniciar construcción de tramo faltante</li> </ol>  |
| <b>Justificación</b>  | Permisos necesarios para continuar con la construcción  |
| <b>Informe de Avance</b>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1- Se recibe carta de la MALLA VIAL con las observaciones al trazado propuesto</li> <li>2- Continúan la gestión de permisos tramite en proceso con ANI quien consulta con la malla vial y el operador de red para dar su aprobación.</li> <li>3- Los materiales se complementarán una vez sea aprobado el trazado por parte de la ANI, Malla Vial y Operador de la red.</li> <li>4- Se reiniciarán las actividades de construcción una vez se emita el permiso por la ANI.</li> </ol>  |
| <b>Componente de obra</b>   |   |
| <b>Manejo del nivel freático de cámaras y canalizaciones subterráneas</b> |   |
| <b>Descripción del pendiente</b>  | Realizar el manejo del nivel freático de cámaras y canalizaciones subterráneas o garantizar que el cableado soporta la condición de operación en estado de sumergido en agua durante la vida útil del proyecto  |
| <b>Justificación</b>  | Adecuada operación y vida útil de los elementos   |
| <b>Informe de Avance</b>  | <p>Continuamos con el drenaje mecánico de las cámaras de la granja de la siguiente manera:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1- Se conectan los drenes de las vías al canal perimetral de la granja, el cual a su vez descarga en el pozo de achique, la evacuación de las aguas se hace regularmente 1 vez por semana con el fin de mantener abatido el nivel freático</li> <li>2- Se implementa el protocolo de inspección, seguimiento, control y vaciado de cajas con el fin de mantener las mismas en condiciones de operatividad <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Se instalo material sellante en la salida de los tubos para disminuir el ingreso de agua a las cajas</li> <li>b. Se aplica epóxidos en las fisuras de las cajas para evitar el ingreso de agua</li> <li>c. Se implementa el plan de bombeo 1 vez por semana a las cajas de los subcampos</li> <li>d. Se implementa el plan de bombeo del achique 1 vez por semana para drenar las aguas de nivel freático que alimentan los drenes de las vías</li> </ol> </li> </ol> |
| <b>Componente de obra</b>   |   |
| <b>Celdas Siemens 34.5 kV en SE Palmaseca Celsia</b>                      |   |
| <b>Descripción del pendiente</b>  | Verificar y recibir las Celdas Siemens 34.5 kV que Celsia suministra en modo alquiler al proyecto e instala en su SE Palmaseca Celsia   |
| <b>Justificación</b>  | Contrato suspendido hasta tener punto de conexión autorizado por la UPME  |
| <b>Informe de Avance</b>  | Acuerdo con Celsia para disponibilidad oportuna una vez se tenga la aprobación del punto de conexión.   |

| <b>Componente de obra</b>                              |   |
|--|---|
| <b>Instalar tablero de control SE Palmaseca Celsia</b> |   |
| <b>Descripción del pendiente</b>                       | PTI debe instalar el tablero de control en SE Palmaseca Celsia  |
| <b>Justificación</b>                                   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. PTI no logro instalar este tablero debido a que no se pudo gestionar en su momento los permisos de trabajo con Celsia. El tablero quedo almacenado en el almacén del edificio técnico de la Granja Solar.</li> <li>2. Celsia autoriza una vez se tenga punto de conexión</li> </ol> |
| <b>Informe de Avance</b>                               | Se hará la instalación una vez Celsia apruebe los protocolos de conexión final a subestación palmaseca  |

|   |                            |                     |
|---|----------------------------|---------------------|
|  | <b>INFORMES DE GESTIÓN</b> | <b>GEIF-001-00</b>  |
|   |                            | 30 de Julio de 2021 |
|   |                            | Página 44 de 57     |

Finalmente hay unas pruebas que están relacionadas con la puesta en operación y su desarrollo a la fecha se detalla a continuación

| Detalle   | Contratista       | Considerado en costos   |
|---|-------------------|---|
| Actualización de estudio de coordinación de protecciones                                | GERS              | Ya se entregó por parte de Gers y se está en etapa de revisión  |
| Actualización estudio de conexión   | GERS              | Ya se entregó por parte de Gers y se está en etapa de revisión  |
| Pruebas termografías de campo fotovoltaico Palmaseca 1                                  | Globalem          | Incluido en contrato y se ejecuta una vez este la planta en operación                                     |
| Pruebas termografías de campo fotovoltaico Palmaseca 2                                  | Sin contratista   | Se contratará y ejecutará una vez este la planta en operación   |
| Comisionamiento de unidades centralizadas de conversión DC/AC                           | Power Electronics | Incluidas en compra del equipo se harán una vez esté conectada la línea principal a subestación Palmaseca |
| Programación de relés en subestación de la Granja solar                                 | Domotica          | Incluido en contrato existente  |
| Pruebas de celdas en subestación de la Granja solar con maleta de inyección             | Domotica          | Incluido en contrato existente, solo se pueden realizar una vez la planta esté en funcionamiento          |
| Asistencia de pruebas de celdas en subestación Palmaseca Celsia con maleta de inyección | Domotica          | Incluido en contrato existente, solo se pueden realizar una vez la planta esté en funcionamiento          |
| Pruebas FAT   | PTI               | Incluido en contrato existente - Se ejecutan una vez la planta en funcionamiento y conectada              |
| Puesta en servicio SCADA  | PTI               | Incluido en contrato existente - Se ejecutan una vez la planta en funcionamiento y conectada              |
| Capacitación y As-Built SCADA   | PTI               | Incluido en contrato existente - Se ejecutan una vez la planta en funcionamiento y conectada              |

### 3 PROCESOS INTERNOS

6. **Objetivo estratégico:** Fortalecer permanentemente los mecanismos de seguridad de los productos.

