Palmira, 29 de enero de 2026

ESTUDIO PREVIO DE ANALISIS DE CONVENIENCIA OPORTUNIDAD Y RIESGO DE LA CONTRATACIÓN

El presente estudio se fundamenta en el artículo 93 de la Ley 489 de 1998, artículos 13 y 14 de la Ley 1150 del 2007, este último modificado por el artículo 93 de la Ley 1474 de 2011, y el Acuerdo No.100.03.01.014 de 23 de diciembre de 2021 que adopta la actualización del Manual de Contratación de la Industriad e Licores del Valle.

1. DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD

La Industria de Licores del Valle, tiene como misión contribuir al mejoramiento de 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. A partir de producir y comercializar productos con la variedad, calidad, innovadores, con el apoyo y compromiso de su equipo humano, a consumidores, distribuidores y mayoristas que proporcionen las mejores sensaciones de alegría y felicidad en los consumidores, generando sostenibilidad a través de la rentabilidad, responsabilidad social y ambiental.

Para el desarrollo de su objeto social la Industria de Licores del Valle cuenta en la presente vigencia fiscal con un plan Publicitario, Promocional y Comercial de Mercado el cual consta de diversas variables encaminadas a promover tanto las ventas y consumo de los productos, así como lograr el reposicionamiento, posicionamiento, introducción y recordación de las marcas y bloque de ingreso de nuevos productos; variables dentro de las que se encuentra la estrategia de imagen y marca, a través de las cuales se busca hacer presencia en todos los eventos que se desarrollen en el Departamento del Valle del Cauca y en los departamentos en los cuales se cuenta con distribuidor, tales como, verbenas, festivales, conciertos pequeños, los cuales congregan gran cantidad de turistas y público en general y cuya participación promueve la venta, rotación y consumo de los productos de la ILV, así como en los diferentes canales como mayoristas, grandes superficies, cadenas, puntos de consumo (HORECA), TAT.

En ocasión a la Sentencia C-032/25 de la Corte Constitucional, quien eliminó las salvaguardas departamentales sobre la comercialización de licores, se ha producido una transformación profunda en el mercado nacional de aguardientes. Este nuevo escenario ha generado una competencia abierta en todos los departamentos del país, lo que pone en riesgo tanto la cuota de mercado actual de la Industria de Licores del Valle como su patrimonio cultural y financiero.

En este contexto, la ILV necesita dinamismo y participación estratégica de manera casi inmediata que permita continuar con la participación actual en el Valle del Cauca e introducción y siembra en los departamentos en que ya se cuenta con distribuidor exclusivo como Risaralda, Quindío, San Andrés, Nariño, Cundinamarca, Magdalena y Amazonas y que se genere una cobertura completa y simultánea en a nivel nacional.

Significa lo expuesto, que con el fin de dar una respuesta oportuna y participar masivamente en los eventos programados en el primer semestre de este año 2026 y teniendo en cuenta que estos eventos son ofertados por empresarios privados y tienen importancia estratégica, son una herramienta efectiva para alcanzar objetivos comerciales y de marketing, generando algunos beneficios como:

1. Interacción directa con el público objetivo
2. Generación de leads y oportunidades de negocio
3. Posicionamiento de la marca y aumento de la visibilidad
4. Lanzamiento de productos o servicios innovadores
5. Creación de experiencias memorables para los asistentes

Así mismo, le permiten al consumidor a través de una experiencia interactuar con las marcas, lo que permite un posicionamiento para las mismas; para lo cual se requiere contar con un operador que cuente con un servicio integrado que permita lograr satisfacer las necesidades establecidas en el Plan Publicitario, Promocional y Comercial, con un alto grado de eficiencia, y disminuyendo costos de operación.

2. OBJETO CONTRACTUAL Y ESPECIFICACIONES

- TIPO DE CONTRATO: Prestación de servicios publicitarios.

- OBJETO: Patrocinio y fortalecimiento de la marca e imagen de los productos de la Industria de Licores del Valle, marca corporativa de la empresa, en los diferentes eventos que se realizaran en el Valle y a nivel nacional, que permitan garantizar la introducción, posicionamiento de marca y la rotación de los productos de la ILV.

