GOBERNACIÓN DEL META

**Adriana Rey Cristancho <secretariaulm@meta.gov.co>**

# INFORME DE GESTION PRIMER SEMESTRE 2026 UNIDAD DE LICORES DEL META

**Adriana Rey Cristancho** <secretariaulm@meta.gov.co> 30 de julio de 2026 a las 11:13
Para: asambleadelmeta@hotmail.com




**ADRIANA REY CRISTANCHO**
**Secretaria de Gerencia**
**Unidad de Licores del Meta**

**INFORME GESTION PRIMER SESEMTRE 2026 ASAMBLEA.pdf**
5438K

Villavicencio, 29 de julio de 2026
ULMG.100-109-26

Asamblea Departamental del Meta
**ASAMBLEA DEPARTAMENTAL DEL META**
Secretaria General
**RECIBIDO**
Fecha: 30-07/2026 Folios 16 + 12
Hora: 11:18 AM Por Stella R

Doctor
**JORGE PARRADO**
Secretario General
Asamblea Departamental

ASUNTO: Informe de Gestión Primer Semestre 2026.

Cordial Saludo.

Adjunto a la presente hago entrega de 12 sobre de 16 folios cada uno y 1 CD´S del Informe de Gestión Primer semestre del 2026, de la Unidad de Licores del Meta.

Cordialmente,

**WILINTONG ORTIZ ARIAS**
Gerente (E)
Unidad de Licores del Meta

Elaboro: Adriana Rey-Secretaria

29 DE JULIO DE 2026

# INFORME DE GESTION PRIMER SEMESTRE 2026

## UNIDAD DE LICORES DEL META

WILINTONG ORTIZ ARIAS
GERENTE (E)

# 1. INTRODUCCIÓN

El presente Informe de Gestión tiene como propósito presentar las actividades desarrolladas, los logros alcanzados y los desafíos enfrentados por la Unidad de Licores del Meta (ULM) durante el primer semestre de la vigencia 2026.

Este informe expone un panorama de la situación financiera, comercial y operativa de la entidad, evidenciando las acciones implementadas para garantizar su funcionamiento y fortalecer la gestión institucional en un contexto de importantes retos económicos. Así mismo, se presentan las estrategias adelantadas para la gestión financiera de la ULM y el fortalecimiento del posicionamiento de la marca Aguardiente Llanero, con el propósito de mantener su presencia en el mercado, incrementar las ventas y trazar caminos de sostenibilidad financiera.

Este documento constituye también una herramienta de seguimiento y evaluación que permite identificar oportunidades de mejora y orientar la toma de decisiones en torno a la marca Aguardiente Llanero.

# 2. CONTEXTO DE LA UNIDAD DE LICORES DEL META

La ULM, encargada de la producción y comercialización de la línea de productos Aguardiente Llanero, se ha caracterizado a lo largo de su historia por ofrecer a los consumidores productos de alta calidad, garantizando el cumplimiento de los estándares de salubridad e inocuidad en cada uno de sus procesos.

En la historia de la marca Aguardiente Llanero se ha logrado consolidar presencia en diferentes mercados del país, llevando a las vitrinas nacionales un producto que representa la identidad, las tradiciones y el patrimonio cultural de la región de la Orinoquía colombiana. De igual manera, la ULM desempeña un papel frente a la generación de recursos provenientes del impuesto al consumo, principalmente, los cuales fortalecen la financiación del sistema de salud.

No obstante, es importante reconocer que el panorama enfrentado por la ULM durante los últimos años ha representado importantes desafíos para su sostenibilidad. Los cambios en la normatividad que regula el mercado de bebidas alcohólicas, la ampliación de las posibilidades de ingreso de licores importados al país y la expedición de nuevos permisos para la comercialización de estos productos han transformado significativamente el entorno competitivo.

A este escenario se suma la creciente presencia de actores del mercado con una alta capacidad financiera, que destinan importantes recursos a estrategias de mercadeo, publicidad y posicionamiento de marca, generando condiciones de competencia cada vez más exigentes para las licoreras departamentales.

