

HAGAMOS GRANDE AL META
INFORME DE GESTION DEL 18 DE ABRIL DEL 2022 HASTA EL 31 DE
DICIEMBRE 2023

(Ley 951 de 2005)

Contenido

1. INFORME DE GESTIÓN 18 DE ABRIL DE 2022 HASTA EL 31 DICIEMBRE DEL 2023:.....	2
2. SITUACIÓN DE LOS RECURSOS:	34
3. PLANTA DE PERSONAL:	37
4. EJECUCIONES PRESUPUESTALES:	37
5. CONTRATACIÓN:	39
6. REGLAMENTOS Y MANUALES:.....	40
7. RECOMENDACIONES GENERALES.....	41

INTRODUCCIÓN

La Unidad de Licores del Meta, se crea mediante el Decreto 010 de 2002, como una dependencia adscrita al despacho del Gobernador del Departamento, con personería jurídica, patrimonio propio y dotado de autonomía administrativa y financiera, cuyo objeto es la explotación del monopolio rentístico sobre los alcoholes y licores destilados embriagantes.

Así mismo el Decreto 0437 de 2014, establece que la Unidad de Licores del Meta, es una entidad del orden Departamental, del sector descentralizado de carácter técnico y especializado,

De acuerdo con el artículo segundo del Decreto 0437 del 31 de diciembre de 2014, el Objeto de la Unidad de Licores del Meta es “La explotación del Monopolio rentístico sobre los alcoholes y sus derivados, licores destilados, productos afines y toda clase de bebidas destiladas o fermentadas, espirituosas y demás componentes y subproductos de los licores, así como, el envase y comercialización de aguas tratadas para el consumo humano, administrando adecuadamente los canales de producción, comercialización y distribución, directa e indirectamente a nivel local, nacional e internacional, actuando bajo la potestad de monopolio rentístico de licores que le confiere la Constitución Política de Colombia en su artículo 336 y en las Leyes que lo regulan y desarrollan, contribuyendo con los ingresos al Departamento, para su normal funcionamiento y para aportar a la continuidad de los planes de desarrollo, especialmente en servicios de salud y educación.”

1. INFORME DE GESTIÓN 18 DE ABRIL DE 2022 HASTA EL 31 DICIEMBRE DEL 2023:

A continuación, se presentan los resultados de la Gestión de la Unidad de Licores del Meta a 31 de diciembre de 2023, dando cumplimiento al artículo 123 de la Ordenanza 1158 de 2022.

La Unidad de Licores del Meta administra y gestiona la producción, comercialización y distribución, en forma directa a nivel nacional.

El Plan Estratégico 2022- 2025 “Hagamos grande la ULM” es la herramienta con la cual contaremos para encaminar la empresa hacia los niveles de productividad que se esperan de ella, la cual se tiene como base tres ejes fundamentales como son la gestión corporativa, la gestión comercial y producción e innovación.

Actualmente la producción del Aguardiente Llanero se realiza bajo la modalidad de contratación (Maquilado) con la Industria de Licores de Cundinamarca, contrato N° 07 de 2023, vigente actualmente.

El transporte del producto terminado desde la industria maquiladora y su lugar de almacenaje en la ULM en Villavicencio se realiza en tracto camiones contratados bajo la modalidad de contratación directa con la firma “Transportes RAM” mediante contrato número 021 de 2023.

El almacenamiento del producto terminado se realiza en las bodegas de propiedad del Departamento del Meta (antiguas instalaciones de la fábrica de licores del Meta), en donde además funciona el área administrativa de la ULM. mediante comodato número 1389 del 2018 y vence a 31 de diciembre del 2023.

La comercialización de nuestro producto se viene realizando bajo la modalidad de venta directa a través de acuerdos comerciales durante las vigencias 2022 y 2023. Con el propósito de fidelizar la compra periódica del Aguardiente Llanero en la Unidad de Licores del Meta, la Subdirección Comercial estableció el “acuerdo comercial” como documento que comprometiera y estimulara la compra del producto, ofreciendo un mejor precio al consumidor, buscando posicionar la marca, reactivar la venta del aguardiente y lograr la exclusividad en determinados casos y/o para algunos eventos, la entidad adelanto acuerdos comerciales con las siguientes empresas:

- Distribuidora La Nieve
- Distribuidora Vadiar
- Distribuidora J y P
- Distribuidora Cordobes
- Distribuidora Rafael Coronado
- Distribuidora Dismasivos
- Distribuidora Rinval
- TM

A la fecha del cierre se tiene acuerdos comerciales vigentes con las siguientes empresas:

ACUERDOS COMERCIALES 2023

ACUERDOS COMERCIALES		VIGENTE	FINALIZACION DE EJECUCION
Club Llaneros S.A.	Juan Carlos Trujillo	Liquidado	26 de diciembre de 2023.
Rafael Antonio Coronado Espitia	Coravi Representaciones	Liquidado	31 de diciembre de 2023
Juana Parada Castellanos	Industria Licorera del Vichada	Liquidado	30 de diciembre de 2023
Distribuciones la Nieve S.A.S.	Fabio Alejandro León	Liquidado	31 de diciembre de 2023
Distmasivos S.A.S.	Hector Yair Torres Lopez	Liquidado	31 de diciembre de 2023.
Rinval S.A.S.	Angel Eduardo Rincon Nieves	Liquidado	31 de diciembre de 2023.
Inversiones Rojas y Marin SAS	Yajaira Marin Rios	Liquidado	30 de diciembre de 2023
TM	Jorge Hernan Toro Mejia	Activo	31 de diciembre 2024

INFORME DE PRODUCTO E INCENTIVO ENTREGADOS A CLIENTES, ALIADOS, COMPROMISOS INSTITUCIONALES Y PUBLICITARIOS.

A continuación, se relaciona a detalle el producto e incentivo entregado a clientes, aliados, compromisos institucionales y publicitarios en la vigencia 2023;

<p>Producto e incentivo entregado a clientes, aliados, compromisos institucionales y publicitarios.</p>
<p>cubrimiento al XXVII festival de colonias y rio 2023 Guamal Meta que se llevará a cabo del 05 de enero al 09 de enero de 2023, al festival de Verano de Granada, el festival de la cosecha en Puerto Lleras y al festival de la payara en Puerto López</p>
<p>cubrimiento al XXVII festival de colonias y rio 2023 Guamal Meta que se llevará a cabo del 05 de enero al 09 de enero de 2023 en virtud a solicitud realizada por el Alcalde Municipal y su comité organizacional.</p>
<p>cubrimiento al X festival de Verano “La perla del Ariari” que realiza en el Municipio de Puerto Lleras los días 6, 7 y 8 de enero de 2023 en virtud a solicitud realizada por el Alcalde Municipal.</p>
<p>cubrimiento al festival de la Payara 2023 que se llevara a cabo en el municipio de Puerto López los días 06, 07, 08 de enero de 2023 en virtud a solicitud realizada por el Alcalde Municipal.</p>
<p>evento realizado por la Junta de Acción Comunal Centro Poblado Remolino en virtud a solicitud allegada a la Ulm.</p>
<p>Festival de Verano sol y playa en el Municipio de Puerto López Meta del 27 al 29 de enero del año 2023 en atención al posicionamiento y promoción de marca.</p>
<p>Festival de Verano sol y playa en el Municipio de Puerto López Meta del 27 al 29 de enero del año 2023 con el objetivo de dar degustación en tarima como promoción de la marca.</p>
<p>cubrimiento de la conmemoración de los 50 años de existencia jurídica en defensa de los derechos a la salud de la población, la red hospitalaria, los recursos públicos y la dignificación de los trabajadores de la salud.</p>
<p>cubrimiento del evento denominado Torneo Suramericano Sub-20 Masculino de Futbol Colombia 2023, el cual se llevará a cabo del 19 de enero al 12 de febrero de 2023, con el fin de realizar posicionamiento y promoción de la marca.</p>
<p>cubrimiento al evento denominado “La polla futbolera” con la voz de los llaneros, el cual se llevará a cabo del 09 de febrero al 11 de febrero de 2023, con el fin de realizar posicionamiento y promoción de la marca.</p>
<p>Cubrimiento del Festival hídrico, cultural y del retorno del Municipio del Calvario Meta, del 17 al 19 de febrero, con el fin de realizar posicionamiento y promoción de la marca.</p>
<p>Cubrimiento del Festival de verano de 2023 que se llevara a cabo en el Municipio de Cabuyaro meta del 24 al 26 de febrero, con el fin de realizar posicionamiento y promoción de la marca.</p>
<p>cubrimiento del Festival de verano en su versión decima primera en el Municipio de Puerto Concordia.</p>

Apoyo al XII caravana Colombia Vamos Pal Pauto, destino Santa Rosalía 2023, con el fin de realizar posicionamiento y promoción de la marca.

Apoyo a la exposición de producto de aguardiente llanero ante diferentes bares, gastrobares, asaderos y restaurantes de la Ciudad de Bogotá con el fin de entregar las muestras para apertura de nuevos clientes y/o aliados comerciales.

Cubrimiento del Mundial de Vaquería durante los días 15 al 20 de marzo 2023 donde se presentará Show de música en vivo en la parte externa del escenario de la manga de coleo braidy braidy Caseta Ganadera en promoción y posicionamiento de la marca.

