

INCREMENTO DE LOS INGRESOS AL DEPARTAMENTO CON LA VENTA DE AGUARDIENTE NARIÑO

RENDICIÓN DE CUENTAS PERMANENTE -
ESPACIO DE DIÁLOGO

OFICINA DE AGUARDIENTE NARIÑO
SECRETARÍA DE HACIENDA

JUNIO DE 2023

INTRODUCCIÓN

La oficina de Aguardiente Nariño, a través de la comercialización de aguardiente ha realizado grandes esfuerzos para aumentar los ingresos, los cuales se distribuyen en los sectores de salud, educación y el deporte en el Departamento de Nariño. En general a continuación se indican los resultados generados desde el año 2019 y los comportamientos del año 2020 en donde por las circunstancias externas como lo fue la pandemia generada por el COVID19 y la imposibilidad de producir se disminuyeron las ventas de Aguardiente Nariño, sin embargo, para los años 2021 y 2022 se ha logrado un incremento importante para el Departamento.

Cabe resaltar que los resultados obtenidos es producto de la correcta implementación de la estrategia comercial, en la cual se ha implementado y fortalecido el equipo de promotores comerciales, la participación en los diferentes eventos, fiestas y festividades del Departamento, la implementación del plan de medios, la distribución de vallas publicitarias en puntos estratégicos y la implementación de la estrategia digital. La oficina de Aguardiente Nariño, en el desarrollo de estas estrategias y con la gestión comercial ha logrado un gran posicionamiento y recordación de marca en todo el territorio del Departamento de Nariño, ubicado a el producto de Aguardiente Nariño como el producto insignia del Departamento y único que esta autorizado para su comercialización según el **Decreto No. 449 del 9 de junio del 2023** “por el cual se suspende temporalmente los permisos de instrucción de Aguardientes nacionales y extranjeros para la comercialización en el Departamento de Nariño” .

PRINCIPALES LOGROS DE LA GESTIÓN COMERCIAL DE AGUARDIENTE NARIÑO

El presente documento pretende rendir información sobre los avances en el cumplimiento de metas de la oficina de Aguardiente Nariño, a saber:

1. Implementación del proceso de enajenación

La enajenación, es un el proceso de comercialización del producto de Aguardiente Nariño, cumpliendo con los lineamientos establecidos y la normatividad legal vigente. Para la adjudicación del producto puede participar cualquier persona que desee ser distribuidor de la marca aguardiente Nariño cumpliendo con los requisitos dispuestos por la norma. A continuación, se describen las etapas generales del proceso.

Desarrollo del proceso de enajenación.

- Proyecciones precontractuales junto con la postura de consignación del 20% por parte de los interesados.
- Radicar las proyecciones precontractuales en el departamento administrativo de contratación (DAC) para revisión.
- Publicación de las proyecciones precontractuales en SECOP II.
- Recepcionar las ofertas de lotes por los diferentes interesados.
- Realizar la audiencia pública: apertura de sobres (ofertas económicas), se comienza a adjudicar de mayor precio a menor según la cantidad de lotes.
- Realizar la elaboración y firma de contratos: Se debe cancelar el 80% de la compra y consignación de estampillas.
- Realizar la legalización de contratos DAC.
- Realizar la programación de entregas: se realiza según el orden de pago 80% y estampillas.
- Realizar la facturación y entrega: después de facturar se realiza cronograma de entregas y se procede a la distribución.

Requisitos para participar del proceso de enajenación y distribución de la marca aguardiente Nariño.

- Certificado de existencia y representación legal.
- Diligenciar y aportar la carta de presentación de la propuesta.
- Diligenciar y aportar el compromiso anticorrupción.
- Seguridad social y aportes parafiscales.
- Aportar certificado de antecedentes disciplinarios, fiscales, judiciales.
- Aportar registro único tributario.
- Acreditar la definición de la situación militar.
- Aportar el registro de medidas correctivas.
- El proponente deberá acreditar su experiencia tal y como lo establece el documento denominado PLIEGO DE CONDICIONES.
- Los oferentes deberán acreditar experiencia mínima de 2 años en la distribución o comercialización o venta de bebidas y/o licores y/o víveres y/o abarrotos en Colombia.