Como consecuencia de este contexto, la ULM ha experimentado una disminución significativa en la participación de mercado y en el volumen de ventas de Aguardiente Llanero, situación que ha impactado de manera directa sus ingresos y ha obligado a la entidad a replantear sus estrategias comerciales y financieras con el propósito de recuperar el posicionamiento de la marca y garantizar su sostenibilidad.

## 3. OBJETIVO

Presentar las actividades desarrolladas, los resultados obtenidos y los principales logros alcanzados por la ULM durante el primer semestre de la vigencia 2026, evidenciando la gestión administrativa, financiera, comercial y operativa adelantada para fortalecer la sostenibilidad de la entidad.

## 4. GESTIÓN ENTRE ENERO A JUNIO 2026

Con la llegada del doctor Wilintong Ortiz Arias, como encargado de la Gerencia de la ULM, se da continuidad a un proceso de organización administrativa, financiera y comercial, orientado a fortalecer el posicionamiento de marca y la generación de ingresos, optimizar la estructura de costos y gastos, mejorar la rotación de inventarios y fortalecer el flujo de caja, en un entorno caracterizado por una mayor diversidad de la oferta, dominado por marcas con cobertura nacional e internacional que cuentan con una capacidad de inversión significativamente superior en mercadeo, posicionamiento y distribución. Esta capacidad de los competidores les ha permitido captar agresivamente participación en el mercado nacional y local, agudizando las limitaciones estructurales de la ULM para competir en las mismas condiciones.

En este contexto, durante el primer semestre de 2026 se diseñaron e implementaron diversas estrategias encaminadas a atender las obligaciones económicas derivadas del funcionamiento de la entidad, priorizando el cumplimiento de los compromisos con proveedores y aliados estratégicos indispensables para garantizar la continuidad de la operación.

De igual manera, se adelantaron mesas de trabajo y procesos de negociación con proveedores y empresas maquiladoras, logrando establecer acuerdos de pago que permitieron buscar alternativas para el cumplimiento de las obligaciones contractuales derivadas de los contratos, fortalecer las relaciones comerciales y asegurar el suministro de bienes y servicios y de esta forma prevenir el daño antijurídico con la radicación de demandas por parte de los acreedores y eventuales condenas en contra de la Unidad.

Paralelamente, la administración implementó mecanismos de control y optimización de los recursos disponibles, priorizando el gasto, fortaleciendo la gestión comercial y promoviendo acciones encaminadas a recuperar la confianza de los diferentes actores del mercado, con el propósito de mejorar la generación de ingresos de la entidad.

## 4.1 Gestión Administrativa

- El 11 de marzo de 2026 se atendió visita de inspección del producto para la verificación del cumplimiento de los requisitos metrológicos, de acuerdo con lo establecido en el Numeral 4.7 de la Resolución 32209 de 2020, se realizaron las pruebas de laboratorio al producto seleccionado aleatoriamente y el 27/03/2026 se recibió comunicación de la SIC con la conclusión "Producto CONFORME".

- Durante el mes de marzo de 2026, la ULM atendió la auditoría realizada por la Gerencia de Rentas de la Secretaría de Hacienda de la Gobernación del Meta correspondiente a los períodos comprendidos entre abril y diciembre de 2023 y las vigencias 2024 y 2025. A la fecha de corte del presente informe no se ha emitido el informe final de auditoría.

- En relación con el proceso de selección adelantado por la Comisión Nacional del Servicio Civil (CNSC) en el marco de lo dispuesto en la Resolución No. 13267 del 7 de julio de 2024, desde la Gerencia de la ULM, sin desconocer la importancia de proveer los empleos de carrera administrativa mediante al mérito, se libra comunicación de fecha 30 de junio de 2026 por medio de la cual se reiteró oficio previamente radicado en el sentido de solicitar la suspensión del concurso de méritos en atención a la situación financiera que afronta la unidad, dado que este escenario genera el pago de valores importantes en favor de la CNSC.