Cumplimiento del acuerdo comercial suscrito el día 27 de enero del año 2023 cuyo objeto es "acuerdo comercial para la divulgación publicitaria exclusiva de los productos de la Unidad de Licores del Meta en sus diferentes presentaciones en cada uno de los eventos o actividades de publicidad que ejerza el Club Deportivo Llaneros".

cumplimiento al canje publicitario con James Andrés García Velásquez (James informa), con el objetivo de posicionar la marca aguardiente llanero por medio de programas radiales y redes sociales.

Cubrimiento de la quinta feria del grupo empresarial AF que se llevará a cabo el día 25 de febrero con los agricultores y comerciantes de la región de ariari, con el objetivo de posicionamiento de nuestra marca "aguardiente llanero".

Cubrimiento del evento de la fundación propiedad del salsero Yuri Buenaventura en la ciudad de Bogotá D.C., la cual se llevará a cabo el 14 de marzo de 2023, con el objetivo de posicionamiento de nuestra marca "aguardiente llanero"

Cubrimiento de apoyo a periodistas W programa Unicornio Música Llanera, con el objetivo de posicionamiento de nuestra marca "aguardiente llanero".

Cubrimiento del festival del renacimiento cultural y agropecuario "Monforth vive", el cual se llevará a cabo los días 18 y 19 de marzo del año 2023, con el objetivo de posicionar marca.

Cumplimiento al Canje publicitario con Julio Eduardo Santos Quiroga, con el objetivo de posicionar la marca aguardiente llanero en el XXXII festival internacional del corrió llanero en el Municipio de Puerto Carreño a través de medios radiales y publicitarios e instalación publicitaria en la vía Bogotá jurisdicción de Cárquez.

Cubrimiento del día de la mujer la cual se llevará a cabo en el Municipio de Villavicencio vereda la Argentina.

<p>Canje publicitario con Misael Fierro Guayara (Donde está la noticia, esta Misael), con el objetivo de posicionar la marca aguardiente llanero por medio de programas radiales y redes sociales.</p>
<p>Cumplimiento al Canje publicitario con Luis Augusto (última noticia), con el objetivo de posicionar la marca aguardiente llanero por medio de programas radiales y redes sociales.</p>
<p>Apoyo al cubrimiento de reactivación de marca realizado por el aliado comercial distmasivos el día 24 de marzo del año 2023.</p>
<p>Cubrimiento al festival de verano río y playa de las termas del encanto-Guaicaramo en el Municipio de Barranca de Upia, el cual se llevará a cabo el 19 y 20 de marzo de 2023.</p>
<p>Cubrimiento del evento "solo para mujeres", en celebración al día internación del día de la mujer el cual se llevará a cabo en la discoteca los capachos, el día 23 de marzo del año 2023.</p>
<p>Canje publicitario con Daniel Felipe Parrado Espitia (oráculo), con el objetivo de posicionar la marca aguardiente llanero por medio de programas radiales y redes sociales.</p>
<p>Cumplimiento al Canje publicitario con Gustavo Adolfo Rodríguez Salazar (Que paso en Villavo), con el objetivo de posicionar la marca aguardiente llanero por medio de programas radiales y redes sociales.</p>
<p>cumplimiento mensual al canje publicitario suscrito con el medio radial "Donde está la noticia esta Misael".</p>
<p>canje publicitario suscrito con el señor James Andrés García Velásquez,</p>
<p>canje publicitario suscrito con el señor Julio Eduardo Santos Quiroga en atención a la instalación de una valla publicitaria en la vía Bogotá Jurisdicción del Municipio de Cáqueza-Cundinamarca.</p>
<p>canje publicitario suscrito con medio radial denominado "Noticias Ya" en dirección del señor José Iván Aguilar Castañeda.</p>
<p>canje publicitario suscrito con medio radial denominado "Caracol Radio" en dirección del señor Jaime Hernando Caballero Galindo.</p>
<p>canje publicitario suscrito con medio radial denominado "Pase la Voz" en dirección del señor Dámaso Bruno Barrera Gómez.</p>
<p>cumplimiento al canje publicitario suscrito con el señor Julián Orrego Montoya para el evento denominado "The King Rock" en la ciudad de Villavicencio Meta.</p>

<p>apoyo al cubrimiento de diferentes actividades publicitarias visuales dentro del marco de la celebración del día internacional del agua 2023 en dirección de la Revista aquí les comento de Claudia Patricia Buitrago.</p>
<p>Cumplimiento al acuerdo comercial suscrito con el señor Fabio Esteban Rojas Hernández propietario del establecimiento de comercio La esquina</p>
<p>cubrimiento del evento denominado "primer torneo de microfútbol en la comuna 3 del municipio de Villavicencio en atención a solicitud presentada por la señora Mayerly Pineda.</p>
<p>cumplimiento mensual al canje publicitario suscrito con medio radial denominado "Que Paso en Villavo" en dirección del señor Gustavo Rodríguez Salazar.</p>
<p>cumplimiento mensual al canje publicitario suscrito con el señor Daniel Felipe Parrado Espitia, distinguido como "Oráculo."</p>
<p>cumplimiento parcial al acuerdo comercial suscrito entre la Unidad de Licores del Meta y Club Llaneros S.A. de fecha 27 de enero del año 2023.</p>
<p>Festival de la fraternidad castillense vigencia 2023", el cual se llevará a cabo del 28 de abril al 01 de mayo del año 2023" en el Municipio del Castillo Meta.</p>
<p>cumplimiento a la cláusula quinta del acuerdo comercial suscrito entre DIEGO ALBERTO ARCINIEGAS DUARTE identificado con la Cedula de Ciudadanía Nro. CC.80.873.224 en calidad de representante legal de COMERCIALIZADORA VADIAR S.A.S. identificada con Nit No. 901459096-6, y la UNIDAD DE LICORES DEL META, de fecha 24 de enero de 2022 y acuerdo comercial suscrito en los mismos términos el día 19 de julio de 2022, se realiza entrega <u>TOTAL</u> del incentivo del 2% y 3% sobre las cantidades compradas y facturadas en la vigencia 2022, correspondientes a 216.6 cajas de aguardiente llanero en sus distintas presentaciones.</p>
<p>Cumplimiento a la cláusula quinta del acuerdo comercial suscrito entre FABIO ALEJANDRO LEÓN TORRES identificado con la Cedula de Ciudadanía No. 17.333.420 en calidad de representante legal de "DISTRIBUCIONES LA NIEVE S.A.S.", con NIT No. 822007117-7 y de la sociedad UNIMARKA S.A.S. identificada con NIT 900692428-1, y la UNIDAD DE LICORES DEL META, de fecha 18 de enero de 2022, se realiza entrega <u>parcial</u> del incentivo del 3% sobre las cantidades compradas y facturadas en la vigencia 2022, correspondientes a 200 cajas de aguardiente llanero en sus distintas presentaciones.</p>
<p>Apoyo al festival de tradiciones campesinas y la cultura llanera que se llevara a cabo los días 16, 17, 18 de junio de 2023 en el Municipio de Castilla la Nueva.</p>

<p>Cubrimiento de apoyo al X festival de la cultura llanera a desarrollarse durante los días; viernes 9, sábado 10 y domingo 11 de junio de la presente anualidad en la Peria del Ariari en el Municipio de Puerto Lleras Meta.</p>
<p>Cubrimiento de apoyo al festival Sampedrinas que se llevará a cabo del 30 de junio al 2 de julio del año 2023 en San Isidro del Ariari-El Dorado Meta.</p>
<p>cumplimiento a la cláusula quinta del acuerdo comercial suscrito entre HECTOR YAIR TORRES LOPEZ identificado con la Cedula de Ciudadanía Nro. CC.1121846081 en calidad de representante legal de DISTMASIVOS S.A.S identificada con Nit No. 901398954-8, y la UNIDAD DE LICORES DEL META, de fecha 29 de abril de 2022, se realiza entrega <u>parcial</u> del incentivo del 3% sobre las cantidades compradas y facturadas en la vigencia 2022, correspondientes a 10.863 cajas de aguardiente llanero en sus distintas presentaciones.</p>
<p>Cumplimiento al acuerdo comercial suscrito el día 27 de enero del año 2023 cuyo objeto es “acuerdo comercial para la divulgación publicitaria exclusiva de los productos de la Unidad de Licores del Meta en sus diferentes presentaciones en cada uno de los eventos o actividades de publicidad que ejerza el Club Deportivo Llaneros”.</p>
<p>Cumplimiento mensual al canje publicitario suscrito con el medio radial “Ultima noticia” en dirección del señor Luis Augusto Hernández Hernández.</p>
<p>Cumplimiento mensual al canje publicitario suscrito con el señor Daniel Felipe Parrado Espitia, distinguido como “Oráculo.”</p>
<p>Cumplimiento mensual al canje publicitario suscrito con James Andrés García “James Informa”.</p>
<p>Cumplimiento mensual al canje publicitario suscrito con Alfonso Martínez Casallas.</p>
<p>cumplimiento al acuerdo comercial suscrito con el señor Fabio Esteban Rojas Hernández propietario del establecimiento de comercio La esquina.</p>
<p>Cumplimiento mensual al canje publicitario suscrito con medio radial denominado “Que Paso en Villavo” en dirección del señor Gustavo Rodríguez Salazar.</p>