- OBJETIVO ESTRATEGICO: El objeto de la contratación apunta al cumplimiento del siguiente objetivo:

OB	Objetivo	Aplica
1	Margen de Rentabilidad	
2	Incrementar transferencias al departamento	
3	Incrementar unidades de botellas vendidas	X
4	Satisfacción grupos de valor	
5	Seguridad del producto	
6	Nivel de desempeño de los procesos	
7	Capacitación y desarrollo continuo	

- CLASIFICADOR DE BIENES Y SERVICIOS: La necesidad se encuentra en el PAA 2026 con el siguiente código de UNSPSC:

Segmento	Familia	Clase	Producto	Nombre
80	14	16	07	Gestión de eventos

- PLAZO DE EJECUCIÓN: Este contrato tendrá una duración hasta el 30 de junio de 2026, o hasta agotar el presupuesto del contrato, previo perfeccionamiento, cumplimiento de los requisitos de ejecución, y la firma del acta de inicio.

- ESPECIFICACIONES TECNICAS:

  - OFERTA ECONÓMICA: El valor del patrocinio incluye todos los costos directos e indirectos en que incurra el contratista para la ejecución de las actividades descritas en las obligaciones, así como el pago de los impuestos.

  - EXPERIENCIA ESPECÍFICA. En consideración a la cuantía y complejidad de la presente contratación, el oferente deberá acreditar experiencia con mínimo DOS (2) contratos, certificaciones de contrato y/o experiencia con similar objeto al de la presente contratación.

- FORMA DE PAGO: El contratista facturará mensualmente, cuyo valor de la factura corresponderá a los eventos aprobadas por la subgerencia Comercial y de Mercadeo en el mes anterior, los cuales será cancelados dentro de los sesenta (60) días después de radicación de la factura en la Subgerencia Financiera, la cual debe llevar el visto bueno de la Subgerente Comercial y de Mercadeo.

Para efectuar el pago, se debe presentar el informe de supervisión escrito, fotográfico y de video donde se evidencie la ejecución contractual y presentación de la Certificación de Paz y Salvo al Sistema de Seguridad Social o Planilla de Pago de la EPS y Pensiones, según el caso.

- CONTROL Y VIGILANCIA: La Supervisión del contrato será ejercida por el Subgerente Comercial y de Mercadeo, o en quien delegue el Gerente General.

- OBLIGACIONES DE LAS PARTES:

DEL CONTRATISTA

- Reconocer a la Industria de Licores del Valle y a sus productos como Patrocinador Oficial Exclusivo a través en los eventos, que garantice la ejecución de los mismos, dentro del departamento del Valle y a nivel nacional, según las directrices impartidas por la Subgerencia Comercial y de Mercadeo.
- Asegurar la presentación de artistas en verbenas populares y fiestas de afluencia de público y apoyo a mayorista, según lo establecido por el Subgerente Comercial y de Mercadeo, tanto en el Valle como en otros departamentos donde se cuente con distribuidor exclusivo.
- Garantizar la vinculación publicitaria de la Industria de Licores del Valle en los eventos autorizados.
- Garantizar la presencia de marca como patrocinador exclusivo del evento mencionándose en todas las redes sociales para su difusión.
- Inclusión de los logos del portafolio de productos de la ILV, en toda la publicidad, flayers, afiches del evento y material impreso.
- Permitir exposición de la marca, ubicación de material publicitario (Pendones, Dummies, Backing), en el sitio donde se realicen el evento.
- Responder y responsabilizarse por todo el material logístico y publicitario que la ILV entregará para la realización de los respectivos eventos hasta cuando se proceda a la retoma después del evento.
- Responder y responsabilizarse por todo el material logístico y publicitario que la ILV entregará para la realización del respectivo evento hasta cuando se proceda a la retoma después del evento.
- No conceder permisos, ni permitir activación de marca, impulso y/o publicidad de los productos que son competencia directa en la línea de aguardientes y rones.
- El Contratista se compromete a utilizar en toda la publicidad que realice de los productos de la Industria de Licores del Valle, las frases restrictivas contenidas en la ley 30 de 1986, que dice: "El exceso de alcohol es perjudicial para la salud" y la Ley 124 de 1994, que dice: "Prohíbase el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad".
- Entregar a la Industria de Licores del Valle un informe Escrito, Fotográfico, Detallado y Fílmico, de todos los eventos realizados en las Fiestas.
- Cancelar todas las prestaciones sociales como aportes parafiscales y las afiliaciones a los fondos de pensiones, EPS, ARP, del personal que requiera en la ejecución del presente contrato.