Meta 100%

Todas las estrategias van dirigidas a fortalecer la seguridad del producto de la empresa, de tal manera que genere tranquilidad en el consumidor. Con un % de ejecución 100%.

Se continúa en el 2023 con los mecanismos tradicionales de seguridad del producto, siendo los principales: Tapa Sintra y sus principales diferenciales frente a la adulteración, tiene doble anillo de seguridad a diferencia de la tapa anterior que tenía solo uno.



El externo es un precinto de seguridad y no solo un anillo, el cual implica una mayor inversión en caso de que quieran fabricarlo. Adicionalmente no puede pegarse al cuerpo de la tapa, siendo funcional y sin dejar rastro

|   |                            |                     |
|---|----------------------------|---------------------|
|  | <b>INFORMES DE GESTIÓN</b> | <b>GEIF-001-00</b>  |
|   |                            | 30 de Julio de 2021 |
|   |                            | Página 45 de 57     |



El interno se activa al abrir la tapa para ser consumida, dejando expuesta un área de la tapa que no puede cubrirse al intentar colocar el anillo externo original.

Decoración completa en toda la tapa, incluyendo cuerpo y precinto de seguridad

Esto permite realizar impresiones en el área de apertura de la tapa, pudiendo utilizar la característica de random printing, que es una impresión aleatoria de algunos textos con respecto a otros, para que al querer reutilizar el precinto exterior los textos no casen con los impresos en el cuerpo. (ver imágenes).



El tipo de decoración utilizada es muy compleja, al llevar textos encajados unos con otros, como en el texto "Sin Azúcar". Estas decoraciones son difíciles de lograr por el adulterador y se evidencia en las copias que se encuentra en el mercado.



El vertedor es largo, cubriendo toda la altura de la tapa para dificultar al máximo su extracción de la botella, y así dificultar su rellenabilidad. Para retirarse debe romperse, y por tanto al querer montarse en la botella otra vez, la tapa queda floja y debe presentar fuga de líquido en el área de contacto entre el vertedor y la tapa.



Las características anteriores hacen que la tapa sea difícil de recomponer, es decir que una vez abierta se puedan volver a montar las piezas originales y la tapa parezca nueva, por lo que los adulteradores han tenido que hacer un molde de la pieza externa y fabricar el cuerpo de la tapa, con la alta inversión que esto les implica, frente al proceso que hacían anteriormente que era fabricar o recoger del reciclaje un anillo pequeño que pegaban para hacer parecer la tapa original.



|   |                            |                     |
|---|----------------------------|---------------------|
|  | <b>INFORMES DE GESTIÓN</b> | <b>GEIF-001-00</b>  |
|   |                            | 30 de Julio de 2021 |
|   |                            | Página 46 de 57     |



#### Etiqueta

La etiqueta cuenta con una pestaña amarilla al lado derecho parte superior que permite ser desgarrada por el consumidor y evitar así la reutilización, obligando al falsificador a fabricarla en su totalidad.



Adicionalmente rentas departamentales, implementó estampillas en los productos de la Industria de licores del valle, aumentando la seguridad.

Durante la vigencia 2023 para cumplir con las necesidades del mercado de acuerdo las solicitudes de compra de los productos de la ILV, por parte de los distribuidores a nivel departamental, nacional e internacional; se realizaron los procesos de compra de material de empaque como: envases de cristal, tapas, etiquetas y cajas corrugadas, y compra de materia prima como: Anís de los Aguardientes y maceración de los Ronces.

Por seguridad de los productos, estos materiales fueron desarrollados para uso exclusivo de la Industria de Licores del Valle.

La distinción de la exclusividad en el material de empaque se realiza mediante el arte de las marcas que se encuentran en todas las tapas, etiquetas y cajas, y en los actuales envases de 750 cc y 375 cc se distingue con la “gota” en alto relieve y la frase “Uso exclusivo ILV”.

En cuanto a materia prima, los anises para los Aguardientes y las maceraciones de Ronces, son fórmulas que se utilizan únicamente para la preparación de nuestros licores.

En lo que corresponde a los materiales que cuentan con la seguridad de los productos, en la vigencia del 2023 se cumplió en un 100% con su disponibilidad para la producción de licores. Se generaron 24 órdenes de compra de material de empaque y dos (2) de materia prima.

#### Desarrollo de materiales con seguridad de productos

Durante el 2023 se desarrollaron tapas captor, cajas corrugadas, y estuche individual con el arte de la marca de tres nuevas referencias del Aguardiente Origen del Valle.

|   |                            |                     |
|---|----------------------------|---------------------|
|  | <b>INFORMES DE GESTIÓN</b> | <b>GEIF-001-00</b>  |
|   |                            | 30 de Julio de 2021 |
|   |                            | Página 47 de 57     |

Igualmente se inició con el desarrollo de envases de cristal de 1.000 cc para los aguardientes Sin Azúcar y Fiesta, y de 750 cc para el Aguardiente Origel del Valle; los cuales tendrán como mecanismo de seguridad la gota y la marca de nuestros productos.

7. **Objetivo estratégico:** Fortalecer y promover en la industria, la capacidad gerencial, administrativa, financiera y el desempeño institucional.

