INDUSTRIA DE LICORES DEL VALLE 1921 890.399.0122-0	**INFORME DE SUPERVISION No. 06** **CONTRATO No. 20260043** **30 DE SEPTIEMBRE DE 2026**	icontec ISO 9001 IQNET Nº SC 639-1

NOMBRE DEL CONTRATISTA	SIGNOS MEDIA S.A.S.

FECHA ACTA DE INICIO	02 de Febrero de 2026	**PERIODO DEL INFORME**	
		INICIO	**FINAL**
		01/08/2026	30/09/2026

OBJETO
Servicio de agencia de medios ATL (above the line) para desarrollar y ejecutar la estrategia de comunicación de la industria de licores del Valle.

SEGUIMIENTO TÉCNICO

PERIODO DE EJECUCIÓN TOTAL: 02 de febrero de 2026 al 30 de septiembre de 2026 (8 meses) cumpliéndose el 100% del periodo del contrato.

1. RESUMEN EJECUTIVO Y EVOLUCIÓN CONTRACTUAL

El presente contrato tuvo como finalidad diseñar y ejecutar el plan estratégico de medios a nivel nacional y regional durante ocho (8) meses para el posicionamiento de las marcas Aguardiente Blanco del Valle, Aguardiente Origen del Valle, Marqués del Valle y la marca Corporativa. Al cierre del periodo agosto–septiembre de 2026, se alcanzó el 100% de ejecución de los meses programados.

Durante el desarrollo contractual se realizaron ajustes estratégicos clave para maximizar el retorno de la inversión:

- **Reprogramación de inicio:** Debido a la definición oportuna del concepto creativo y aprobación de artes gráficos en febrero, el despliegue de pauta inició en marzo de 2026, ampliando el plazo contractual para garantizar la cobertura completa.

- **Adición Presupuestal** (Modificaciones No. 1,2,3 y 4): Para capitalizar el consumo masivo asociado al Mundial de la FIFA 2026 (hito no contemplado en el alcance inicial), se adicionaron $110.985.021 (IVA incluido), elevando el valor total del contrato de $1.769.295.095 a $1.880.280.116 Iva Incluido.

2. DESGLOSE DE EJECUCIÓN POR FRENTE DE COMUNICACIÓN (MEDIOS)

La estrategia integró múltiples canales de alto impacto para asegurar cobertura masiva y frecuencia de recordación:

- **Publicidad Exterior (OOH) – Aeropuerto Alfonso Bonilla Aragón:** Presencia continua en 21 elementos estratégicos de alto tráfico nacional e internacional (vallas corpóreas exteriores, pórticos de salida, murales en muelles nacional e internacional, túnel de equipaje y circuito digital de 15 mupis tótem y pantallas en sala de espera).
- Activación Mundial 2026 – Publicidad en espacio de la Red de Centros Comerciales ÚNICO (Junio – Agosto 2026): Ejecución integral en dos frentes sobre una red con 10.139.272 ingresos (publico) medidos en 2026 (86% peatonal y 14% vehicular):

  Medios Digitales (Pantallas FanFest): Se proyectó el spot de Blanco del Valle en 9 pantallas gigantes ubicadas en 8 ciudades (Barranquilla, Cali [2 pantallas], Yumbo, Pasto, Neiva, Villavicencio, Dosquebradas y Bucaramanga), duplicando las 4 ciudades inicialmente

propuestas. Se alcanzaron 166.224 emisiones (17.040 en junio, pico de 80.674 en julio y 68.510 en agosto).
Activación Física BTL (Cali y Yumbo): Realizada durante los fines de semana de la fase de grupos en plazoletas y accesos. Incluyó degustación controlada (sampling) con promotoras uniformadas, animación en vivo con retos de fútbol, cabezones de jugadores de la Selección y dummies gigantes inflables de Blanco del Valle Fiesta Sin Azúcar.