<p>Cumplimiento mensual al canje publicitario suscrito con el señor Julio Eduardo Santos Quiroga en atención a la instalación de una valla publicitaria en la vía Bogotá Jurisdicción del Municipio de Cáqueza-Cundinamarca.</p>
<p>Cumplimiento mensual al canje publicitario suscrito con el medio radial "Donde está la noticia esta Misael".</p>
<p>Cumplimiento mensual al canje publicitario suscrito con el medio radial "Ultima noticia" en dirección del señor Luis Augusto Hernández Hernández.</p>
<p>Apoyo y cubrimiento al Festival Internacional Yurupary de Oro San José del Guaviare que se llevará a cabo del 04 de agosto al 07 de agosto de 2023 en el departamento del Guaviare.</p>
<p>Cumplimiento mensual al canje publicitario suscrito con James Andrés García "James Informa".</p>
<p>Cumplimiento mensual al canje publicitario suscrito con Alfonso Martínez Casallas.</p>
<p>cumplimiento al acuerdo comercial suscrito con el señor Fabio Esteban Rojas Hernández propietario del establecimiento de comercio La esquina</p>
<p>Cumplimiento mensual al canje publicitario suscrito con medio radial denominado "Que Paso en Villavo" en dirección del señor Gustavo Rodríguez Salazar.</p>
<p>Cumplimiento mensual al canje publicitario suscrito con el medio radial "Donde está la noticia esta Misael".</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento mensual al canje publicitario suscrito con el medio radial "Ultima noticia" en dirección del señor Luis Augusto Hernández Hernández. • Cumplimiento mensual al canje publicitario suscrito con el medio radial "Donde está la noticia esta Misael". • Cumplimiento mensual al canje publicitario suscrito con medio radial denominado "Que Paso en Villavo" en dirección del señor Gustavo Rodríguez Salazar. • Cumplimiento mensual al canje publicitario suscrito con Alfonso Martínez Casallas. • Cumplimiento mensual al canje publicitario suscrito con James Andrés García "James Informa".

<p>Apoyo al festival XX del aguacate 2023 que se realizará los días 16 y 17 de septiembre de 2023 en la vereda San Ignacio del Municipio de barranca de Upia-Meta</p>
<p>Apoyo al evento organizado por el señor Rafael Coronado conforme al oficio de solicitud de fecha 08 de septiembre de 2023.</p>
<p>Apoyo al evento No.6 Binacional de aparte y encierro de ganado que se llevara a cabo en las instalaciones de Hipica Santa Cruz el día 16 de septiembre de 2023.</p>
<p>Cumplimiento al Acta de compromiso temporal para el fortalecimiento y Posicionamiento De La Marca "Aguardiente Llanero suscrito entre RINVAL S.A.S. y la Unidad de Licores del Meta.</p>
<p>Apoyo al evento de integración de la Junta de Acción Comunal del barrio mi llanura en la ciudad de Villavicencio para posicionamiento y activación de la marca.</p>
<p>Cumplimiento al acuerdo comercial suscrito el día 10 de agosto del año 2023 entre la Unidad de Licores del Meta y el Club Llaneros S.A., cuyo objeto es "acuerdo comercial para la divulgación publicitaria exclusiva de los productos de la Unidad de Licores del Meta en sus diferentes presentaciones en cada uno de los eventos o actividades de publicidad que ejerza el club deportivo.</p>
<p>Cumplimiento al Acta De Compromiso temporal para el fortalecimiento y Posicionamiento De La Marca "Aguardiente Llanero suscrito entre FABIO ALEJANDRO LEÓN TORRES, identificado con la Cedula de Ciudadanía No. 17.333.420 en calidad de representante legal de "DISTRIBUCIONES LA NIEVE S.A.S.", con NIT No. 822007117-7 y de la sociedad UNIMARKA S.A.S. identificada con NIT 900692428-1, aliado comercial y la Unidad de Licores del Meta.</p>
<p>Apoyo al evento de pollas futboleras que se realizará el próximo 12 de septiembre de 2023, conforme al oficio remitido el día 08 de septiembre de 2023.</p>
<p>Apoyo al evento denominado "lanzamiento del Torneo Internacional del Joropo", que se llevará a cabo el 22 de septiembre de 2023 en la discoteca "Los Capachos" ubicada en la ciudad de Villavicencio en virtud al posicionamiento y promoción de nuestra marca.</p>

Activación de marca dentro del marco conmemorativo del día del tendero cuyo fin es la promoción y el posicionamiento de nuestro producto junto con las TAT que se dedican a comercializar Aguardiente Llanero.
Cumplimiento parcial al acuerdo comercial suscrito con Club Llaneros S.A. de fecha 10 de agosto de 2023.
Cubrimiento al festival de la manga de coleo en el escenario Multipropósito, parque de la Cultura Llanera
Cubrimiento a evento realizado por la Asociación Ruta del Atardecer Llanero en el Municipio de Acacias –Meta.
Cubrimiento al festival de música Llanera “La velloussea” que se llevara a cabo en el Municipio de la Macarena, en su versión XX, los días 10, 11, y 12 del mes de noviembre de 2023.

Se ha acompañado a estos comerciantes junto con el equipo comercial de la ULM para posicionar la marca en el Departamento del Meta. Estos distribuidores compran de manera directa a la ULM y surten a pequeños comerciantes, licoreras, discotecas y sitios de consumo que constantemente se buscan más aliados para concretar este acuerdo que impulse la venta del producto.

Durante las vigencias antes mencionadas, se vende en los Departamentos de Guaviare, Casanare, Cundinamarca, Vaupés, Guainía, Arauca y Vichada.

Otra de las acciones adelantadas por la ULM, es la campaña contra el licor adulterado y de contrabando, en la cual a través del equipo de producción y del equipo comercial de la ULM se llevó a cabo un recorrido por medios de comunicación, bares y discotecas para capacitar al personal que labora en los bares y tienen la atención directa con el cliente y de esta forma alertar, advertir y hablar claramente sobre los problemas y riesgos que representa para la salud y las finanzas del Meta el licor de contrabando y el adulterado.

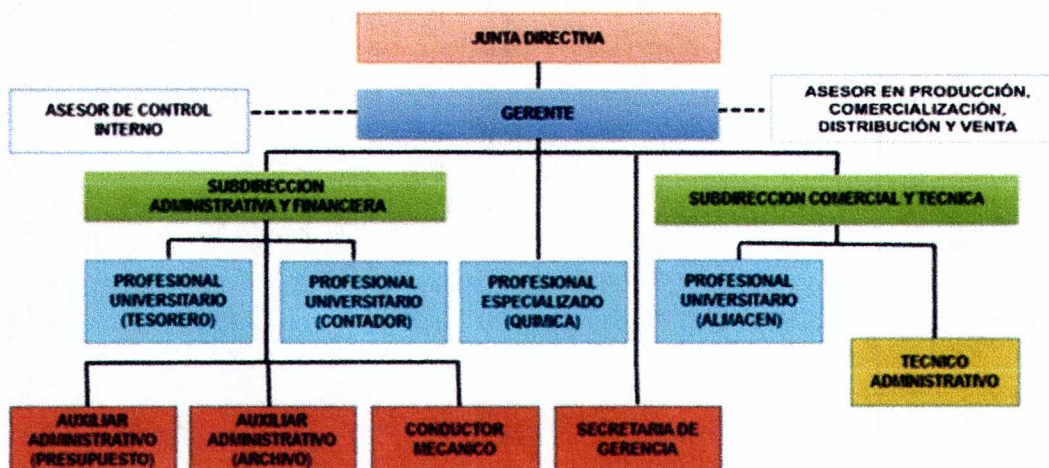
INSTALACIONES LOCATIVAS:

La Unidad de Licores del Meta está ubicada en la calle 23 N° 33-211, barrio El Nogal, en la ciudad de Villavicencio, donde funcionó la extinta Industria de Licores del Meta, de propiedad de la Gobernación, bajo la figura del Comodato el cual fue ampliado por cinco años más a partir de la fecha del cierre de esta vigencia.

Actualmente funciona el área administrativa y comercial de la ULM, y es compartido los espacios con la Lotería del Meta y Rentas del Departamento.

Contamos con tres bodegas para el almacenamiento del producto terminado, y una bodega para los elementos logísticos y publicitarios.

ESTRUCTURA ORGANICA DE LA UNIDAD DE LICORES DEL META



PLANTA DE PERSONAL

En la Unidad de Licores del Meta se tiene la siguiente planta de personal.