Meta 90%

Ejecución: 88%

Este objetivo se mide a través del indicador promedio ponderado de los resultados de los de los indicadores de todos los procesos que denominamos BSC- nivel II procesos. Presenta una ejecución de un 88% que representa un cumplimiento de un 98% con respecto a la meta que se estableció para el cuatrienio que es de 90%. Se anexas indicadores

### Gestión de la producción

Mejoras en Planta de Envasado:

Se actualizan Juegos de manejo para la presentación 375 ml Cilíndrica: incrementó productividad en planta: Promedio de producción de 40.000 unidades/turno a 65.000 unidades/turno.

Adquisición Robot Estibador (Celda robótica) tecnología de quinta generación, flexibilidad para la programación de tramas, atiende mayor número de tramas de paletizado, rendimiento de caudal constante, equipo liviano. Se iniciará producción en el año 2024

Nuevos Empaques:

Envase Lata: Evaluación viabilidad técnica y económica, estudio de conveniencia en un 95%, continuación proyecto para 2024

Envasado Bag in Box: Se envasan aproximadamente 100.000 unidades en las tres referencias de Aguardiente Blanco del Valle, (Sin Azúcar, Fiesta, Night), para sustituir envase vidrio 1750 ml durante periodos de desabastecimiento.

Desarrollo envase de vidrio: Desarrollos técnicos en envases de 750 ml, 1000 ml y 1750 ml con doble gota, y frase repujada en el vidrio del licor envasado.

Preparación De licores y Planta de Aguas:

Adquisición, instalación y funcionamiento del Filtro Katalox, que permite retener sólidos, para disminuir color en el agua, hierro y manganeso, para cumplimiento especificaciones del aguardiente y como pretratamiento de la planta de aguas.

Adquisición, instalación y funcionamiento de Filtro para Rones, retiene sólido y ayuda al abrillantamiento de licor, manejo aséptico del licor

Adquisición resina catiónica: contenida en el suavizador; retiene Calcio, Magnesio, y otros iones positivos.

Adquisición foco lampara de luz uv: actúa microbiológicamente sobre el agua de preparación de licor que no tiene cloro

|   |                            |                     |
|---|----------------------------|---------------------|
|  | <b>INFORMES DE GESTIÓN</b> | <b>GEIF-001-00</b>  |
|   |                            | 30 de Julio de 2021 |
|   |                            | Página 48 de 57     |

Obra civil: reemplazo de la base del equipo suavizador, se encontraba en un estado alto de corrosión (se regenera con sal)

**Nuevos Productos:**

- Formulación licor del ron a 29%
- Formulación aguardiente Origen 24% en tres sabores diferentes
- Apoyo técnico al proceso de PQR

Se ejecutan las capacitaciones institucionales a los stakeholders (partes interesadas): entidades gubernamentales, distribuidor, mayorista, minoristas  
Se ejecutan mesas de trabajo con entidades gubernamentales: Acil, Rentas, Polfa, entre otros

Apoyo a las incautaciones de licor adulterado

**Gestión de calidad**

Cumplimiento de rendimientos establecidos, con lo cual se disminuyen costos ocultos por no calidad

Meta: 0,33%

Rendimiento año 2023: 0,275

Actualización procedimiento etiquetadoras

**Suministro de Alcohol para producción de licores por parte de AMBIOCOM.**

Se realizó el suministro de alcohol extraneutro para la preparación de licores. De acuerdo con los términos del contrato de colaboración se aplica un descuento del 8% sobre el precio de referencia del mercado



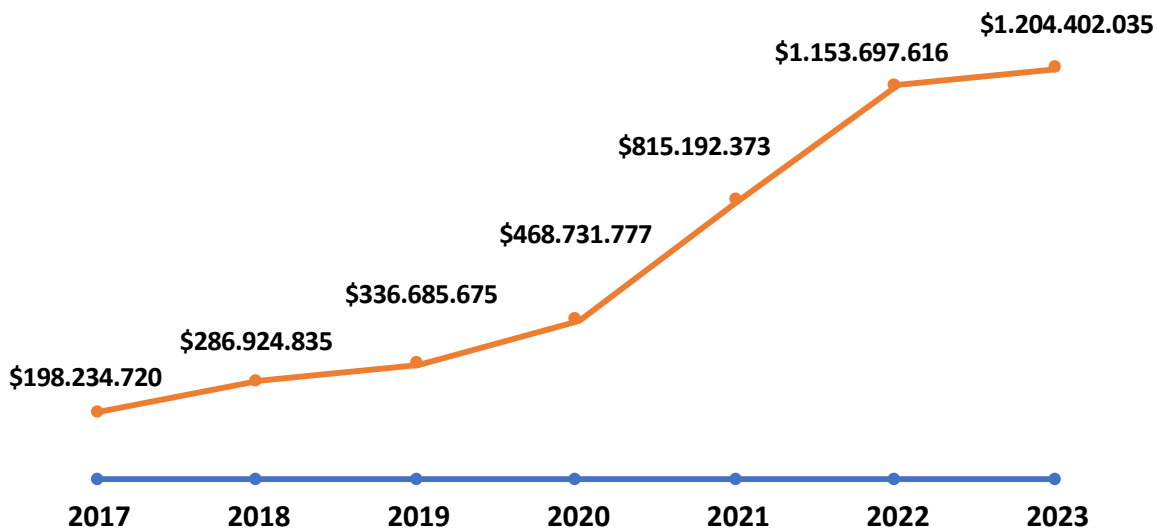
A diciembre 31 de 2023, se suministraron un total de 2.250.000 litros de alcohol para la producción de licor.