- **Publicidad Exterior (OOH) – Vallas Tubulares y Centros Comerciales:** Exposición sostenida hasta agosto en 8 vallas estratégicas de Santiago de Cali (Vía al Mar, Calle 70, Av. 8N, Av. 3N, entre otros), expansión hacia el departamento del Quindío (Armenia) y pauta especial en los **Centros Comerciales Único** durante la temporada del Mundial 2026.
- **Pauta Radial:** Transmisión masiva en las principales cadenas y emisoras de la región (Organización Radial Olímpica, RCN Radio, 347 S.A.S., Univalle Stereo, Red Sonora, Planeta Media Marketing, Valle Verde Comunicaciones y W.V.CH. Televisión - Candela Stereo), culminando en agosto con transmisión en Radio Planeta. Se ejecutaron 6.020 cuñas grabadas, 538 cuñas bonificadas, 2.830 menciones y 498 menciones bonificadas.
- **Patrocinio Deportivo (Camiseta Deportivo Cali):** Vinculación de la marca *Aguardiente Origen del Valle* en la indumentaria oficial del Club Profesional Deportivo Cali S.A., respaldada con difusión en redes oficiales del club y activación logística en los alrededores del estadio.
- **Estrategia Digital e Influenciadores:** Amplificación de campaña mediante creadores de contenido (como Karen Cano y Diana Galvis), alcanzando altos indicadores de interacción y visualizaciones (más de 138.000 reproducciones y 86.000 cuentas alcanzadas en piezas clave) para conectar con consumidores adultos jóvenes.

3. IMPORTANCIA ESTRATÉGICA Y BENEFICIOS OBTENIDOS

La inversión ejecutada generó beneficios tangibles para el posicionamiento comercial de la Industria de Licores del Valle:

1. **Alta Eficiencia Financiera en Centros Comerciales ÚNICO:** La activación en la red ÚNICO se negoció como oferta de apertura por $25.000.000 + IVA frente a un valor comercial de mercado de $40.000.000 + IVA, representando un beneficio adicional recibido de $15.000.000 (37,5% de eficiencia). Esto permitió lograr un costo de $150 por emisión y un CPM (Costo por Mil Impactos) de $7.644 (muy por debajo del CPM de mercado de $12.230), obteniendo cobertura nacional en 8 ciudades por el costo de una activación regional.
2. **Sinergia de Formato Mixto (Visibilidad + Experiencia en Punto de Compra):** En los centros comerciales ÚNICO, el consumidor vio la marca en pantalla gigante, participó en dinámicas futbolísticas y degustó el producto a pocos metros de los puntos de venta, convirtiendo el tráfico cautivo en intención directa de compra.
3. **Dominio en Puntos de Alto Tráfico y Turismo:** La presencia visual en el Aeropuerto Alfonso Bonilla Aragón posicionó a *Blanco del Valle* y *Origen del Valle* como los anfitriones oficiales de la región ante residentes y turistas nacionales e internacionales.
4. **Capitalización del Mundial FIFA 2026:** La flexibilidad contractual permitió desplegar piezas temáticas en vallas, radio y centros comerciales Único durante la temporada futbolística, sosteniendo la recordación de marca en momentos pico de celebración social.
5. **Identidad Regional y Afinidad:** La vinculación con el Deportivo Cali asoció a *Aguardiente Origen del Valle* con valores de pasión y pertenencia vallecaucana, logrando exposición orgánica constante en transmisiones deportivas y plataformas digitales.

6. **Cobertura Omnicanal y Expansión Geográfica:** La combinación de medios masivos tradicionales (radio y exterior) con influenciadores digitales cubrió diversos segmentos demográficos y amplió la visibilidad de la marca hacia el Eje Cafetero (Quindío).

SIGNOS MEDIA S.A.S. cumplió de manera satisfactoria con la totalidad de las obligaciones contractuales pactadas.