- Se está realizando proceso de depuración de inventarios de bienes muebles, mediante la baja de 518 elementos que, por su estado, obsolescencia o falta de utilidad, no cumplían las condiciones para continuar formando parte del inventario de la entidad. Esta depuración representó un valor total de $2.781.672, contribuyendo a la actualización y depuración de los registros de inventarios y al fortalecimiento del control sobre los bienes de la Unidad de Licores del Meta.

## 4.2 Gestión Financiera

### 4.2.1 Gestión Presupuestal a 30 de junio 2026

| INGRESOS | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **N°** | **CONCEPTO DEL INGRESO** | **VALOR PRESUPUESTADO** | **VALOR RECAUDADO** | **PORCENTAJE DE RECAUDO** |
| 1 | APORTES DE LA NACIÓN | 0 | 0 | 0% |
| 2 | RECURSOS PROPIOS | 4.006.372.500 | 473.310.839 | 11.81% |
| | **TOTAL** | **4.006.372.500** | **473.310.839** | **11.81%** |

A la fecha, se ha recaudado un total de $473.310.839, equivalente al 11,81% del presupuesto de ingresos proyectado para la vigencia. Este comportamiento refleja un nivel de recaudo bajo frente a la meta anual, situación que está asociada principalmente al volumen de ventas alcanzado durante el período y al comportamiento del mercado de licores.

| GASTOS | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **No.** | **CONCEPTO DEL GASTO** | **VALOR PRESUPUESTADO** | **VALOR COMPROMETIDO** | **PORCENTAJE DE EJECUCIÓN** |
| 1 | FUNCIONAMIENTO | 2.234.308.583 | 688.176.152 | 30.8% |
| 2 | GASTOS DE OPERACIÓN | 1.772.063.917 | 1.486.978.682 | 83.9% |
| 3 | OTROS CONCEPTOS | 0 | 0 | 0 |
| | **TOTAL** | **4.006.372.500** | **2.175.154.834** | **54.29%** |

Al período evaluado, la ULM registra una ejecución presupuestal de gastos por $2.175.154.834, equivalente al 54,29% del presupuesto definitivo aprobado para la vigencia.

Los gastos de operación presentan el mayor nivel de ejecución, alcanzando $1.486.978.682, que representan el 83,9% de los recursos apropiados para este concepto. Este comportamiento evidencia que la mayor parte de los recursos comprometidos se ha destinado a garantizar la operación y el desarrollo de las actividades misionales de la entidad, debido a que se tiene en ejecución el contrato de maquila 021 del 2024, con la Industria de Licores de Cundinamarca.

Por su parte, los gastos de funcionamiento registran compromisos por $688.176.152, equivalentes al 30,8% del presupuesto asignado. Esta ejecución moderada obedece, principalmente, a que durante el primer semestre de la vigencia la planta de personal no estuvo provista en su totalidad, especialmente en los cargos directivos, lo que generó una menor ejecución de los recursos destinados al pago de salarios y prestaciones sociales. Adicionalmente, los gastos generales se mantuvieron restringidos como medida de austeridad, en consideración al comportamiento de los ingresos recaudados durante el período, priorizando únicamente las erogaciones indispensables para garantizar la continuidad de la operación de la entidad. En términos generales, la ejecución presupuestal muestra un avance del 54,29%, con una mayor concentración del gasto en la operación de la entidad, lo que resulta coherente con la necesidad de asegurar la continuidad de los procesos productivos y comerciales, mientras se mantiene un control sobre los gastos de funcionamiento.

### 4.2.2 Estado Situación Financiera a 30 de junio del 2026.

**(En millones de $)**

| N° | CONCEPTO | VALOR | |
|---|---|---|---|
| | | JUNIO 2026 | JUNIO 2025 |
| 1 | ACTIVO TOTAL | **1.087.554** | **2.101.761** |
| 2 | · Corriente | 911.401 | 1.440.456 |
| 3 | · No corriente | 176.152 | 661.305 |
| 4 | PASIVO TOTAL | **1.724.075** | **1.720.338** |
| 5 | · Corriente | 1.724.075 | 1.720.338 |
| 6 | · No corriente | 0 | 0 |
| 7 | PATRIMONIO | **- 636.521** | **381.423** |
| 8 | Ingresos operacionales | 473.311 | 682.891 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 9 | Gastos operacionales | 548.678 | 657.313 |
| 10 | Costo de venta y operación | 169.930 | 280.577 |
| 11 | RESULTADO OPERACIONAL | - **245.297** | **-254.999** |
| 12 | Ingresos extraordinarios | 23 | 48 |
| 13 | Gastos extraordinarios | | |
| 14 | RESULTADO NO OPERACIONAL | **23** | **48** |
| 15 | RESULTADO NETO | - **245.274** | **-254.951** |