|             | ENE     | FEB     | MAR     | ABR     | MAY     | JUN     | JUL     | AGO     | SEP     | OCT     | NOV     | DIC     | TOTAL     |
|-------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------|
| LITROS 2022 | 65.000  | 149.000 | 151.000 | 199.000 | 120.000 | 170.000 | 180.000 | 253.000 | 248.000 | 241.000 | 228.000 | 323.000 | 2.327.000 |
| LITROS 2023 | 100.000 | 115.000 | 220.000 | 172.000 | 216.000 | 210.000 | 174.000 | 236.000 | 250.000 | 246.000 | 261.000 | 50.000  | 2.250.000 |

Se ha generado un menor gasto en el suministro de alcohol extra neutro para la ILV, por valor de \$1.204.402.035 en el año 2023, correspondiente al descuento del 8% del valor que tendríamos que comprar a precios de mercado.

### MENOR GASTO POR DESCUENTO DEL 8% - 2017 A 2023



| VIGENCIA     | CANT. (Litros)    | MENOR GASTO          |
|--------------|-------------------|----------------------|
| 2017         | 940.000           | \$ 198.234.720       |
| 2018         | 1.278.613         | \$ 286.924.835       |
| 2019         | 1.367.000         | \$ 336.685.675       |
| 2020         | 1.710.000         | \$ 468.731.777       |
| 2021         | 2.073.153         | \$ 815.192.373       |
| 2022         | 2.327.000         | \$ 1.153.697.616     |
| 2023         | 2.250.000         | \$ 1.204.402.035     |
| <b>TOTAL</b> | <b>11.945.766</b> | <b>4.463.869.031</b> |

|   |                            |                     |
|---|----------------------------|---------------------|
|  <b>INDUSTRIA DE LICORES<br/>DEL VALLE</b><br>1921 | <b>INFORMES DE GESTIÓN</b> | <b>GEIF-001-00</b>  |
|   |                            | 30 de Julio de 2021 |
|   |                            | Página 50 de 57     |

Desde el año 2017 hasta el año 2023, se ha generado un ahorro de \$4.463.869.031, por descuento del 8%. Se incluye en estas cifras el ahorro por compra de alcohol extraneutro en las vigencias 2020 y 2021 para la preparación de alcohol antiséptico.

## **Sistema de gestión de calidad – NTC ISO 9001:2015**

### **Contexto de la organización**

#### **Comprensión de la organización y su contexto**

#### **DOFA del Sistema de Gestión**

La ILV cuenta con una matriz de identificación de cuestiones internas y externas. Seguimiento a diciembre 31 de 2023.

#### **Comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas**

Matriz de Identificación de las Necesidades y Expectativas de las Partes Interesadas, **SIMT-001** con seguimiento a diciembre 31 de 2023.

#### **Determinación del alcance del sistema de gestión de la calidad**

El alcance del Sistema de Gestión de Calidad de la ILV se encuentra documentado en el Manual de Calidad **SIMA-001** de 23 de abril de 2018.

#### **Sistema de gestión de calidad y sus procesos**

Los procesos del Sistema de Gestión de Calidad de la ILV se encuentran identificados en el Mapa de Procesos **GEDD-006**. El 13 de octubre de 2023 se actualizó, quedando la Gestión Estratégica como Proceso Estratégico en el cual se integró el Sistema Integrado de Gestión. El mapa de procesos se encuentra creado en el Software ISOLUCIÓN en el módulo ISO

9001:2015.

Se cuenta con 18 caracterizaciones. Durante el año 2023 se han actualizado y aplicado gestión de cambios a las caracterizaciones de los procesos: Gestión Estratégica, Gestión Comercial y de Mercadeo, Gestión de Producción, Gestión Logística, Gestión de los Recursos Financieros y Gestión de Adquisiciones y Suministros.

#### **Liderazgo y compromiso para el sistema de gestión de calidad**

Se realizó Comité de Revisión por la Dirección el 3 de noviembre de 2023, para el cual los Procesos requeridos aportaron la información necesaria para evaluar el cumplimiento y eficacia con el Sistema de Gestión de Calidad.

Se tiene la Política de Calidad, los Objetivos Estratégicos y se cuenta con la asignación de recursos para el funcionamiento y mejora del SIGILV.

#### **Acciones para abordar riesgos y oportunidades**

Se tiene la matriz de riesgos y oportunidades. Cada proceso cuenta con un mapa de riesgos en el cual se evidencian la identificación, análisis, valoración y seguimiento. La Subgerencia de Planeación y Sistemas de Gestión consolida el seguimiento trimestral de los riesgos por proceso. El último seguimiento corresponde a diciembre de 2023.

#### **Planificación de los cambios**

Durante el año 2023 se ha trabajado en la Planificación del Cambio respecto a la compra del nuevo robot estibador. Matriz **SIMT-012**.



|   |                            |                     |
|---|----------------------------|---------------------|
|  | <b>INFORMES DE GESTIÓN</b> | <b>GEIF-001-00</b>  |
|   |                            | 30 de Julio de 2021 |
|   |                            | Página 51 de 57     |

### Información documentada

En el SGC se tiene el Procedimiento de Información Documentada **SIPR-002**.  
Durante el año 2023 se realizó la siguiente gestión de documentos en el SIGILV.