DE LA ILV

a. Realizar los trámites presupuestales tendientes a efectuar el pago del contrato.
b. Exigir al contratista la ejecución idónea y total del objeto del contrato.
c. Supervisar la debida y oportuna ejecución del contrato y el cumplimiento de todas las obligaciones contractuales.
d. Suministrar toda la información que requiera el Contratista, para la correcta y oportuna ejecución del contrato.
e. Exigir el pago oportuno al Sistema de Seguridad Social del CONTRATISTA.

- PLAZO DE DURACIÓN: El plazo de ejecución será hasta el 30 de junio de 2026 y cuatro (4) meses más, para la liquidación del contrato.

➢ PERMISOS LICENCIAS Y AUTORIZACIONES: El contratista deberá acreditar que cuenta con la autorización para la ejecución del evento, si aplica.

3. MODALIDAD DE SELECCIÓN DEL CONTRATISTA Y SU JUSTIFICACIÓN

El proceso que se adelantará se sustenta en el Manual de contratación de la Industria de Licores del Valle.

Artículo 32. MODALIDADES DE SELECCIÓN: La escogencia de los contratistas por parte de la Industria de Licores del Valle se desarrollará de conformidad con las siguientes modalidades:

(...)

Numeral 6. CONTRATACIÓN DIRECTA: La escogencia del contratista se adelantará bajo esta modalidad en los siguientes eventos":

2. En razón a la naturaleza del bien, obra o servicio, o las circunstancias del contrato a celebrar y sin consideración a la cuantía.

q. Cuando se trate de contratos de publicidad, comunicación, mercadeo y logística de mercadeo. La Industria de Licores del Valle adelantará proceso de contratación directa cuando se trate de la celebración de contratos cuyos objetos comprendan publicidad, comunicación, mercadeo y logística de mercadeo.

4. ANÁLISIS QUE SOPORTA EL VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO

El valor estimado de este contrato se desprende de los objetivos específicos y estrategias a desarrollar según plan de marketing:

Actividad	Resultado
Comunicación	Inclusión de logos en material impreso de comunicación del evento. Garantiza reconocimiento inmediato de marca en todos los espacios publicitarios. Refuerza la identidad corporativa de la ILV y genera recordación permanente en el público asistente. Se articula con la obligación contractual de incluir los logos de la ILV en afiches, volantes y demás piezas gráficas. Alianzas Estratégicas **(Co-branding):** asociarse con marcas locales a nivel nacional reconocidas facilita la entrada y aumenta la confianza de los consumidores; Establecer alianzas estratégicas o puntos de venta físicos en otros departamentos, se convierte en la clave para alinear la identidad de la marca con las preferencias locales.
Posicionamiento y fortalecimiento de marca	Exhibición publicitaria y visibilidad en el evento, a través de vallas, carpas, dummies, espacio para impulso y degustación de producto y ubicación de material publicitario. La presencia de vallas, carpas, dummies y degustaciones asegura impacto visual directo y repetitivo sobre el consumidor. Este tipo de activaciones se alinea con la estrategia de mantener a la ILV como patrocinador exclusivo en aguardientes y rones, bloqueando a la competencia. Contribuye al cumplimiento del objetivo estratégico de incrementar las unidades vendidas y consolidar el liderazgo en el Valle e introducción en nuevos mercados.