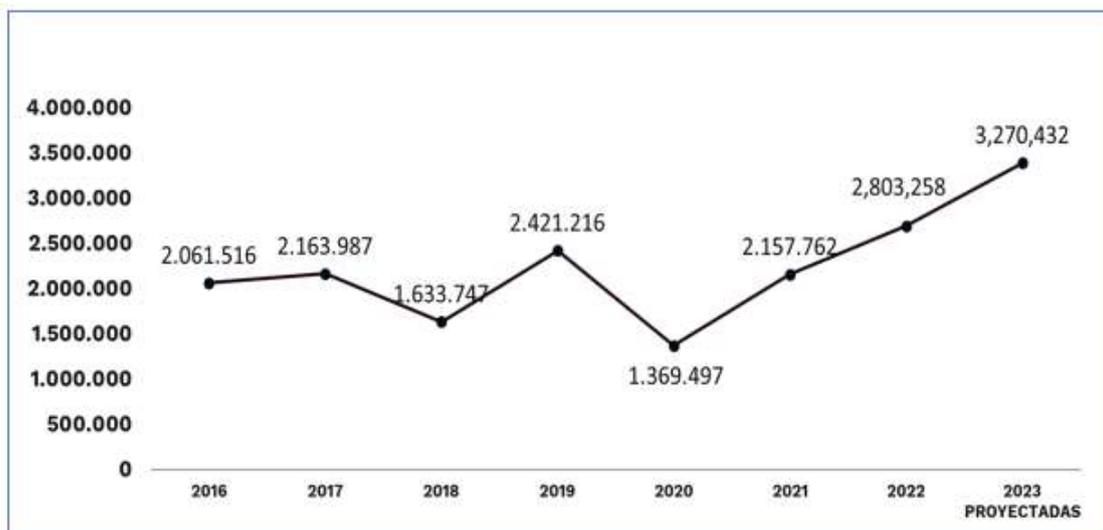
2. Comportamiento de las ventas 2016-2023.

Durante la gestión comercial y el desarrollo de estrategias a pesar de la pandemia se han incrementado las ventas en los últimos años y periodos de administración, logrando grandes ingresos para la inversión del Departamento en programas sociales.

En el año 2019 a través de los procesos de subasta se comercializaron 2.421.216 unidades de Aguardiente Nariño, en el año 2020 bajo significativamente por el tema de la pandemia logrando ventas por 1.369.497 unidades, en el año 2021 se retomaron las ventas a 2.157.762 unidades y en el año 2022 se comercializaron 2.803.258 unidades con un incremento del 23% frente al año 2021.

AÑO	UNIDADES COMERCIALIZADAS
2019	2.421.216
2020	1.369.497
2021	2.157.762
2022	2.803.258
2023	Unidades Proyectadas 3.270.432

Gráfica 1: Comportamiento de las ventas 2016-2023



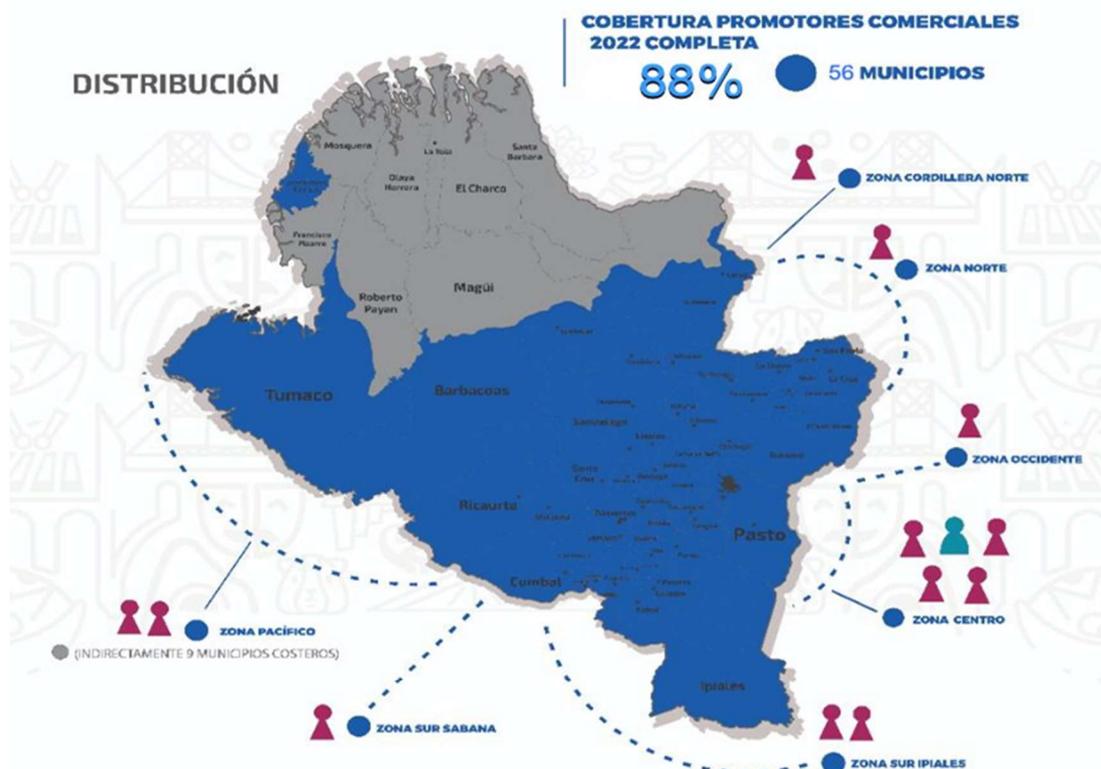
3. Cobertura promotores comerciales año 2022.