OBLIGACIONES CONTRACTUALES	VERIFICACIÓN
Se realizo modificación de la clausula. Diseñar un plan estratégico de medios en colaboración con la Subgerencia Comercial y de Mercadeo para el periodo de ocho (8) meses para las marcas Blanco del Valle, Aguardiente Origen del Valle Marques del Valle y la marca Corporativa a nivel nacional.	La pauta programada para el mes de agosto fue la exposición de la publicidad en las vallas ubicadas en la ciudad de Cali al igual que la trasmisión de la pauta en la emisora planeta. Se incluye cuadro final del Flow Chart proyectado para la ejecución del contrato. ANEXO 1
Garantizar la ejecución presupuestal por tipo de medio	Conforme a la distribución autorizada por el Subgerente Comercial de Mercadeo en el mes de agosto y septiembre se cumplió con la pauta programada. El contratista queda pendiente de facturar el valor correspondiente a: • Arrendamiento de 8 Vallas ubicadas en Cali en el mes de agosto. ✓ AV- 4 OESTE 7-96 VIA BUENAVENTURA OR-CC ✓ CALLE 70 7T BIS 43 ✓ AVDA 8N 15N-01 ✓ AV 3 N 35N-21 ✓ DG 37ª 2-25 FLAMINGO ✓ KR 39 8ª-45 ✓ KR 24A 4-80 ✓ ANTIGUA VIA YUMBO • Pauta en la emisora Planeta 260 cuñas de 30 segundos, 130 menciones. • Estrategia de pauta en la red UNICO (CENTRO COMERCIAL) temporada mundial 2026

El contratista no ha facturado debido a que los medios no le han envido la facturación y este es requisito como complemento de la facturación.

MEDIO	EMISORA	EJECUCION FUTBOL AGOSTO - SEPTIEMBRE			
		CUÑA GRABADA	CUÑA BONIF.	MENCION	MENCION BONIF.
Planeta Media Marketing	Radio Planeta 96,9	260		130	

MEDIO	EMISORA	ACUMULADO			
		CUÑA GRABADA	CUÑA BONIF.	MENCION	MENCION BONIF.
Organización Radial Olimpica S.A.	Mix Cali	480	0	320	80
	Olimpica Stereo	480	0	320	80
	Radio Tiempo	240	0	160	80
Radio Cadena Nacional	Radio Uno	907	40	218	40
	La Mega	130			
	El Sol	627	40	218	40
347 s.a.s.	Boom Fm	560	89	400	89
W.V.CH. TELEVISION SAS	CANDELA STEREO	76		54	
Grupo Integral de Profesional en Salud Comunicaciones S.A.S.	Univalle Stereo	400	80	0	0
Red Sonora S.A.S.	La Maxima	560	89	400	89
Planeta Media Marketing	Radio Planeta 96,9	1160	100	500	0
Valle Verde Comunicaciones S.A.S.	La Primerisima 91,0	400	100	240	0

Evaluación de la calidad del bien o servicio contratado:

De acuerdo con la verificación del cumplimiento de las obligaciones contractuales durante este periodo, y conforme con los soportes que respaldan el presente informe, se concluye que la calidad del bien y/o servicio es:

Satisfactoria	Insatisfactoria
X	

SEGUIMIENTO ADMINISTRATIVO

El contratista entregó a satisfacción las certificaciones de emisión de todos los medios, registros fotográficos y audiovisuales, así como los certificados de pago de aportes parafiscales (última certificación emitida el 30 de septiembre de 2026 por el contador Jader Fernando Betancourth, T.P. 183446-T).

SEGUIMIENTO FINANCIERO

El valor del contrato con la modificación No. 3 realizada es de Mil Ochocientos Ochenta Millones Doscientos Ochenta Mil Ciento Dieciséis pesos Mcte. ($1.880.280.116) Incluido Iva, será facturado en 5 cuotas mensuales vencidas, cuyo valor corresponderá a la puta publicitaria aprobada en el mes y será pagada dentro de los treinta (30) días siguientes a la radicación e informe de supervisión a la Subgerencia Financiera, a la fecha se ha facturado lo siguiente:

Igualmente, de acuerdo con lo establecido en el parágrafo primero de la citada cláusula, El Contratista remitió la factura a través del correo recepcionfactura@ilvalle.com.co

Dado que se ejecutó el 100% de la estrategia aprobada y queda un saldo remanente no ejecutado de **$7.408.510** antes de IVA (**$8.816.127** IVA incluido), se realizará el respectivo proceso de anulación de dicho saldo para el cierre del contrato.