#### Creaciones:

Procedimientos: 1  
Instructivos: 2  
Declaraciones Documentales: 7  
Programas: 1  
Manuales: 1  
Formatos: 8

#### Actualizaciones:

Registros: 5  
Procedimientos: 4  
Instructivos: 1  
Declaraciones Documentales: 1  
Planes de Calidad: 1  
Programas: 1  
Formatos: 2  
Matrices: 1

### Auditoría externa de seguimiento realizada por el ICONTEC

El día diecisiete (17) de noviembre de 2023 se realizó por el ICONTEC la auditoría de seguimiento de certificación del SGC bajo la norma ISO 9001:2015.

Entre el catorce (14) y el diecisiete (17) de noviembre de 2023 se realizó seguimiento al Sello de Calidad de nuestros productos, certificados bajos las NTC 411:2019 para aguardientes y NTC 278:2020 para rones. Se mantiene el sello de calidad de los productos.

#### Objetivos de la auditoría

Determinar la conformidad del sistema de gestión con los requisitos de la norma de sistema de gestión.

Determinar la capacidad del sistema de gestión para asegurar que la Organización cumple los requisitos legales, reglamentarios y contractuales aplicables en el alcance del sistema de gestión y a la norma de requisitos de gestión

Determinar la eficacia del sistema de gestión para asegurar que la Organización puede tener expectativas razonables con relación al cumplimiento de los objetivos especificados.  
Identificar áreas de mejora potencial del sistema de gestión.

Durante la auditoria se identificó una No Conformidad Menor debido al uso de logo no actualizado tomados como muestra en la bodega de Producto Terminado.

Evaluar la conformidad de los productos de acuerdo a los sellos de calidad bajo la NTC 411:2019 para los aguardientes y NTC 278:2020 para los rones.

#### Auditorías internas de calidad

Se pudo verificar el cumplimiento y eficacia de los procesos que entraron en este ciclo de auditorías, de conformidad con los requisitos de la norma NTC ISO 9001:2015, se revisaron los procesos, así como sus procedimientos de operación y se puede determinar que el

|   |                            |                     |
|---|----------------------------|---------------------|
|  | <b>INFORMES DE GESTIÓN</b> | <b>GEIF-001-00</b>  |
|   |                            | 30 de Julio de 2021 |
|   |                            | Página 52 de 57     |

sistema de gestión está cumpliendo con las disposiciones planificadas, con los requisitos del sistema de gestión adoptado por la ILV, y este se está implementando y se está manteniendo de manera eficaz.

Adicionalmente se verificaron los hallazgos del ciclo de auditorías internas 2022, para asegurar la eficacia en la implementación de los planes de acción.

No se presentaron divergencias en la realización de la auditoría y sus hallazgos. Aunque los hallazgos encontrados no comprometen la capacidad de la ILV para proporcionar productos orientados al cumplimiento de los grupos de interés y a la satisfacción de los clientes y usuarios, es importante: “Cerrar los Hallazgos sin demora injustificada”, por parte de los líderes de proceso y sus equipos de trabajo asociados. Se concluye el cumplimiento del objetivo y alcance de la auditoría.

El Plan Anual de Compras – PAA 2023, fue adoptado mediante la Resolución No. 100.03.02-0059 de 31 de enero del 2023 y en la misma fecha fue publicado en la plataforma del SECOP II.

Durante esta vigencia el PAA 2023 fue modificado 33 veces cada versión cuenta con la correspondiente aprobación del ordenador del gasto. El valor total inicial fue de \$135.611.885.318 y el valor total de la versión 33 al 5/12/2023 fue de \$137.664.080.264.

## **Gestión tecnológica**

### **Seguridad de la información**

La Industria de Licores del Valle, con el propósito de salvaguardar la información de la entidad en todos sus aspectos, garantizando la seguridad de los datos y el cumplimiento de las normas legales, ha establecido realizar un Plan de Seguridad y Privacidad de la información. Como consecuencia de la expedición del Decreto 612 del 2018, el cual fija directrices para la integración de los planes institucionales y estratégicos del plan de acción.

De acuerdo al ámbito de aplicación del modelo Integrado de Planeación y Gestión, Al Plan de Acción de que trata el Artículo 74 de la Ley 1474 del 2011. Es así y razón por la cual se deben implementar, publicar y sobre todo integrar los Planes que operan en el área de Tecnologías.

Así mismo, la resolución 0500 de marzo 10 del 2021 expedida por el Ministerio de Tecnologías de Información y de las Comunicaciones, que tiene como objeto establecer los lineamientos generales para la implementación del Modelo de Seguridad y Privacidad de la Información, la guía de gestión de riesgos de Seguridad de la Información y el procedimiento para la gestión de los incidentes de seguridad digital, y establecer los lineamientos y estándares para la estrategia de seguridad digital.

Por último, se debe informar que se realiza copia de la información que se procesa al interior de la Industria de Licores del Valle diariamente y se tiene un contrato con una empresa de Seguridad para que tres veces por semana recojan dichas cintas con la información y esta sea salvaguardada con todos los estándares y condiciones que se requieren.

El Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST) es un proceso lógico y por etapas, basado en la mejora continua y que incluye la política, la organización, la planificación, la aplicación, la evaluación, la auditoría y las acciones de mejora con el

|   |                            |                     |
|---|----------------------------|---------------------|
|  | <b>INFORMES DE GESTIÓN</b> | <b>GEIF-001-00</b>  |
|   |                            | 30 de Julio de 2021 |
|   |                            | Página 53 de 57     |

objetivo de anticipar, reconocer, evaluar y controlar los riesgos que puedan afectar la Seguridad y la Salud de los Trabajadores.