En cumplimiento de la estrategia comercial de Aguardiente Nariño para el año 2022, se logró una cobertura del 88% del Departamento de Nariño con los trece (13) Promotores Comerciales los cuales visitaron las diferentes regiones y subregiones del Departamento.



¡el que toma mi gente!

COBERTURA PROMOTORES COMERCIALES



PROMOTORES COMERCIALES

● ● 13 PROMOTORES



4. Cobertura actividades comerciales año 2022.

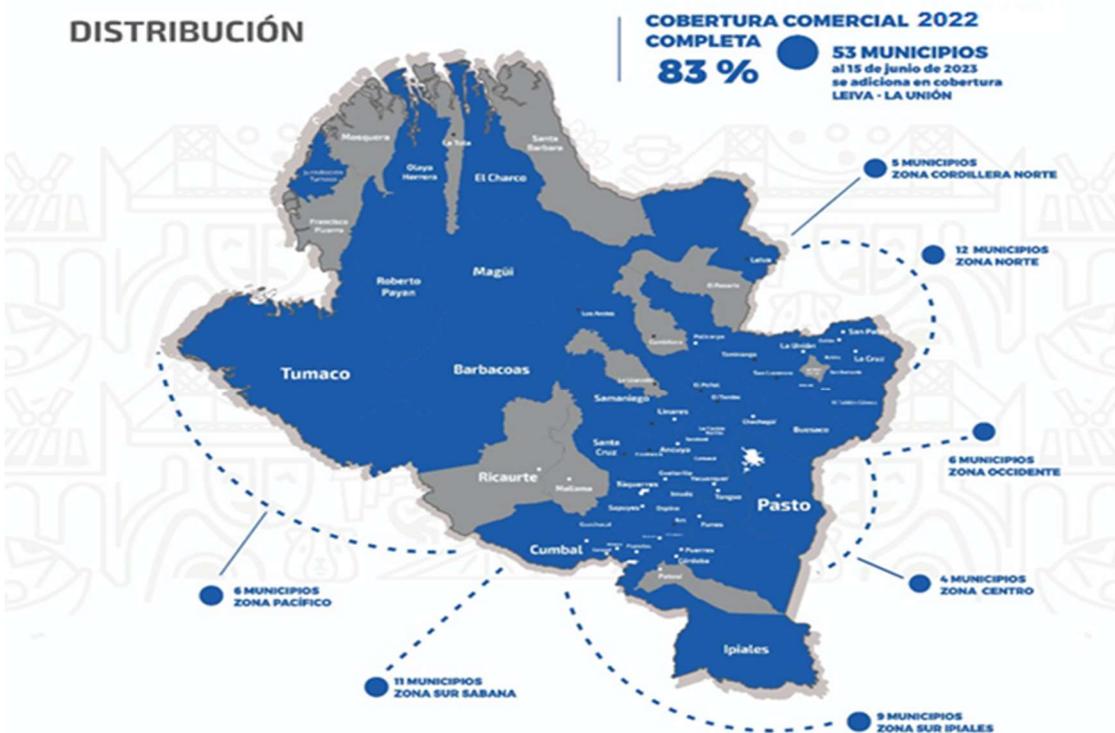
La cobertura de las actividades de mercadeo en el año 2022 llega al 83% del territorio Nariñense. Logrando de esta forma reposicionar la marca, así como incrementar rotación del producto.