	NOMBRE DEL CARGO	CLASE DE NOMBRAMIENTO
1	Gerente	Libre Nombramiento y Remoción
1	Subdirector Administrativo y Financiero	Libre Nombramiento y Remoción
1	Subdirector Comercial y Operativo	Libre Nombramiento y Remoción
1	Asesor de Control Interno	Periodo Fijo
1	Asesor de Producción, Comercialización, Distribución y Venta	Libre Nombramiento y Remoción
1	Profesional Especializado (Ingeniera Química)	Provisional
1	Profesional Universitario (Contadora)	Provisional
1	Profesional Universitario (Tesorero)	Libre Nombramiento y Remoción
1	Secretaria de Gerencia	Provisional
1	Profesional Universitario (Almacenista)	Provisional
1	Auxiliar Administrativa (Presupuesto y Contratación)	Carrera administrativa
1	Auxiliar Administrativo (Archivo)	Carrera administrativa

1	Conductor mecánico	Provisional
1	Técnico administrativo	Provisional
14	Total, de cargos	14

PLANES Y PROGRAMAS

En cumplimiento a la Ley 1474 de 2011, y el Decreto 612 de 2018, la Unidad de Licores del Meta elaboro los planes y programas de las vigencias 2022 y 2023 los cuales fueron publicados en la página web www.unidaddelicoresdelmeta.com.co de la entidad <http://unidaddelicoresdelmeta.gov.co>, como lo establece la normatividad existente así:

1. Plan de Acción
2. Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano
3. Plan de Seguridad y Salud en el Trabajo "PSST"
4. Plan Estratégico Gestión de Talento Humano
5. Plan de previsión de recursos físicos
6. Plan Estratégico de Tecnologías de Información
7. Plan de Tratamiento de riesgos de Seguridad y Privacidad de la Información
8. Plan de Seguridad y privacidad de la Información
9. Plan de previsión de Recursos Humanos
10. Plan anual de Vacantes
11. PINAR (Plan Institucional Nacional de Archivos).
12. Plan de capacitación
13. Plan de Gestión Documental
14. Plan de Bienestar Social e Incentivos.
15. Plan de Gestión Documental
16. Plan de Mantenimiento de la Infraestructura
17. Plan de Mantenimiento de vehículo
18. Plan de Seguridad vial.
19. Plan de daño antijurídico
20. Plan Anual de Adquisiciones
21. Plan de conservación de archivos.
22. Programa de desvinculación asistida
23. Programa de inspecciones de Seguridad y Salud en el Trabajo
24. Programa de elementos de protección personal
25. Programa de lecciones aprendidas
26. Programa de Vigilancia epidemiológica y riesgo psicosocial

La oficina de control interno de la Unidad de Licores del Meta envía un reporte de los planes de mejoramiento internos que tiene vigentes y que a continuación le relaciono así:

- La oficina de presupuesto
- La oficina de almacén
- La oficina de contratación
- La oficina comercial

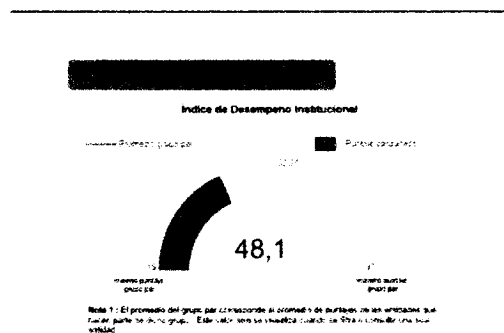
En planes de mejoramiento externo a la fecha del cierre de este informe se tiene vigente un plan de mejoramiento con la superintendencia de salud con un cumplimiento del 70% a 31 de diciembre del 2023.

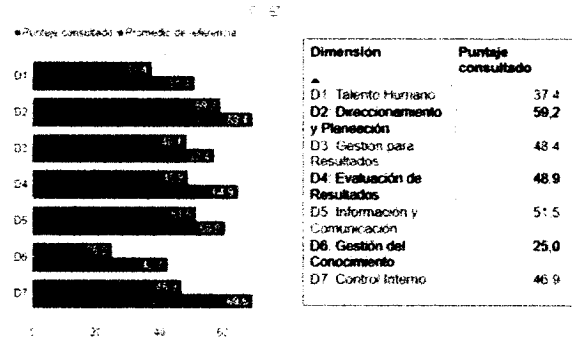
Políticas Transversales

Hace referencia a las siguientes políticas de gestión y desempeño del Modelo Integrado de Planeación y Gestión MIPG adoptado por la entidad:

Los resultados de FURAG de las vigencias 2022 fueron los siguientes en la Unidad de Licores del Meta.

Vigencia 2022





Notas explícitas de los resultados 2022

- 1** Los resultados de la vigencia 2022 no son comparables con los resultados de las mediciones de vigencias anteriores, ya que se realizaron cambios significativos a las preguntas de las políticas, dado los procesos de actualización de las temáticas y directrices.
- 2** La política de Gestión Presupuestal y Eficiencia del Gasto público para las entidades territoriales no fue calculada para la presente vigencia, dado el proceso de revisión y validación que está adelantando el Ministerio de Hacienda y Crédito Público.
- 3** La Medición del Desempeño Institucional es una operación estadística que mide anualmente la gestión y desempeño de las entidades públicas, proporcionando información para la toma de decisiones en materia de gestión.
- 4** Todos los índices se presentan en una escala de 1 a 100, siendo 100 el máximo puntaje a lograr.

Para las vigencias 2022 y 2023 se cuenta con un programa integrado para las oficinas financieras con los módulos de (presupuesto, contabilidad, facturación y tesorería) y Almacén, gestión documental con la empresa OBELISCO.

La entidad utiliza actualmente el programa humano (Gobernación del Meta) para realizar los procesos de liquidación de nómina.

La entidad cuenta con una página web propia bajo el dominio: <http://www.unidaddelicoreldelmeta.gov.co/>

En las redes sociales tenemos cuenta en Facebook con el nombre de Aguardiente Llanero:



También se tiene una cuenta en Instagram así:



Los correos corporativos se utilizan bajo el dominio **@meta.gov.co**
A continuación, relaciono las direcciones de correo conforme a las áreas:

LISTADO DE CORREOS INSTITUCIONALES	
NOMBRE DE AREA	CORREO
Subdireccion Administrativa y Financiera	administrativafinancieraulm@meta.gov.co
Secretaria de Gerencia	secretariaulm@meta.gov.co
Gerencia	gerenciaulm@meta.gov.co
Contabilidad	contabilidadulm@meta.gov.co
Tesoreria	tesoreriaulm@meta.gov.co
Sistemas	sistemasulm@meta.gov.co
Tecnico	tecnicoulm@meta.gov.co
Quimica	quimicaulm@meta.gov.co
Sudireccion Comercial	comercialulm@meta.gov.co
Archivo	archivoulm@meta.gov.co
Control Interno	controlinternoulm@meta.gov.co
Presupuesto	presupuestoulm@meta.gov.co

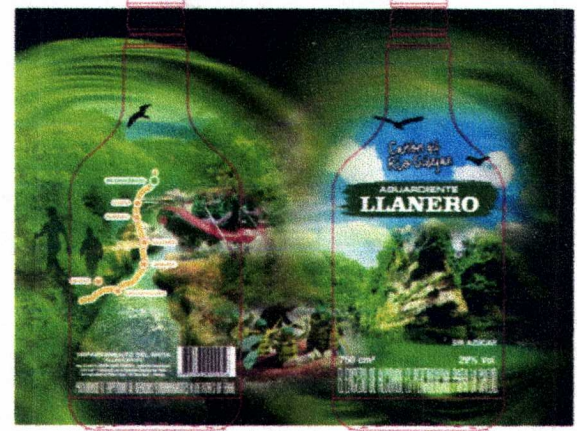
La entidad viene desarrollando una serie de estrategias de comunicación que actualmente se están implementando para Aguardiente Llanero, con el objetivo de mejorar su imagen y aumentar las ventas del producto. Estas estrategias se han desarrollado en línea con el Plan Estratégico 2022-2025 "Hagamos grande a la Unidad de Licores del Meta" y están diseñadas para destacar Aguardiente Llanero como la marca insignia.

- **DESARROLLO DE NUEVAS IMÁGENES:** Actualmente contamos con la aprobación de INVIMA del termo encogido alusivo al equipo llaneros futbol club.



También se cuenta con el boceto propuesta del proyecto Aguardiente Llanero ruta del Amanecer Llanero y Cañón río Guejar el cual se encuentra en etapa de diseño, pero aun no contamos con el pago del prototipo, ni con permisos ante INVIMA.





Estrategia de Mejora de la Imagen de Aguardiente Llanero.

Redes Sociales

Descripción:

Actualmente, estamos utilizando plataformas de redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter para mejorar la imagen de Aguardiente Llanero, se publica contenido de manera regular para destacar la historia de la marca, logros, responsabilidad social y la calidad del producto.

Acciones Clave:

- Se publica tres veces por semana contenido que destaca la historia de Aguardiente Llanero, logros, actividades de responsabilidad social y la calidad del producto.

Métricas de Éxito:

- Estamos monitorizando la participación en las redes sociales, ya hemos experimentado aumentos en seguidores y estamos recibiendo retroalimentación positiva de la audiencia.

Publicidad en Medios Locales

Descripción:

Se viene incrementado la inversión en anuncios en medios locales como periódicos, revistas y estaciones de radio. Estamos resaltando Aguardiente Llanero como un producto de calidad y tradición, así como su importancia en la comunidad local.

Acciones Clave:

- Hemos segmentado la audiencia y adaptado mensajes para resaltar la calidad y la tradición de Aguardiente Llanero.

Métricas de Éxito:

- Se viene observando un aumento en la visibilidad en los medios locales y estamos recibiendo retroalimentación positiva de la comunidad.

Eventos Comunitarios

Descripción:

Actualmente, estamos patrocinando y participando en eventos locales, ferias y festivales

para fortalecer la presencia de Aguardiente Llanero en la comunidad. Hemos destacado su relevancia en la cultura local.

Acciones Clave:

- Seguimos proporcionando muestras de Aguardiente Llanero en eventos, se ha lanzado promociones exclusivas y participamos activamente en actividades que resaltan su importancia en la comunidad local.