<table>
<tr><td>Programación</td><td>La participación en desfiles, verbenas, fiestas y conciertos de pequeños aforos, con artistas reconocidos a nivel local y regional, genera gran afluencia de público y vincula la marca con experiencias de entretenimiento y alegría.

Este componente cultural y de alto impacto emocional fortalece la aceptación social de la marca y mejora la recordación.

La estrategia es coherente con el plan de reposicionamiento en un mercado cada vez más competitivo por la apertura tras la Sentencia C-032/25.</td></tr>
<tr><td>Aforo y expansión</td><td>De acuerdo al aforo de cada evento se establecerán los montos máximos para cada uno de acuerdo con la siguiente tabla:

<table><tr><th>EVENTOS Y CONCIERTOS</th><th>UNITARIOS</th></tr><tr><td>EVENTOS HASTA 1.000 PERSONAS</td><td>10.000.000</td></tr><tr><td>EVENTOS ENTRE 1.001 A 2.000</td><td>15.000.000</td></tr><tr><td>EVENTOS ENTRE 2.001 A 5.000</td><td>40.000.000</td></tr><tr><td>EVENTOS ENTRE 5.001 A 8.000</td><td>60.000.000</td></tr></table>
Justifica la inversión al mostrar el alcance masivo de la estrategia, con un costo por impacto favorable frente a otros medios publicitarios.

Considerando el alcance de cada evento, será el monto de inversión. Esto permitirá medir la relación entre la inversión realizada y el número de consumidores potenciales expuestos a la marca. Amplía la cobertura territorial de la ILV, llegando a sectores tanto estratégicos como populares.

La expansión a otros departamentos nos permitirá llegar a una "audiencia fresca" que nunca ha interactuado con la marca, lo que se traduce en un aumento de ingresos y una base de datos más robusta.

Una marca presente en múltiples departamentos proyecta una imagen de solidez y éxito. Este crecimiento geográfico mejora el reconocimiento de marca a nivel nacional, facilitando las negociaciones con proveedores o distribuidores.</td></tr>
<tr><td>Exclusividad</td><td>Exclusividad en nuestros productos en la categoría de aguardientes y rones durante el evento. Evita la participación de competidores y asegura que la inversión se traduzca en ventas directas y posicionamiento exclusivo.

Reafirma la condición de la ILV como patrocinador oficial, fortaleciendo la relación entre consumo de licor y recordación de marca.

Este beneficio estratégico es difícil de cuantificar en otros contratos publicitarios, lo que da mayor valor agregado a la inversión.</td></tr>
</table>

Las diferentes actividades contempladas en el presente contrato se ejecutarán en forma articulada en todos los canales de venta de la Industria de Licores del Valle —mayoristas, grandes superficies, autoservicios, canal HORECA, TAT y puntos de consumo—, con el fin de asegurar la presencia de marca, la rotación de producto y el cumplimiento de los objetivos estratégicos del Plan Publicitario, Promocional y Comercial.

ACTIVIDADES PROMOCIONALES
CANAL MAYORISTAS: Actividades dirigidas al canal para realizar penetración, posicionamiento y lanzamiento de marcas en la ciudad de Cali y en los diferentes municipios del Valle del Cauca, con las marcas de los productos de la ILV
VERBENAS POPULARES PARA MAYORISTAS Y TOMA DE BARRIOS: Actividad que genera rotación de producto en diferentes clientes mayoristas, toma en diferentes barrios con el plan Tomate la Cuadra
CANAL AUTOSERVICIOS Y SUPERETES: Toma en diferentes autoservicios que permitirá activar la venta en horarios no comunes apoyando al canal en su rotación, ubicando una barra la cual contara con un baman, se pretende cambiar la degustación habitual por una degustación en coctel. Es una alternativa diferente a la hora de consumir los productos.
CANAL HORECA: activaciones y convenios con diferentes Hoteles, Restaurantes y Casinos con el fin de promocionar los productos del portafolio con el objeto de mejorar la distribución numérica.
CANAL CONSUMO: Actividades en patrocinio con artistas de talla nacional o internacional. Para realizar penetración, posicionamiento, rotación de producto.