La Industria de Licores del Valle, con el fin de mejorar la calidad de vida laboral de todos sus funcionarios, contratistas y personal indirecto que esté involucrado con los procesos de la empresa, continua con el desarrollo del SG-SST, teniendo en cuenta el cumplimiento de la normatividad vigente aplicable en materia de riesgos laborales, identificando los peligros y evaluando los riesgos, así como protegiendo la salud de los trabajadores y contratistas, mediante la mejora continua del SG-SST.

Con la aplicación del auto evaluación de la Resolución 312 de 2019, se realiza auto evaluación de los estándares mínimos en lo que transcurre del año 2023, de enero a diciembre obteniendo una calificación de cumplimiento del 93% incrementando el 4% con relación al año 2022.

A continuación, se presenta la evaluación de la implementación del Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo de acuerdo al ciclo PHVA.

| PORCENTAJE DE CALIFICACIÓN POR CICLO |           |                  |
|--------------------------------------|-----------|------------------|
| CICLO                                | RESULTADO | %DE CALIFICACIÓN |
| PLANEAR                              | 23        | 84               |
| HACER                                | 55        | 91,6             |
| VERIFICAR                            | 5         | 100              |
| ACTUAR                               | 10        | 100              |
| <b>TOTAL</b>                         | 93        | 93%              |

#### **Gestión de servicios generales**

Me permito Informar las actividades ejecutadas durante el año 2023 en el área de Servicios Generales de la ILV, y conforme a los objetivos trazados para el proceso.

**Ejecución contrato de transporte**, Se ejecuto el presente contrato donde se contrató ocho (08) rutas programadas para los trabajadores y funcionarios de la ILV conforme Al contrato No. 20230028.

**Ejecución contrato de servicio de alimentación**, Se ejecutaron las actividades programadas conforme al contrato No. 20230025.

**Ejecución contrato de servicio de aseo y cafetería**, Se ejecutaron las actividades programadas conforme al contrato No. 20230029 y donde se ejecutó actividades de limpieza profunda incluyendo techos del edificio de Producción, Bodega de Rones y Centro de Acopio de Residuos sólidos; mediante el uso de vehículo MANLIF.

**Ejecución contrato de vigilancia de las instalaciones de la ILV**, se ejecutó con las actividades programadas conforme contrato No 20230027.

**Ejecución contrato de mantenimiento y poda de zonas verdes**, Se ejecutaron las actividades programadas conforme al contrato No. 20230031y en concordancia a la normatividad vigente ambiental y estatal, con el fin de mejorar las condiciones estéticas y ambientales de las instalaciones y prevenir la proliferación de plagas que puedan causar daños en la salud de los funcionarios públicos y personal que labora en las instalaciones de la ILV.

**Ejecución Orden de servicio de fumigación**, se ejecutó las actividades programadas conforme a la orden de servicio No. 23000031, cumpliendo con la normatividad vigente ambiental y estatal,

|   |                            |                     |
|---|----------------------------|---------------------|
|  <b>INDUSTRIA DE LICORES<br/>DEL VALLE</b><br>1921 | <b>INFORMES DE GESTIÓN</b> | <b>GEIF-001-00</b>  |
|   |                            | 30 de Julio de 2021 |
|   |                            | Página 54 de 57     |

realizando la fumigación de todas las instalaciones de la ILV con el fin de prevenir y controlar la proliferación de plagas e insectos que puedan ser dañinos para la salud de las personas y en donde se adquirieron trampas necesarias para el control de Roedores.

**Ejecución contrato de mantenimiento del Aire Acondicionado y equipos de enfriamiento**, se ejecutaron actividades de mantenimiento preventivo y correctivo para todos los equipos de enfriamiento y aire acondicionados instalados en la ILV conforme al contrato No 20230042.

**Ejecución contrato de obras civil**, se ejecutaron actividades programadas conforme al contrato No. 20230051; en donde se realizó mantenimiento y reparaciones a las áreas de enfermería, portería, auditorio, techos de oficinas administrativas, bloques de cerramiento perimetral de la ILV, baño de gerencia, sala de juntas de gerencia, taller de mantenimiento, baño taller de mantenimiento, techos de laboratorio, PQR y oficina sindical, laboratorio sensorial, baños y Vestier operarios de planta, baños de recepción, remodelación de dos cocinetas administrativas, elaboración de cajas de alcantarillado, baños y vestier alternos de operarios de planta y bodega de logística de la ILV ubicada en Yumbo.

**Ejecución de contrato de mantenimiento alumbrado de la ILV No. 20230036**, Se ejecutaron actividades para mejorar la iluminación en la ILV.

**Ejecución de orden de servicio No. 23000016**, Se ejecutaron actividades para mantenimiento preventivo y/o correctivo al sistema de CCTV en la ILV.

**Ejecución de orden de servicio No. 23000057**, Se realizo compra de dos (2) equipos de aire acondicionado (sala de juntas de la gerencia y oficina del gerente) y tres (3) equipos de ventilación tipo industrial para el área de envasado del edificio de producción.

**Ejecución de contrato de Compra de equipo de inspección No. 20230083**, con instalación y puesta en marcha de un equipo de inspección de paquetes por rayos X para la ILV.