¡el que toma mi gente!

COBERTURA COMERCIAL 2022

DISTRIBUCIÓN



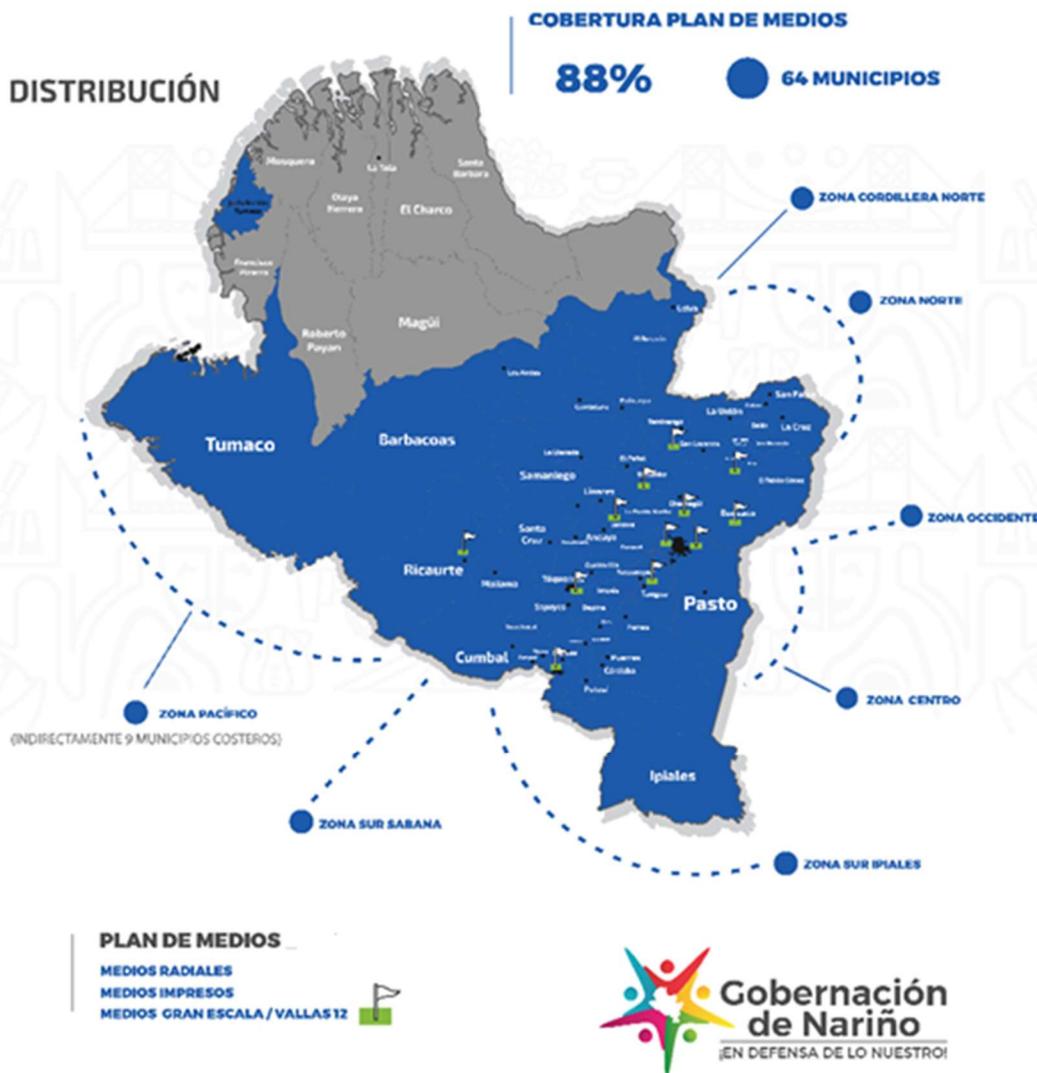
COBERTURA COMERCIAL 2022 PENDIENTE 17%

11 MUNICIPIOS

al 15 de junio de 2023 no se ha realizado patrocinios en estos municipios, por situaciones de orden público o difícil acceso
FRANCISCO PIZARRO - MOSQUERA - LA TOLA - SANTA BARBARA - EL ROSARIO - CUMBITARA - LA LLANADA - SAN PEDRO DE CARTAGO - POTOSI - MALLAMA - RICAURTE.