En consideración al costo del evento, el presupuesto oficial del contrato es hasta: DOS MIL OCHOCIENTOS OCHENTA Y CINCO MILLONES DE PESOS ($2.885.000.000) IVA INCLUIDO

- IMPUTACIÓN PRESUPUESTAL: El valor del contrato se imputará a los siguientes rubros presupuestales:
  rubro presupuestal No. 2.4.5.02.08.02W, "Serv para promoción de producto" según certificado de disponibilidad adjunto, $2.655.000.000

  rubro presupuestal No. 2.4.5.02.08.03W, "Serv para promoción y publicidad" según certificado de disponibilidad adjunto, $230.000.000.

5. CRITERIOS PARA SELECCIONAR LA OFERTA MÁS FAVORABLE

- DOCUMENTOS JURÍDICOS: El contratista debe aportar los documentos jurídicos que a continuación se relacionan:

a. CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL: Original del certificado de existencia y representación legal de la sociedad expedida por la Cámara de Comercio del domicilio social, con fecha de expedición no mayor a treinta (30) días calendario anteriores a la fecha de la apertura de la presente contratación y que su objeto social debe ser igual o similar al que se pretende contratar en la presente invitación o Registro Mercantil para persona natural.

b. CEDULA DE CIUDADANIA: Adjuntar copia de la cedula de ciudadanía del representante legal y/o persona natural.

c. HOJA DE VIDA: Diligenciar y presentar la hoja de vida para persona jurídica y/o persona natural. Cuya información corresponda a lo suministrado en los soportes.

d. REGISTRO ÚNICO TRIBUTARIO: El oferente deberá presentar el registro único tributario RUT expedido por la DIAN y actualizado, tanto del representa legal como de la persona jurídica.

e. CERTIFICACIÓN DE PAZ Y SALVO DE APORTES PARAFISCALES: Adjuntar certificación suscrita por el revisor fiscal y/o el representante legal, donde conste que el proponente se encuentra a paz y salvo, en cuanto al pago de los aportes parafiscales y contribuciones al

Sistema de Seguridad Social Integral, con base en lo establecido en el artículo 50 de la Ley 789 de 2002, de los seis (06) meses anteriores a la fecha de apertura de la presente invitación y/o planilla de pago de Seguridad Social y aportes parafiscales del mes inmediatamente anterior para persona natural. **(nota: si se trata de revisor fiscal, deberá anexar: copia c.c. – copia T.P y certificado de Acta de junta de contadores vigente.)**

f. DECLARACIÓN DE NO ESTAR INCURSO EN INHABILIDADES E INCOMPATIBILIDADES: Certificar que no se encuentra incurso en ninguna de las causales de inhabilidad o incompatibilidad establecidas en la Constitución o la ley, especialmente las establecidas en la Ley 80 de 1993, el artículo 13 de la ley 1150 de 2007 y el Decreto 2474 de 2008; afirmación que se entiende hecha bajo la gravedad del juramento, con la firma de la carta presentación.

g. BOLETIN DE LA CONTRALORIA GENERAL DE LA REPUBLICA: Consultarlos en el siguiente link (https://www.contraloria.gov.co/control-fiscal/responsabilidad-fiscal/certificado-de-antecedentes-fiscales)

h. ANTECENDENTES DISCIPLINARIOS DEL REPRESENTANTE LEGAL: Consultarlos en el siguiente link (https://www.procuraduria.gov.co/portal/Certificado-de-Antecedentes.page)

i. CERTIFICADO DE ANTECEDENTES JUDICIALES: Consultarlos en el siguiente link (https://antecedentes.policia.gov.co:7005/WebJudicial/)

j. CONSULTA DE INHABILIDADES POR DELITOS SEXUALES: Consultarlos en el siguiente link (https://inhabilidades.policia.gov.co:8080/)

k. CONSULTA DE MEDIDAS CORRECTIVAS: Consultarlos en el siguiente link (https://srvcnpc.policia.gov.co/PSC/frm_cnp_consulta.aspx)

l. CONSULTA DEL REGISTRO DE DEUDORES ALIMENTARIOS MOROSOS – REDAM: Consultarlos en el siguiente link (https://redam.gov.co/)

m. CERTIFICACIÓN BANCARIA: Presentar certificación bancaria vigente, donde conste el nombre del titular, clase de cuenta y número de la cuenta, en la cual se realizará la transferencia de los recursos del contrato en el evento de que resulte favorecido con la adjudicación del proceso.