***Valores sujetos a cambios en revisión.**

Al cierre de junio de 2026, la entidad presenta una disminución del activo total del 48,3 %, al pasar de $2.101.761 millones en junio de 2025 a $1.087.554 millones, evidenciando una reducción significativa de los recursos disponibles. Esta variación se concentra principalmente en los activos no corrientes, que disminuyen de $661.305 millones a $176.152 millones (-73,4 %) esta disminución obedece a la actualización de los inventarios de propiedad planta y equipo de la ULM, mientras que los activos corrientes se reducen en 36,7 %, pasando de $1.440.456.000 a $911.401.000.

El pasivo total se mantiene prácticamente estable, con un incremento marginal del 0,2 %, al pasar de $1.720.338 a $1.724.075, concentrado en su totalidad en obligaciones de corto plazo. Esta situación refleja que la entidad continúa financiando su operación principalmente con pasivos corrientes.

Como consecuencia de la disminución de los activos y el mantenimiento del nivel de endeudamiento, el patrimonio registra un deterioro, pasando de un saldo positivo de $381.423 millones en junio de 2025 a un patrimonio negativo de $636.521 millones en junio de 2026, situación que evidencia una pérdida significativa de la solidez financiera de la entidad.

En cuanto a los resultados operacionales, los ingresos operacionales disminuyeron un 30,7 %, al pasar de $682.891 millones a $473.31.000, reflejando una menor actividad comercial. Aunque los costos de venta y operación presentan una reducción del 39,4 % y los gastos operacionales disminuyen un 16,5 %, estas reducciones no compensan la caída de los ingresos.

Como resultado, la entidad registra una pérdida operacional de $245.297.000, ligeramente inferior a la presentada en junio de 2025 ($254.990.000), mostrando una mejora del 3,8 %. Asimismo, el resultado neto presenta una pérdida de $245.274 millones, inferior en $9.677 millones respecto al mismo periodo del año anterior, debido principalmente a la reducción de la pérdida operacional.

Al cierre de junio de 2026, la entidad continúa enfrentando una situación financiera compleja, caracterizada por una disminución importante de sus activos, un alto nivel de obligaciones de corto plazo y un patrimonio negativo. No obstante, se observa una leve mejora en el resultado del ejercicio frente al año anterior, producto de la reducción de costos y gastos. Por ello, se trabaja en acciones comerciales y rigurosidad en las medidas de austeridad y eficiencia del gasto.

### 4.2.3 Análisis de costos

La ULM realizó la revisión de la estructura de costos de sus productos con el fin de establecer una política de descuentos, sostenible y alineada con los objetivos comerciales de la entidad. Este análisis contempló los costos de producción, comercialización y distribución, así como los márgenes de rentabilidad y las condiciones del mercado.

El análisis permitió evaluar diferentes escenarios de comercialización según el volumen de ventas, identificando el impacto de los costos fijos y variables sobre la rentabilidad de cada referencia, información que constituye una herramienta para la toma de decisiones estratégicas en materia de precios, descuentos y proyección comercial.

La revisión permitió definir niveles de descuento que fortalecen la competitividad de los productos Aguardiente Llanero. Así mismo, proporcionó un insumo clave para la toma de decisiones comerciales, ajustadas a la realidad de la ULM, al establecer porcentajes de descuento adecuados para los distribuidores.

### 4.2.4 Bienes muebles e inmuebles a junio de 2026

Al cierre del período, la propiedad, planta y equipo de la entidad está representada principalmente por los rubros de equipo de transporte, tracción y elevación, con un valor de $147.727 millones, seguido por los equipos de comunicación y computación por $16.822 millones, los muebles, enseres y equipos de oficina por $10.400 millones y la maquinaria y equipo por $1.203 millones.