INDUSTRIA DE LICORES DEL VALLE 1921 890.399.0122-0	**INFORME DE SUPERVISION No. 06** **CONTRATO No. 20260043** **30 DE SEPTIEMBRE DE 2026**	icontec ISO 9001 N° SC 639-1 IQNET

Fecha Factura	Numero Factura	Valor Factura	Iva Factura	Valor Total	Mes Facturado
23/04/2026	FESM186	84.601.516	16.074.288	100.675.804	Mes de marzo
26/05/2026	FESM190	329.591.443	62.622.374	392.213.817	Mes de Abril
2/06/2026	FESM191	341.463.549	64.878.074	406.341.623	Pauta Mes de Mayo
22/07/2026	FESM195	253.035.795	48.076.801	301.112.596	Pauta Mes de Junio
10/09/2026	FESM197	471.068.111	89.502.941	560.571.052	Pauta Mes de Julio
Pendiente	Ejecutado	92.898.400	17.650.696	110.549.096	Pauta Ejecutada en mes Agosto – Septiembre – Pendiente enviar factura
		1.572.658.814	**298.805.175**	**1.871.463.989**	
Valor Facturado					**1.572.658.814**
Iva					**298.805.175**
Valor Total Facturado					**1.871.463.989**
Valor contrato Iva Incluido					**1.880.280.116**
Saldo por Ejecutar Sin Iva					**7.408.510**
% Ejecutado					**100%**

SEGUIMIENTO JURÍDICO

Se deja constancia que el Contratista cumplió con las obligaciones establecidas en el contrato de conformidad con el requerimiento y necesidad de la ILV y no se presentaron situaciones anormales en la ejecución.

Para constancia se firma en, Palmira a los 30 días del mes de septiembre de 2026

JULIAN MAURICIO DORADO BETANCOURTH
Subgerente Comercial y de Mercadeo

Elaboro: Ximena Saavedra – Técnico III


República de Colombia
Ministerio de Comercio Industria y Turismo
JUNTA CENTRAL DE CONTADORES
TARJETA PROFESIONAL
DE CONTADOR PUBLICO
183446-T
JADER FERNANDO
BETANCOURT MORA
C.C. 1130668466
RESOLUCION INSCRIPCION 624
UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI
DIRECTOR GENERAL
JULIO CESAR ACUÑA GONZALEZ
194896
FECHA 06/11/2013


183628
Esta tarjeta es el unico documento que lo acredita como
CONTADOR PUBLICO de acuerdo con lo establecido en
la ley 43 de 1990
Agradecemos a quien encuentre esta tarjeta comunicarse
al PBX 646 44 50 o devolverla a la UAE - Junta Central de
Contadores a la calle 96 No. 9A - 21 Bogota D.C.

El suscrito, **JADER FERNANDO BETANCOURT MORA**, mayor de edad, vecino de la ciudad de Cali, identificado con la cedula de ciudadanía **No: 1.130.668.466** expedida en Santiago de Cali (valle), **Contador Público Titulado** en ejercicio con tarjeta profesional **No: 183446-T** de **LA JUNTA CENTRAL DE CONTADORES**, obrando de manera independiente:

CERTIFICO:

Que la empresa, **SIGNOS MEDIA S.A.S.** identificada con NIT **No: 901.194.445** no tiene trabajadores a cargo y no tiene obligaciones pendientes con los sistemas de salud, ARP, pensiones y obligaciones parafiscales señaladas en el artículo 50 de la Ley 789 de 2002, durante los seis meses anteriores a la fecha, y se encuentro a Paz y Salvo por estos conceptos.

Para constancia de lo anterior se expide el presente certificado, en Santiago de Cali, a los treinta (30) días del mes de septiembre del dos mil veintiséis (2026).

Atentamente,

C.P. JADER FERNANDO BETANCOURT MORA
TP 183446-T
CC: 1.130.668.466 DE CALI

CRA 78 B #3 21 - CEL. 3128421552 - E-MAIL: jabeta07@hotmail.com