Métricas de Éxito:

- Se viene experimentado un incremento en el reconocimiento de la marca y estamos recibiendo retroalimentación positiva de los asistentes a los eventos.

Adaptación a Festividades Locales

Descripción:

Aguardiente Llanero ha establecido un compromiso sólido con las festividades del Departamento del Meta, donde la marca es patrocinadora oficial. Esta estrategia tiene como objetivo:

Acciones Clave:

- Reforzar el arraigo de Aguardiente Llanero con la cultura local, destacando su presencia en festividades emblemáticas y su papel en la promoción de las tradiciones llaneras.
- Posicionar la marca como parte integral de las celebraciones, resaltando su autenticidad y calidad en el contexto de eventos culturales y festivos.
- Proporcionar experiencias únicas a los asistentes a través de activaciones y muestras de producto en los eventos patrocinados.
- Aumentar la visibilidad y el reconocimiento de Aguardiente Llanero a nivel nacional e internacional, aprovechando la proyección de estas festividades.

Torneo Internacional del Joropo

Aguardiente Llanero es patrocinador oficial del Torneo Internacional del Joropo, un evento de gran relevancia cultural en la región. La estrategia busca:

- Fortalecer la relación de Aguardiente Llanero con las expresiones

culturales del Llano, en particular el joropo.

- Resaltar la calidad y autenticidad del producto, asociándolo con la excelencia artística y cultural que representa el joropo.
- Proporcionar experiencias exclusivas a los asistentes, como degustaciones y actividades relacionadas con la danza y la música llanera.
- Consolidar el posicionamiento de Aguardiente Llanero como un símbolo de la tradición llanera y su compromiso con la cultura regional.

Métricas de Éxito:

- Seguimos participando exitosamente en festividades locales y hemos observado un aumento en la demanda de Aguardiente Llanero durante estas celebraciones.

Expansión de Mercados

Descripción:

La entidad viene buscando oportunidades para expandir la presencia de Aguardiente Llanero en mercados locales y nacionales. Esto incluye la identificación de nuevos puntos de venta y canales de distribución.

Acciones Clave:

- Se vienen realizando estudios de mercado para identificar áreas de expansión. Hemos establecido acuerdos con nuevos puntos de venta y distribuidores.

Métricas de Éxito:

- Se observa un aumento en la presencia de Aguardiente Llanero en nuevos mercados y un aumento en las ventas.

Alianzas Estratégicas

Descripción:

Estamos explorando alianzas estratégicas con restaurantes, bares y eventos locales para promocionar Aguardiente Llanero como la bebida tradicional del Meta.

Acciones Clave:

- Se ha identificado socios potenciales para alianzas estratégicas y estamos creando acuerdos beneficiosos que promocionan Aguardiente Llanero.

Métricas de Éxito:

- Se viene experimentado un incremento en la presencia de Aguardiente Llanero en locales y eventos, y estamos recibiendo retroalimentación positiva de lossocios.

Estrategia de Patrocinio al Equipo de Club Llaneros

Aguardiente Llanero ha establecido un patrocinio oficial con el equipo de fútbol Llaneros de Villavicencio. Esta estrategia busca no solo fortalecer el vínculo con la comunidad local, sino también aprovechar la plataforma del fútbol para promocionarla marca. A través de este patrocinio, buscamos:

- Aumentar la visibilidad de Aguardiente Llanero en el ámbito deportivo, llegando a una audiencia diversa y apasionada por el fútbol.
- Generar una conexión emocional con los fanáticos del equipo, resaltando los valores de pasión, tradición y excelencia que comparte Aguardiente Llanero.
- Promocionar ofertas y promociones exclusivas en eventos deportivos para impulsar las ventas del producto.
- Contribuir al desarrollo y éxito del equipo Llaneros, reforzando el compromiso de Aguardiente Llanero con la comunidad local y el deporte regional.

El patrocinio del equipo de Club Llaneros es una estrategia clave para fortalecer nuestra presencia en la comunidad, destacar la marca en eventos deportivos y conectar con una audiencia apasionada por el deporte, alineándonos con los objetivos del Plan Estratégico y el Plan de Desarrollo "Hagamos Grande al Meta".

Aunque el uso de la publicidad no es un tema reciente ni novedoso, si es de gran ayuda para la ULM porque nos permite llegar hasta donde está nuestro público objetivo: los habituales y potenciales consumidores del Aguardiente Llanero, los comerciantes de licor y los empresarios que congregan público.

En todos los usos que se le asignen a la publicidad el objetivo siempre se guiará hacia algo en particular, en este caso, lograr formar una idea en la mente de los

consumidores sobre ese “algo” y hacer que ellos cambien su percepción hacia el lado deseado.

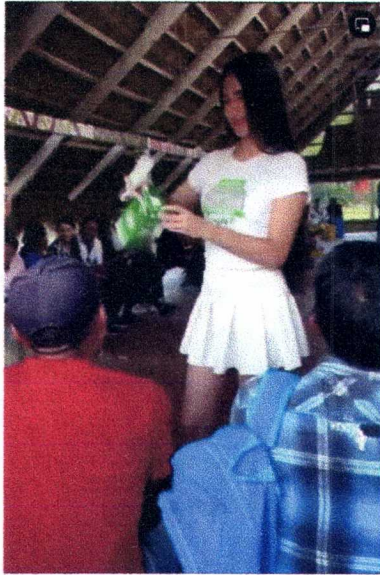
“La mente de los consumidores es un campo de batalla en donde las empresas utilizan la publicidad como su única arma para conquistar el terreno”.

Aunque la Unidad de Licores del Meta no cuenta con recursos económicos para invertir en publicidad, no dejó pasar esta oportunidad.

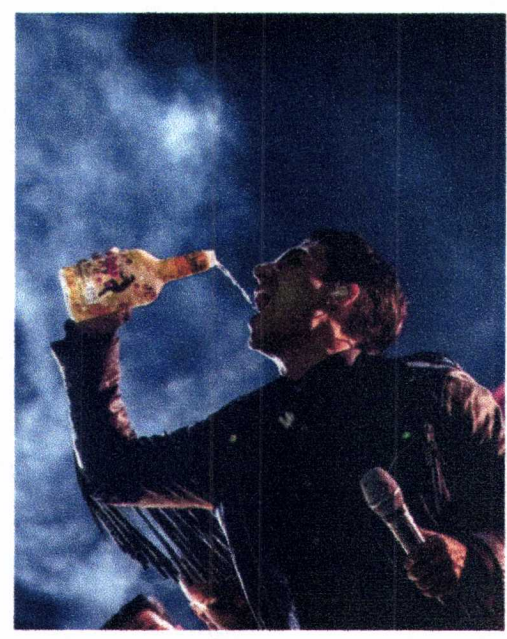
El equipo comercial de la ULM desarrolló la estrategia de “premiar” a los oyentes y acompañar los eventos que lideran las emisoras, para entregar suvenires con nuestro producto de degustación y obsequiarlos en nombre de Aguardiente Llanero y con esto, ganar el alto costo de este espacio publicitario para la marca.

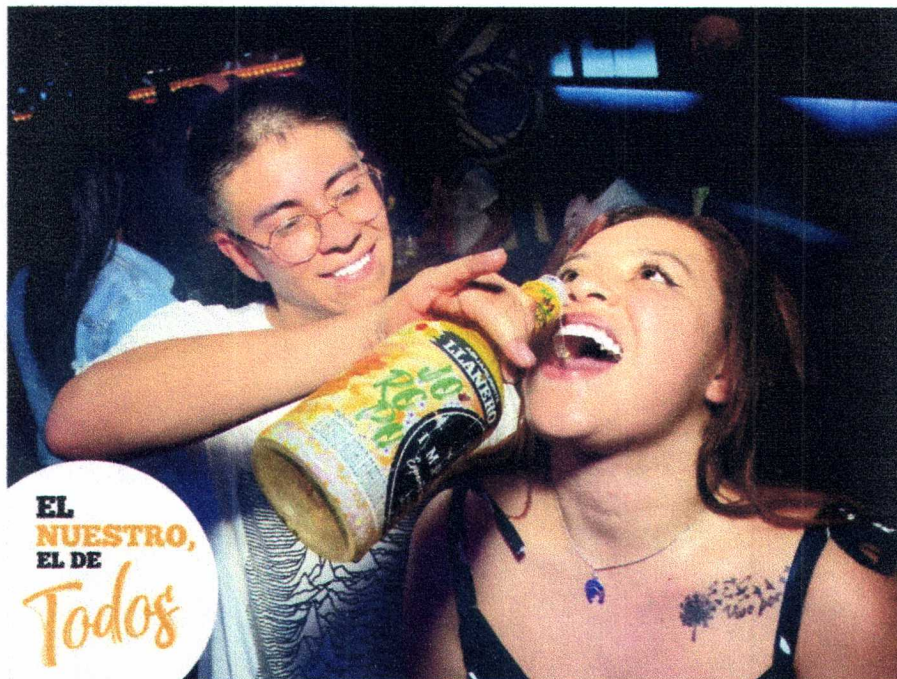
Un paquete publicitario podría estar entre 700 mil pesos y cuatro millones de pesos. La estrategia adoptada con la entrega del producto de degustación; La entrega de estos suvenires nos ha permitido sonar en la radio y a continuación algunos de los eventos que realizamos y acompañamos:







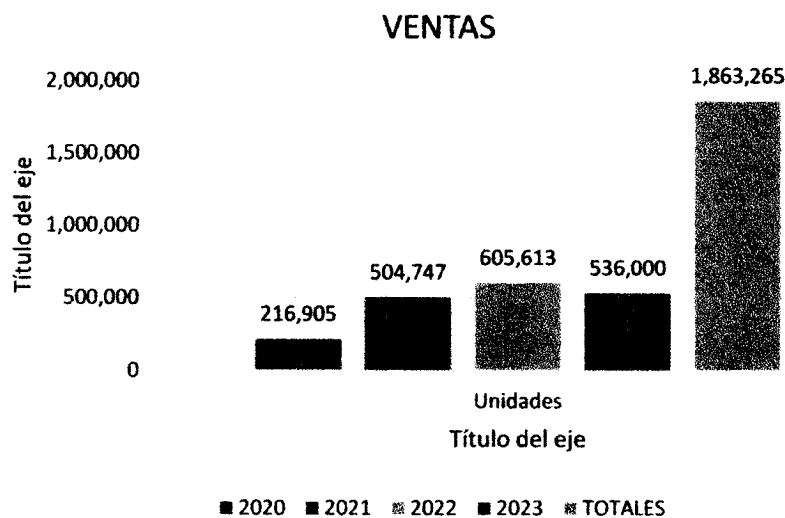




Ventas convertidas a 750cc

En el presente cuadro se evidencia la venta por unidades del producto "Aguardiente Llanero". De las vigencias 2020, 2021, 2022 y a 31 de diciembre de 2023 así:

Vigencia	Unidades
2020	216,905
2021	504,747
2022	605,613
2023	536.000



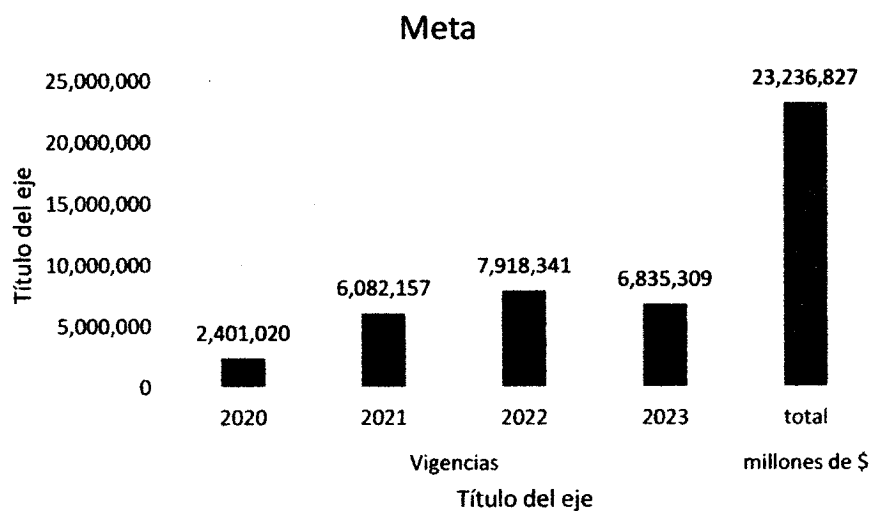
TRANSFERENCIAS DE IMPUESTO AL CONSUMO AL DEPARTAMENTO DEL META Y OTROS DEPARTAMENTOS

Impuesto al Consumo Departamento del Meta.

Se liquidó, y pagó el Impuesto al Consumo a los departamentos de Guaviare, Vichada, Vaupés, Guainía, Casanare, Cundinamarca, Arauca, Cesar y Meta de la vigencia 2020, 2021, 2022 y 2023 así:

Meta:

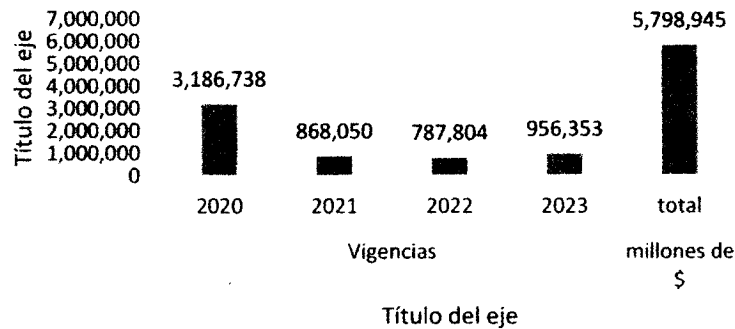
TRANSFERENCIA	Vigencias				millones de \$
	2020	2021	2022	2023	total
Meta	2.401.020	6.082.157	7.918.341	6.835.309	23.236.827



Otros Departamentos:

TRANSFERENCIA	Vigencias				millones de \$
	2020	2021	2022	2023	total
Otros Deptos.	3.186.738	868.050	787.804	956.353	5.798.945

Otros Deptos.



La Unidad de Licores del Meta obtuvo utilidades al cierre de la vigencia fiscal no se puede dar el dato exacto porque a la fecha la oficina de contabilidad no ha realizado el cierre de la vigencia.

PRODUCTO TERMINADO A 31 DE DICIEMBRE DE 2023

Presentacion	Total
Aguardiente Llanero 375 cc Meta	69
Aguardiente Llanero 750 con funda joropo	72.258
Aguardiente Llanero 750 con funda coleo	972
Aguardiente Llanero 750 Edic.1960	6.470
Aguardiente Llanero 500 cc Tetrapack	24.794
Aguardiente Llanero 1000 cc Tetrapack	19.517
Aguardiente Llanero 1750 cc	5.297
Aguardiente Llanero Ligero 375 cc	619
Aguardiente Llanero Ligero 750 cc	3.733
Aguardiente Llanero Ligero 1750 cc	11.985
Aguardiente Llanero Ligero 500 cc Tetrapack	24.795
Aguardiente Llanero Ligero 1000 cc Tetrapack	25.602
total reducidas a 750cc	217316

PRODUCTO DE INVENTARIO EN DEGUSTACION A 31 DE DICIEMBRE DE 2023:

degustacion	Total
Aguardiente Llanero 375 cc Meta	1.143
Aguardiente Llanero 750 con funda joropo	10.966
Aguardiente Llanero 750 cc	37
Aguardiente Llanero 1750 cc	6
Aguardiente Llanero 750 con funda coleo	21
Aguardiente Llanero 750 Otros departamentos	7
total reducidas a 750cc	11616

**INFORME PRODUCCIÓN Y GESTIÓN TÉCNICA
Vigencia 2022 y 2023
PRODUCCIÓN**

PRODUCTO EN LA INDUSTRIA DE LICORES DE CUNDINAMARCA

Se cuenta con el contrato número 07 de 2023 vigente con la Industria de Licores de Cundinamarca con las siguientes cantidades contratadas y por traer a la Unidad de Licores del Meta.

A 31 de diciembre del 2023

Producto en Cundinamarca sin contrato	Total
Aguardiente Llanero Ligero 375 cc	79
Aguardiente Llanero 750 con funda joropo	58522
Aguardiente Llanero 750 con funda coleo	10
Aguardiente Llanero 500 cc Tetrapack	13885
Aguardiente Llanero Ligero 1000 cc Tetrapack	276
Aguardiente Llanero Ligero 500 cc Tetrapack	552
Aguardiente Llanero 1000 cc Tetrapack	3240
total reducidas a 750cc	72884

Los proyectos llevados a cabo durante el periodo comprendido de 2022 a 2023 son:

AÑO	PROYECTOS
2021	Se realiza lanzamiento de producto Aguardiente llanero liguero 24 ^a en las presentaciones comerciales 375 cc, 500 cc, .750cc, 1000 cc y 1750cc Se lanza Full body Joropo. Se aprueba por INVIMA full Body llaneros futbol club Se inicia desarrollo full Body ruta atardecer llanero
2022	Se inicia desarrollo full Body Cañón del Rio Guejar. Se realiza renovación del registro sanitario y de marca del Ron San Martin 12 Años.
2023	Se realiza solicitud de renovación de registro sanitario del Aguardiente llanero tapa azul 27 ^o

(En millones de \$)

RELACION DE INCENTIVO PENDIENTE POR ENTREGAR AÑO 2022

distribuidores	cantidad en cajas	valor de impoconsumo 750 cc
LA NIEVE	225	41,915
DISMASIVOS	145	27,012
RINVAL	159	29,62
RAFAEL CORONADO	66	12,295
total	595	110,842

Nota: el incentivo que se adeuda es de la vigencia 2022, y a la fecha no ha sido pagado en atención a que no se contaban con las cantidades disponibles, a la fecha ya se encuentra en bodega listo a ser entregado.