**(en millones de pesos)**

| CONCEPTO | VALOR |
|---|---|
| TERRENOS | |
| EDIFICACIONES | |
| CONSTRUCCIONES EN CURSO | |
| MAQUINARIA Y EQUIPO | $ 1.203 |
| EQUIPO DE TRANSPORTE, TRACCIÓN Y ELEVACIÓN | $ 147.727 |

| | |
|---|---|
| EQUIPOS DE COMUNICACIÓN Y COMPUTACIÓN | $ 16.822 |
| MUEBLES, ENSERES Y EQUIPOS DE OFICINA | $ 10.400 |
| BIENES MUEBLES EN BODEGA | |
| REDES, LÍNEAS Y CABLES | |
| PLANTAS, DUCTOS Y TÚNELES | |
| OTROS CONCEPTOS | |

*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.*

### 4.2.5 Transferencias de Impuesto al Consumo

En el primer semestre de 2026 se liquidó, y pagó el impuesto al consumo a los Departamentos de Meta, Vichada, Vaupés, Guaviare del 1 de enero al 30 de junio de 2026 distribuidos de la siguiente forma:

| ENTIDAD TERRITORIAL | TRANSFERENCIAS DE IMPUESTO AL CONSUMO |
|---|---|
| META | $295.464.511 |
| VAUPÉS | $108.350.000 |
| VICHADA | $9.540.000 |
| GUAVIARE | $2.514.189 |
| **TOTAL** | **$413.653.792** |

En cumplimiento de las obligaciones legales derivadas de la comercialización de licores, durante el primer semestre de 2026 se transfirieron recursos por un total de **$413.653.792** a los departamentos de Meta, Vaupés, Vichada y Guaviare, correspondientes al impuesto al consumo. Estas transferencias contribuyen al fortalecimiento de las finanzas territoriales y reflejan el cumplimiento oportuno de las obligaciones fiscales de la Unidad de Licores del Meta.

### 4.2.6 Cuentas por pagar a 30 de junio de 2026

Al cierre del primer semestre 2026, la ULM registra cuentas por pagar del 2024 por valor de $1.159.355.185.52, correspondientes a obligaciones adquiridas con proveedores por la compra de bienes y la prestación de servicios requeridos para el desarrollo de la actividad misional de la entidad.

Por otro lado, durante el 2025 se registraron cuentas por pagar por $61.417.487 correspondientes a obligaciones con proveedores originadas por la adquisición de bienes y servicios necesarios para el desarrollo de la actividad comercial.

Para lo corrido de 2026, a 30 de junio, se adicionaron en cuentas por pagar por concepto de nómina, bienes y servicios un valor neto de $85.611.768.

También se debe tener en cuenta que, a 31 de diciembre de 2025, la ULM mantenía una obligación pendiente con la Industria de Licores de Cundinamarca por valor de $1.400.455.767, derivada de compromisos contractuales previamente adquiridos, para un total de obligaciones de $2.812.336.419.52.

## 4.3 Gestión comercial y de mercadeo

Durante el primer semestre de 2026, la ULM comercializó un total de 25.001 unidades de Aguardiente Llanero reducidas a 750 cc.

| VENTAS | UNI. CON.750 CC. | INGRESOS |
|---|---|---|
| ENERO | 0 | $ - |
| FEBRERO | 6.385 | $ 141.992.410,00 |
| MARZO | 9.679 | $ 177.148.980,00 |
| ABRIL | 4.292 | $ 73.432.691,00 |
| MAYO | 2.047 | $ 35.867.656,00 |
| JUNIO | 2.598 | $ 44.869.661,00 |
| **TOTAL** | **25.001** | **$ 473.311.398,00** |

En el primer semestre de 2026, la ULM realizó las siguientes actividades en la gestión comercial:

- ✓ Se fortaleció la estrategia comercial mediante el análisis de los esquemas de comercialización con grandes distribuidores, con el propósito de garantizar la sostenibilidad financiera de la entidad, mejorar su competitividad y promover un crecimiento equilibrado en el mercado.