n. DECLARACION DE ORIGEN DE FONDOS: El oferente y/o los miembros de la unión temporal y/o consorcio, deberán presentar de manera individual una declaración expresa y voluntaria en forma escrita, informando que actúa en su propio nombre y/o de la persona jurídica o propuesta conjunta que representa, incluyendo las siguientes manifestaciones:

- Indicación del origen o fuente del capital y patrimonio que empleara, invertirá o utilizara en la ejecución del contrato, en caso de serle adjudicado.
- Constancia de que el capital y el patrimonio que empleara invertirá o utilizará en la ejecución del contrato, en caso de serle adjudicado, no proviene de ninguna actividad ilícita de las contempladas en el Código Penal Colombiano o en cualquier norma concordante que lo complemente, modifique o adicione.
- El compromiso de que no admitirá que terceros efectúen depósitos a sus cuentas como contratistas del estado, con fondos provenientes de actividades ilícitas, contempladas en el Código Penal Colombiano, o cualquier norma concordante que lo complemente, lo modifique o adicione.
- Que, durante la ejecución del contrato, en caso de serle adjudicado, no efectuará transacciones destinadas a actividades ilícitas a favor de personas relacionadas en las mismas.
- Que cualquier violación al presente compromiso, dará lugar a la terminación del contrato, en caso de que le sea adjudicado.
- En caso de propuestas conjuntas, cada uno de sus integrantes, presentará la declaración de origen de fondos antes descrita.

- COMITÉ EVALUADOR: La verificación de la oferta y su correspondiente evaluación estará a cargo del Subgerente comercial y de mercadeo, Subgerente financiero y secretaria general y jurídica.

6. ANALISIS DEL RIESGO A QUE SE ENCUENTRA EXPUESTO EL CONTRATO

Considerando los aspectos técnicos, económicos, financieros, y del mercado para evitar la ocurrencia de situaciones y materialización de riesgos que afecten la cabal ejecución del contrato, a continuación, se realiza la tipificación, descripción y asignación de los posibles riesgos:

Tipificación	Descripción	Valoración del Riesgo	Impacto	Asignación
Sociales o políticos	Conflictos armados, paros, protestas, etc.	Alto	2	Contratista
De la naturaleza	Lluvias prolongadas o excesivas, inundaciones, sequias, movimientos telúricos, etc.	Alto	3	Contratista
Regulatorios	Cambios en tarifas, cambios de regímenes regulatorios, cambios en impuestos, tazas, contribuciones, etc.	Bajo	1	Contratante

7. GARANTIAS

Para garantizar el cumplimiento de las obligaciones, el contratista deberá constituir los siguientes amparos:

a. Cumplimiento: Por el 20% del valor del contrato, por el termino de ejecución del contrato y cuatro (4) meses más.
b. Salarios y Prestaciones Sociales: Por el 5% del valor del Contrato, por el término de ejecución del Contrato y Tres (3) años más.
c. Amparo Autónomo de Responsabilidad Civil Extracontractual: Por 200 SMMLV por el término de duración del contrato.
d. Calidad del servicio: Por el (20%) del valor del Contrato, por el termino de ejecución del contrato y cuatro (4) meses mas

JULIAN MAURICIO DORADO BETANCOURTH
Subgerente Comercial y de Mercadeo

JOSÉ MORENO BARCO
Vo. Bo. Gerente General

Revisó: David Fernando Monzón - Subgerente Financiero
Carim Alexis López Rodríguez – Secretaria General y Jurídica
Elaboró: Julián Mauricio Dorado Betancourth – Subgerente comercial y de mercadeo