2. SITUACIÓN DE LOS RECURSOS:

A. Recursos Financiero

Vigencia 2022

(En millones de \$)

Nº.	CONCEPTO	VALOR
VIGENCIA FISCAL AÑO 2022 COMPRENDIDA ENTRE EL DÍA 01 DEL MES 01 Y EL DÍA 31 DEL MES 12		
1	ACTIVO TOTAL	4.893.152
2	• Corriente	4.732.011
3	• No corriente	161.141
4	PASIVO TOTAL	1.829.426
5	• Corriente	1.829.426
6	• No corriente	
7	PATRIMONIO	3.063.726
8	Ingresos operacionales	9.199.090
9	Gastos operacionales	4.009.079
10	Costo de venta y operación	3.313.780
11	RESULTADO OPERACIONAL	1.876.231
12	Ingresos extraordinarios	134.880
13	Gastos extraordinarios	41.295
14	RESULTADO NO OPERACIONAL	1.969.816
15	RESULTADO NETO	1.969.816

Vigencia 2023

(En millones de \$)

Nº	CONCEPTO	VALOR
VIGENCIA FISCAL AÑO 2022 COMPRENDIDA ENTRE EL DÍA 01 DEL MES 01 Y EL DÍA 30 DEL MES 09		
1	ACTIVO TOTAL	2.051.895
2	• Corriente	1.702.120
3	• No corriente	349.775
4	PASIVO TOTAL	1.532.927
5	• Corriente	1.532.927
6	• No corriente	
7	PATRIMONIO	518.968
8	Ingresos operacionales	3.024.690
9	Gastos operacionales	2.365.576
10	Costo de venta y operación	1.261.989
11	RESULTADO OPERACIONAL	-602.875
12	Ingresos extraordinarios	158.375
13	Gastos extraordinarios	18.334
14	RESULTADO NO OPERACIONAL	-462.834
15	RESULTADO NETO	-462.834

B. Bienes Muebles e Inmuebles:

Vigencia 2022

(En millones de \$)

CONCEPTO	VALOR
VIGENCIA FISCAL AÑO 2022 COMPRENDIDA ENTRE EL DÍA 01 DEL MES 01 Y EL DÍA 31 DEL MES 12	
TERRENOS	0
EDIFICACIONES	0
CONSTRUCCIONES EN CURSO	0
MAQUINARIA Y EQUIPO	295.117
EQUIPO DE TRANSPORTE, TRACCIÓN Y ELEVACIÓN	297.456
EQUIPOS DE COMUNICACIÓN Y COMPUTACIÓN	248.038
MUEBLES, ENSERES Y EQUIPOS DE OFICINA	666.402
BIENES MUEBLES EN BODEGA	49.653
REDES, LÍNEAS Y CABLES	0
PLANTAS, DUCTOS Y TÚNELES	0
OTROS CONCEPTOS	0

Vigencia 2023 (en millones de pesos)

CONCEPTO	VALOR
VIGENCIA FISCAL AÑO 2023 COMPRENDIDA ENTRE EL DÍA 01 DEL MES 01 Y EL DÍA 30 DEL MES 09	
TERRENOS	0
EDIFICACIONES	0
CONSTRUCCIONES EN CURSO	0
MAQUINARIA Y EQUIPO	295.117
EQUIPO DE TRANSPORTE, TRACCIÓN Y ELEVACIÓN	198.733
EQUIPOS DE COMUNICACIÓN Y COMPUTACIÓN	236.351
MUEBLES, ENSERES Y EQUIPOS DE OFICINA	736.258
BIENES MUEBLES EN BODEGA	0
REDES, LÍNEAS Y CABLES	0
PLANTAS, DUCTOS Y TÚNELES	0
OTROS CONCEPTOS	0

La información para diligenciar este formato surge de los datos que la contabilidad reporte en las cuentas identificadas con el código 16 que registra la propiedad planta y equipo del ente territorial.

3. PLANTA DE PERSONAL:

La Unidad de Licores del Meta cuenta con la siguiente planta de personal a la fecha (31 de diciembre de 2023)

CONCEPTO	TOTAL, NÚMERO DE CARGOS DE LA PLANTA	NÚMERO DE CARGOS PROVISTOS	NÚMERO DE CARGOS VACANTES
CARGOS DE LIBRE NOMBRAMIENTO Y REMOCIÓN			
. - A LA FECHA DE INICIO DE LA GESTIÓN	5	5	0
. - A LA FECHA DE CORTE	5	5	0
VARIACIÓN PORCENTUAL	35.71%	35.71%	0%
CARGOS DE CARRERA ADMINISTRATIVA			
. - A LA FECHA DE INICIO DE LA GESTIÓN	2	2	0
. - A LA FECHA DE CORTE	2	2	0
VARIACIÓN PORCENTUAL	14.28%	14.28%	0%

4. EJECUCIONES PRESUPUESTALES:

Vigencia 2022

(En millones de \$)

N°	CONCEPTO DEL INGRESO	INGRESOS		
		VALOR PRESUPUESTADO	VALOR RECAUDADO	PORCENTAJE DE RECAUDO
VIGENCIA FISCAL AÑO 2022 COMPRENDIDA ENTRE EL DÍA 01 DEL MES 01 Y EL DÍA 31 DEL MES 12				
1	APORTES DE LA NACIÓN	0	0	0%
2	RECURSOS PROPIOS	10.166.513	8.869.277	87%
3	OTROS CONCEPTOS	0	0	0

Vigencia 2023 a 31 de diciembre

(En millones de pesos)

N°	CONCEPTO DEL INGRESO	INGRESOS		PORCENTAJE DE RECAUDO
		VALOR PRESUPUESTADO	VALOR RECAUDADO	
VIGENCIA FISCAL AÑO 2020 COMPRENDIDA ENTRE EL DÍA 01 DEL MES 01 Y EL DÍA 31 DEL MES 12				
1	APORTES DE LA NACIÓN	0	0	0%
2	RECURSOS PROPIOS	8.602.745	6.708.628	78%
3	OTROS CONCEPTOS	0	0	0

Ejecución presupuestal de gastos vigencias 2022 y a 31 de octubre de 2023.

Vigencia 2022

(En millones de \$)

GASTOS				
No.	CONCEPTO DEL GASTO	VALOR PRESUPUESTADO	VALOR EJECUTADO	PORCENTAJE DE EJECUCIÓN
1	VIGENCIA FISCAL AÑO 2022 COMPRENDIDA ENTRE EL DÍA 01 DEL MES 01 Y EL DÍA 31 DEL MES 12			
2	FUNCIONAMIENTO	4.894.990	1.309.440	13%
3	GASTOS DE OPERACION	5.271.522	4.992.638	49%
4	OTROS CONCEPTOS	NA	NA	NA

Vigencia 2023 a 31 de diciembre

(En millones de \$)

GASTOS				
No.	CONCEPTO DEL GASTO	VALOR PRESUPUESTADO	VALOR EJECUTADO	PORCENTAJE DE EJECUCIÓN
1	VIGENCIA FISCAL AÑO 2023 COMPRENDIDA ENTRE EL DÍA 01 DEL MES 01 Y EL DÍA 31 DEL MES 10			
2	FUNCIONAMIENTO	4.071.667	3.107.631	76%
3	GASTOS DE OPERACION	4.732.728	3.689.811	78%
4	OTROS CONCEPTOS	NA	NA	NA

ESTADO DE TESORERIA		
N. DE CUENTA	DENOMINACION	SALDO
364132001	Producto cuenta de ahorro	727.558.827
364132019	impuesto cuenta de ahorros	3.443.071.358
364370841	producto cuenta corriente	25.954.199
364370858	impuesto cuenta corriente	2.298.123
total		4.198.882.507

5. CONTRATACIÓN:

A continuación, se relaciona los contratos de las vigencias 2022 y a 31 de diciembre de 2023.

Vigencia 2022

(En millones de \$)

MODALIDAD DE CONTRATACIÓN	OBJETOS CONTRACTUALES	NÚMERO DE CONTRATOS EN PROCESO	NÚMERO DE CONTRATOS EJECUTADOS	VALOR TOTAL
VIGENCIA FISCAL AÑO 2022 COMPRENDIDA ENTRE EL DÍA 01 DEL MES 01 Y EL DÍA 31 DEL MES 12				
CONTRATACIÓN DIRECTA	Prestación de Servicios	46	46	3.995.459
	Contrato de Obra	1	1	44.999
	Interventoría	1	1	8.904
	Contrato de Suministro	2	2	105.000
	Contrato Interadministrativo	2	2	135.802
	Total	52	52	4.290.164

Vigencia 2023 a 31 diciembre

(En millones de \$)

MODALIDAD DE CONTRATACIÓN	OBJETOS CONTRACTUALES	NÚMERO DE CONTRATOS EN PROCESO	NÚMERO DE CONTRATOS EJECUTADOS	VALOR TOTAL
VIGENCIA FISCAL AÑO 2023 COMPRENDIDA ENTRE EL DÍA 01 DEL MES 01 Y EL DÍA 31 DEL MES 12				

CONTRATACIÓN DIRECTA	Prestación de Servicios	41	41	1.543.352
	Contrato Interadministrativo	1	1	2.998.329
	Mantenimiento	2	2	45.511
	Transporte	1	1	150.000
	Suministro	3	3	253.605
	Alquiler	2	2	110.000
	Enajenación	1	1	201.650
	Total	51	51	5.302.447

6. REGLAMENTOS Y MANUALES:

La Unidad de Licores del Meta, cuenta con los siguientes reglamentos internos y/o manuales de funciones y procedimientos vigentes en la entidad que a continuación relaciono. Anexo lo mencionado en los entregables por medio magnético.