#### **4. CRECIMIENTO Y APRENDIZAJE**

8. **Objetivo estratégico:** Mejorar la competencia del personal

Meta:100%

Ejecución:90%

Se presenta un cumplimiento de un 90% con respecto a la meta.  
Planta de cargos conformada por:

Doce (12) empleados públicos de libre nombramiento y remoción, noventa y dos (92) cargos de trabajadores oficiales de los cuales hay cuatro (04) cargos vacantes a la fecha.

Valor de la nómina promedio mensual:( \$281.020.247)

Personal jubilado – pensionados (plenos y compartidos): 376 personas

Valor de la mesada promedio mensual: Seiscientos Diecisiete Millones Setecientos Veintidós

Mil Setecientos Cincuenta Seis (\$ 617.722.756)

Durante la vigencia 2023, se ejecutaron los siguientes planes:



|   |                            |                     |
|---|----------------------------|---------------------|
|  <b>INDUSTRIA DE LICORES<br/>DEL VALLE</b><br>1921 | <b>INFORMES DE GESTIÓN</b> | <b>GEIF-001-00</b>  |
|   |                            | 30 de Julio de 2021 |
|   |                            | Página 55 de 57     |

**Plan de Capacitación:** De este plan se beneficiaron los servidores públicos adscritos tanto, a las áreas administrativas como al área productiva, con la ejecución se logró cerrar brechas de conocimiento mejorando procedimientos y desempeño en puestos de trabajo

Inversión equivalente a la suma de: equivalente a la suma de Setenta y Dos millones Quinientos Cincuenta y Siete Mil Ochocientos Diecisiete pesos (\$72.557.817)

Así mismo, se dio cumplimiento a lo pactado convencionalmente y se otorgaron auxilio educativo becas y Auxilio de excelencia a los trabajadores que cursan diferentes estudios superiores (pregrado – posgrado)

**Inversión equivalente a la suma de:** Treinta y Tres Millones Novecientos Ocho Mil Doscientos Veintiséis pesos Mcte (\$33.908.226)

Plan de bienestar: Se contribuyo al desarrollo integral de trabajadores y mejoramiento de su calidad de vida, ejecutando eventos que se manejaron con metodologías lúdicas, participativas incentivando el fortalecimiento de valores institucionales como: trabajo en equipo, respeto, solidaridad, sentido de pertenencia justicia entre otros, fomento de actividad física y deportiva

**Inversión:** Ciento Cinco Millones Ochocientos Diez Mil Seiscientos Veintinueve pesos Mcte (\$105.810.629).

Desarrollo de jornadas de prevención y control visual.

Acompañamiento, apoyo y visitas a los trabajadores que tienen situaciones familiares o laborales que generan crisis emocionales.

Se lideraron actividades que permitieron dar cumplimiento a los compromisos convencionales pactados tanto con las organizaciones como con los afiliados.

Compartibilidad pensional: se compartieron con Colpensiones ocho (08) jubilados logrando recuperar por retroactividad pensional la suma equivalente a Quinientos Cuarenta y Seis Millones Ochocientos Diecisiete Mil Ciento Sesenta pesos Mcte. (\$ 546.817.160) y en consecuencia una disminución en el pago de mesadas equivalente a un 3%.

Cobro persuasivo de cuotas pensionales a diferentes entidades del estado tales como Gobernación del valle, IPSE, Municipio de Isnos, CVC, Ministerio de Agricultura, MINTIC, Ministerio de defensa, ILC, Pradera, Yotoco, Ferrocarriles Nacionales

**Valor recaudado:** Cuatrocientos Ochenta y Cuatro Millones Cuatrocientos Setenta y Nueve Mil Novecientos Noventa pesos Mcte. (\$484.479.990)

**Se remitió a cobro coactivo:** Dos (02) entidades del estado.

|   |                            |                     |
|---|----------------------------|---------------------|
|  | <b>INFORMES DE GESTIÓN</b> | <b>GEIF-001-00</b>  |
|   |                            | 30 de Julio de 2021 |
|   |                            | Página 56 de 57     |