5. Cobertura plan de medios y vallas publicitarias para el año 2022.

Con la ejecución del plan de medios radiales, impresos y publicidad exterior se logró una cobertura del 88% del Departamento de Nariño para el año 2022, logrando así un gran posicionamiento y recordación de marca.



6. Ejecución estrategia digital para el año 2022.

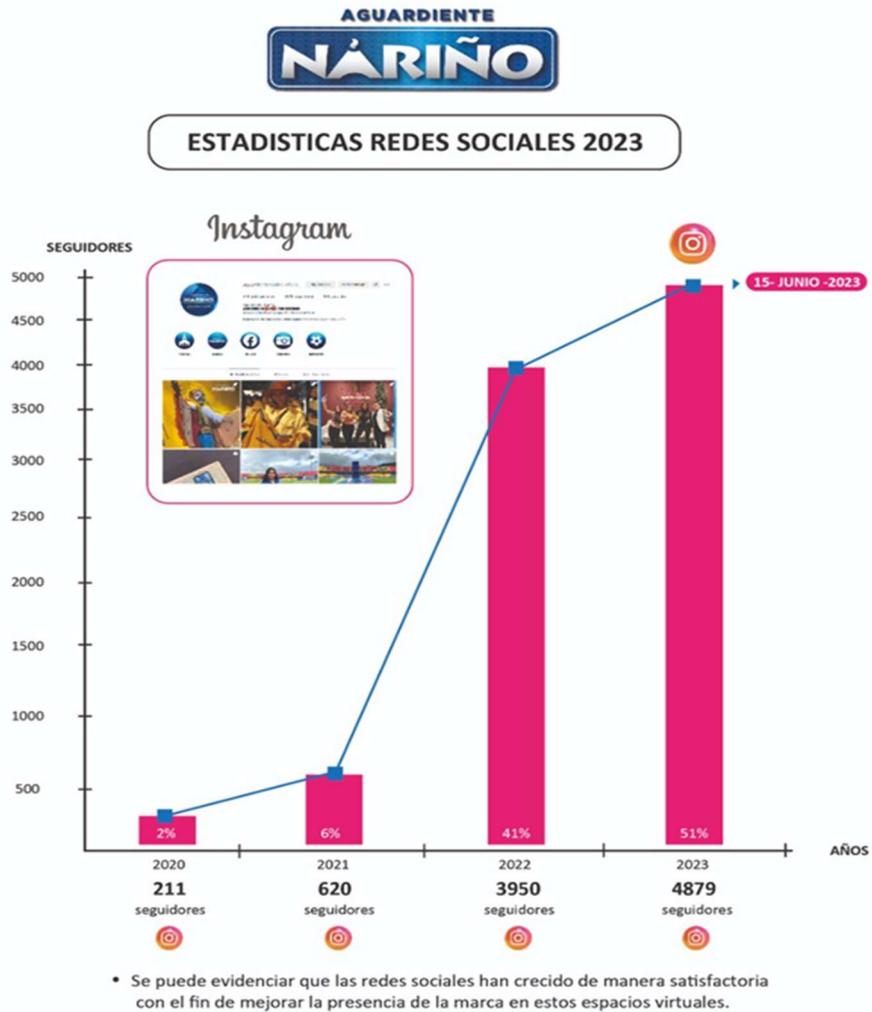
Con la ejecución de la estrategia digital se llevó a cabo con éxito, logrando un gran crecimiento en el año 2022 en nuestras redes sociales Facebook e Instagram, versus los años 2020 y 2021, alcanzando así gran posicionamiento y recordación de marca, el crecimiento de las plataformas digitales llegó gracias a la dinamización de las mismas, en este sentido se realizó actividades como: participación de la marca con Deportivo Pasto, trabajo de la mano con influencers, sorteos, concursos, elaboración de banners, reels, posteo de historias, transmisiones en vivo, cubrimiento de carnavales, creación de piezas alusivas a fiestas en nuestro departamento, visibilización de la marca en general.

Gráfica 2: Estadísticas crecimiento en Facebook año 2022



- Cabe resaltar que estas cifras se han logrado de manera organica (de forma natural), con seguidores reales que muestran legitimo interes por los contenidos que se comparten a través de las plataformas en cuestión.

Gráfica 3: Estadísticas crecimiento en Instagram año 2022.





Secretaría
de Hacienda
Subsecretaría
de Rentas

GRACIAS

JHON ROJAS
GOBERNADOR