DENOMINACIÓN DEL REGLAMENTO Y/O MANUAL	DESCRIPCIÓN	MECANISMO DE ADOPCIÓN Y VIGENCIA	N° DE ACTO ADMINISTRATIVO DE ADOPCIÓN	FECHA DE ADOPCIÓN O VIGENCIA
VIGENCIA FISCAL AÑO 2020 COMPRENDIDA ENTRE EL DÍA 01 DEL MES 01 Y EL DÍA 31 DEL MES 12				
Manual de Contratación	Contiene las normas y requisitos de la contratación en la entidad.	<i>Acuerdo</i>	02	17/01/2023
Manual de Almacén	Contiene los objetivos, procedimientos y requisitos del almacén.	<i>Resolución</i>	122	14/09/2023

Reglamento Interno de Trabajo	Contiene objeto, finalidad, principios y requisitos.	<i>Resolución</i>	185	31/12/2023
Reglamento de Comisión de Personal	Contiene las funciones e impedimentos y recusaciones o conflictos de interés.	<i>Resolución</i>	130	29/09/2023
Manual de Funciones	Contiene manual específico de funciones y competencias laborales	<i>Resolución</i>	47	13/04/2023

7. RECOMENDACIONES GENERALES

La Gerencia saliente de La Unidad de Licores del Meta, recomienda lo siguiente:

- Se hizo registro de los cargos provisionales en la plataforma SIMO de los seis (6) cargos de la entidad de igual forma se expidió el CDP para el inicio del concurso de méritos de acuerdo con el oficio de solicitud de la CNSC, por lo tanto, se recomienda para la vigencia 2024 expedir nuevamente el CDP, porque a 31 de diciembre de 2023 este CDP se debe liberar. (se le hace entrega de informe del concurso de méritos).
- El comodato que vencía a 31 de diciembre de 2023, se renovó nuevamente por cinco años con la Gobernación del Meta y la Unidad de Licores del Meta se solicita realizar un nuevo Comodato.
- Se realizó un estudio de rediseño institucional en, el cual se recomienda que se haga un análisis y se estudie la posibilidad de eliminar el cargo de Asesor de Producción, Comercialización, Distribución y Venta y se cree el cargo de Planeación y el abogado que es necesario para la contratación y procesos disciplinarios, de igual forma se necesita un técnico en sistemas y el técnico administrativo que está adscrito a la Subdirección Comercial se cambie su denominación por técnico operativo.

- Se tiene contrato de vigilancia en el turno de día hasta el 31 de diciembre de 2023, el turno nocturno lo está pagando la Gobernación de Meta, por lo tanto, en el mes de enero se debe realizar la contratación de la misma, de igual forma la persona que realiza el aseo a las oficinas.
- Se recomienda dar contestación a la solicitud de la Fiscalía 43 Seccional Unidad de Fe Publica Patrimonio Económico y otros donde se adelanta el proceso del asunto por los delitos de CORRUPCION DE ALIMENTOS, PRODUCTOS MEDICOS O MATERIAL PROFILACTICO ART. 372 C.P, EJERCICIO ILICITO DE ACTIVIDAD MONOPOLISTICA DE ARBITRIO RENTISTICO ART. 312 C.P, IMITACION O SIMULACION DE ALIMENTOS, PRODUCTOS O SUSTANCIAS ART. 373 C.P y USURPACION DE DERECHOS DE PROPIEDAD INDUSTRIAL Y DERECHOS DE OBTENTORES DE VARIEDADES VEGETALES ART. 306 C.P, por hechos donde existía una red delincencial dedicada a la fabricación y comercialización del licor adulterado (AGUARDIENTE LLANERO, AGUARDIENTE ANTIOQUEÑO, RON VIEJO DE CALDAS y WHISKY) en pequeñas y grandes cantidades, por lo que solicita se informe si ustedes como unidad administrativa especial del comercio de Licores del Meta, se harán parte como víctimas en el presente proceso y por ende, si delegaran a un representante para las futuras audiencias que se desarrollen dentro del Juicio. Se dio respuesta donde la Unidad de Licores del Meta se hará parte como víctima.
- Se recomienda que para el año 2024 sea considerado la contratación de mínimo 500 cajas de producto tipo exportación en los contratos de maquila para así poder contar con producto según las especificaciones a donde se concrete negociaciones de exportación.
- Se recomienda un elemento de seguridad en la botella que distinga nuestro producto del licor adulterado en el mercado y que le dé herramientas a quienes ejercen el control, se sugiere un sello de seguridad o un holograma que le da trazabilidad al producto.
- Por motivos de tiempo (finalización del año) y de falta de recursos que solo ingresaron la última semana de diciembre de 2023 (con ocasión de la venta de aguardiente a la empresa TM) no se alcanzó a entregarse el producto de degustación que reportó la Subgerencia Comercial y que se les adeuda a algunos aliados comerciales de anteriores vigencias por lo que se

- recomienda ponerse al día con esta obligación. Nota (ese producto de degustación ya se encuentra disponible en la bodega de la ULM).
- Seguir realizando siembra del producto tetra Pak destinado a eventos masivos como ferias, conciertos con el objeto de dar mayor rotación.
 - Impulsar y maquilar el Aguardiente 1960 como quiera que ha tenido buena aceptación en el mercado y su demanda es creciente.
 - Se dejan en bodegas suficiente producto comercial para atender el mercado en esta vigencia 2024 (217.316 botellas convertidas a 750) y de degustación (11.616 botellas convertidas a 750) por lo que se recomienda no realizar contratos de maquila hasta rotar y agotar estos inventarios lo que sería de gran alivio para la ULM al no tener que incurrir en este gasto, se recomienda que se maquile ya con nueva botella, nuevos diseños y dándole color al líquido.
 - Revisar la capacidad financiera y logística de un buen aliado dedicado exclusivamente a la venta de licores que le compre producto a la ULM de manera permanente para tener flujo de caja y cumplir con las obligaciones de la Unidad.
 - Seguir en la búsqueda jurídica para el cierre de frontera ya que la marca se está viendo amenazada por la competencia agresiva con la entrega al parecer de incentivos como producto o artistas nacionales por parte de Aguardiente foráneos más exactamente amarillo y antioqueño, así como 13 aguardiente más que están autorizados para su introducción en el mercado por la oficina de rentas de la Secretaria de Hacienda del Departamento.
 - Oficiar a la superintendencia de industria y comercio pidiendo la protección de marca Como quiera que Aguardiente Llanero, está siendo atacado comercialmente en los bares y sitios de consumo con promociones e incentivos que buscan desestimular su consumo, o de lo contrario buscar un aliado comercial fuerte con un brazo financiero que permita entrar a competir con estas marcas foráneas.

- La transformación de la ULM para que pase de ser una Unidad Administrativa a una Empresa Industrial y Comercial del Estado, lo que representa más autonomía para adoptar decisiones comerciales más ágiles en el mercado y así pueda ser más competitiva en las industrias de los Aguardientes.
- **Se recomienda de manera URGENTE La innovación del producto en sabores, colores, envase y etiqueta que el mercado esta demandando aguardientes con menores grados de alcohol (de 29 a 24 grados), y con colores, botellas e imágenes mas modernas con historia del producto para vivir una experiencia mas visual a la hora de consumirlo.**
- Se recomienda retirar el “empijamado” o “termoencogido” no solo porque eleva los costos de producción si no porque a los clientes no les genera confianza no poder observar el líquido en el envase, se recomienda remplazar por un colorante que haga alusión a los colores del llano.
- Se recomienda a la hora de realizar los contratos de maquilar mantener o incrementar en los contratos el porcentaje que dan los productores por concepto de licor de degustación por que este producto permite el impulso de la marca máxime si se tiene en cuenta que la competencia al parecer si entrega mucho incentivo a su universo de clientes de no contar con él es muy difícil competirle perdiendo clientes en el mercado lo que conlleva a una baja rotación del producto.
- Se recomienda seguir patrocinando al equipo de la media Colombia “LLANEROS FC”, toda vez que al portar nuestra marca en la parte de adelante de la camiseta nos hace muy visibles tanto en el estadio como en las transmisiones en televisión nacional, radio y redes sociales.
- Se destaca la apertura en el Departamento del Cesar (este año se puede vender libremente aguardiente llanero en el festival vallenato) y en las fiestas del hermano departamento de Arauca.
- Se recomienda extremo cuidado con “los acuerdos comerciales” que gozan de confidencialidad de acuerdo a su cláusula séptima con la cláusula séptima, por tanto, a modo de recomendación los mismos no podrán ser de conocimiento público o de terceros, y evitar así que la competencia conozca las condiciones pactadas con nuestros clientes impidiendo que de esta manera se los lleven con propuestas por encima de lo allí pactado.

- Se recomienda realizar los mantenimientos preventivos al vehículo que se adquirió nuevo para la gerencia y que se encuentra con tan solo 5.000 km y en perfectas condiciones.
- Se recomienda un trato directo con los Alcaldes Municipales para poder tener espacios de activación de marca en cada una de las ferias y fiestas que se celebran en el departamento y el país.
- En el presente cuadro se evidencia la venta por unidades del producto "Aguardiente Llanero". De las vigencias 2020, 2021, 2022 y a 31 de diciembre de 2023, de lo cual se puede colegir que hay un mayor incremento de ventas en las dos últimas vigencias (2022-2023) en comparación con las iniciales lo que denota crecimiento, por lo que se recomienda seguir con esta dinámica y no caer de las 500 mil botellas año.

Vigencia	Unidades
2020	216.905
2021	504.747
2022	605,613
2023	536.000



DIEGO MEYER ARTUNDUAGA
NOMBRE Y FIRMA
FUNCIONARIO RESPONSABLE