## **CONCLUSIONES**

**Evaluación final del plan estratégico institucional del año 2023**

| INDICADORES BSC - NIVEL I (PLANEACIÓN ESTRATÉGICA).   |  |                                    |                             |                     |                   |           |            |
|---|--|------------------------------------|-----------------------------|---------------------|-------------------|-----------|------------|
| PERSPECTIVA FINANCIERA  |  |                                    |                             |                     |                   |           |            |
| Objetivo  | Nombre del indicador   | Responsable                        | Unidades                    | Frecuencia Medición | Meta anual (2023) | Resultado |            |
|   |  |                                    |                             |                     |                   | 4         | 4          |
| 1. Generar márgenes de rentabilidad para un desempeño financiero que permita la permanencia y consolidación en el mercado.  | Rentabilidad Operacional   | Subgerente Financiero              | %                           | Semestral           | 20,0%             | 15%       | 4%         |
| 2. Incrementar a 248 mil millones las transferencias al Departamento durante el periodo de gobierno al 2023.  | Transferencias entregadas al Departamento                                  | Subgerente Financiero              | millones de pesos           | Anual               | 70.536            | 140.247   | 25%        |
| <b>Subtotales perspectiva financiera</b>  |  |                                    |                             |                     |                   |           | <b>29%</b> |
| <b>Desempeño perspectiva financiera</b>   |  |                                    |                             |                     |                   |           | <b>96%</b> |
| PERSPECTIVA CLIENTES  |  |                                    |                             |                     |                   |           |            |
| 3. Vender 22 millones de botellas de 750 cc cada año de gobierno al 2023  | Cumplimiento presupuestal Ventas Valle                                     | Subgerente Comercial y de Mercadeo | Millones de botellas de 750 | Anual               | 6.2               | 10,40     | 10%        |
| 4. Aumentar la satisfacción del cliente en un 95% al 2023   | Medición de la satisfacción del cliente                                    | Subgerente Comercial y de Mercadeo | %                           | Anual               | 95%               | 87,40%    | 7%         |
| 5. Mejorar el nivel de aceptación de la empresa y de marca dentro de la comunidad Vallecaucana.   | Nivel de aceptación de las marcas Aguardiente y Ron                        | Subgerente Comercial y de Mercadeo | %                           | Anual               | 95%               | 87,4%     | 6%         |
| 6. Fortalecer permanentemente los mecanismos de seguridad de los productos.   | Cumplimiento de implementación de mecanismos de seguridad de los productos | Subgerente de Producción           | %                           | Mensual             | 100%              | 100%      | 6%         |
| <b>Subtotales perspectiva clientes</b>  |  |                                    |                             |                     |                   |           | <b>29%</b> |
| <b>Desempeño perspectiva clientes</b>   |  |                                    |                             |                     |                   |           | <b>96%</b> |
| PERSPECTIVA PROCESOS INTERNOS   |  |                                    |                             |                     |                   |           |            |
| 7. Fortalecer y promover en la industria la capacidad gerencial, administrativa, financiera y el desempeño institucional, mediante la mejora continua del SIGILV (sistema integrado de gestión) | Nivel de desempeño de los procesos del SIGILV                              | Subgerente Administrativa          | %                           | Anual               | 90%               | 88%       | 20%        |
| <b>Subtotales perspectiva procesos internos</b>   |  |                                    |                             |                     |                   |           | <b>20%</b> |
| <b>Desempeño perspectiva procesos internos</b>  |  |                                    |                             |                     |                   |           | <b>98%</b> |
| PERSPECTIVA CRECIMIENTO Y APRENDIZAJE   |  |                                    |                             |                     |                   |           |            |
| 8. Mejorar el nivel de competencia de personal.   | Análisis de cumplimiento de competencias                                   | Subgerente Administrativa          | %                           | Anual               | 100%              | 90%       | 18%        |
| <b>Subtotales perspectiva Crecimiento y aprendizaje</b>   |  |                                    |                             |                     |                   |           | <b>18%</b> |
| <b>Desempeño perspectiva Crecimiento y aprendizaje</b>  |  |                                    |                             |                     |                   |           | <b>90%</b> |
| <b>DESEMPEÑO GLOBAL DE LA ORGANIZACIÓN</b>  |  |                                    |                             |                     |                   |           | <b>95%</b> |

- La evaluación final del plan estratégico institucional del año 2023 presentó un desempeño global de un 95%, un rango de desempeño satisfactorio, lo que representa que los objetivos que se plantearon en el año 2020 se cumplieron lo que arroja una gestión excelente en el cuatrienio 2020-2023.
- De igual manera el nivel de desempeño de los indicadores de proceso presentó un resultado de un 88%, un cumplimiento de un 98 % con respecto a la meta establecida en el plan estratégico de un 90%.
- El total de transferencias pagadas acumuladas de la ILV al Departamento del Valle del Cauca de enero 1 de 2020 a diciembre 31 de 2023, asciende a 401 mil 035 millones 752 mil pesos (\$401.035.752.000) para salud y educación, con un cumplimiento de un 162% con respecto a la meta final de cuatrienio de (\$248.000.000.000). Aportando un mayor recurso al final del 2023 al gobierno departamental que corresponde a la suma de \$153.035.752.000 en relación a lo proyectado para los cuatro años de gobierno. Para el periodo comprendido enero 1 a diciembre 31 de 2023, se transfirieron un total de 140 mil millones 247 millones 248

|   |                            |                     |
|---|----------------------------|---------------------|
|  | <b>INFORMES DE GESTIÓN</b> | <b>GEIF-001-00</b>  |
|   |                            | 30 de Julio de 2021 |
|   |                            | Página 58 de 57     |

mil de pesos (\$140.247.248.000), un nivel de cumplimiento de un 199 % con relación a la meta del año de \$70.536.437.440, lo que equivale a una transferencia adicional en la vigencia para la inversión social, por la suma de \$69.710.810.560, cumpliendo con la misión de contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los vallecaucanos.

- Se facturaron un volumen de ventas por un total de 34 millones 220 mil 919 botellas de 750cc acumuladas en el periodo comprendido enero 1 de 2020 a diciembre 31 de 2023 en el Valle del Cauca, un cumplimiento de un 156%, que equivale a 12.220.919 unidades de botella por encima con respecto a la meta acumulada al año 2023 de 22 millones de unidades de botellas de 750cc. Con relación al presente año enero 1 a diciembre 31 de 2023, se vendieron un total de 10 millones 427 mil 678 de unidades de botellas de 750cc un cumplimiento de un 167% con respecto a la meta establecida de 6 millones 237 mil 500 unidades de botellas de 750cc; lo que equivale a una mayor venta en unidades de botella de 4.190.178 en esta vigencia.

JOSÉ MORENO BARCO Gerente General

Elaboro: Carlos Alarcón Jaramillo Subgerente de planeación y sistemas de gestión