  En este contexto, la política de descuentos se estructuró a partir de un análisis de variables como los costos de comercialización, el volumen de ventas, la cobertura geográfica, la rotación de inventarios y el posicionamiento de las diferentes referencias del portafolio de productos. Este enfoque permitió establecer condiciones comerciales más competitivas y alineadas con las dinámicas del mercado.

  Como resultado, se fortalecieron las relaciones comerciales con los distribuidores, se mejoró la rotación de los inventarios y se incrementó la presencia de los productos Aguardiente Llanero en algunos canales de comercialización.

- ✓ La ULM recibió por parte de Llaneros F.C. una autorización expresa para el uso de la imagen institucional del equipo en estrategias de promoción y comercialización de sus productos. Esta autorización faculta a la entidad para utilizar dicha imagen en la presentación comercial Aguardiente Llanero 750 ml Edición Llaneros F.C., así como en campañas publicitarias y demás piezas promocionales orientadas al fortalecimiento del posicionamiento de la marca. En marzo de la presente vigencia se suscribió un Acta de Cooperación entre la Unidad de Licores del Meta e Inversiones Publidirect S.A.S. (Llaneros F.C.), con el propósito de desarrollar acciones conjuntas de promoción y apoyo institucional. En el marco de este acuerdo, la ULM entregó 100 botellas de Aguardiente Llanero 750 cc Edición Llaneros F.C. para actividades de degustación y promoción de la marca.

  Como contraprestación, Inversiones Publidirect S.A.S. se comprometió a fortalecer la visibilidad de la marca Aguardiente Llanero mediante acciones publicitarias durante sus actividades deportivas, donde hizo entrega de 16 camisetas oficiales del equipo, y a realizar el mantenimiento de 220 vallas metálicas de propiedad de la ULM. De estas, la ULM entrega en calidad de préstamo 110 vallas metálicas para ser utilizadas por Llaneros F.C. en los partidos oficiales, contribuyendo a la exhibición y posicionamiento de la marca en escenarios deportivos de alta afluencia de público.

- ✓ La entidad participó en la Feria Expo malocas, donde se desarrollaron actividades de degustación, publicidad, promoción y venta de Aguardiente Llanero.

Como resultado de esta participación se obtuvieron ventas por un valor de $176.721.553, recursos que fueron destinados al cumplimiento de obligaciones financieras prioritarias de la entidad, entre ellas el pago de nómina de los funcionarios de planta y otros compromisos pendientes.

- ✓ En el primer semestre de 2026, la ULM realizó ventas de Aguardiente Llanero a los distribuidores de los departamentos de Vaupés, Vichada, Guaviare (San José del Guaviare) y del municipio de Villavicencio, fortaleciendo la presencia y cobertura comercial de la marca en estos mercados.

- ✓ Como estrategia de fortalecimiento de la red de distribución y de incentivo a las compras por volumen, se otorgó a los distribuidores un incentivo comercial equivalente al 3 % del producto adquirido, representado en producto adicional. Esta estrategia permitió estimular la comercialización, fidelizar a los distribuidores y mejorar la competitividad de la marca en las zonas de influencia.

## 4.4 Gestión jurídica y contractual

### 4.4.1 Gestión recuperación de recursos

La Contraloría Departamental del Meta apertura el proceso **PR-18-26** relacionado con *"faltante de recursos debido al fraude electrónico realizado en la cuenta bancaria del Banco Bogotá en el año 2024".* La ULM gestionó la reclamación ante la aseguradora la Previsora y el 27 de abril de 2026 la aseguradora reembolsó la suma de $44.424.468 a la Tesorería de la entidad. Dicha situación se informó a la Contraloría Departamental del Meta con los respectivos soportes, para que obren como prueba dentro del proceso de responsabilidad fiscal mencionado.

### 4.4.2 Gestión contractual

En el primer semestre de 2026, la ULM suscribió cinco contratos, por un valor total de $93.350.286, orientados a garantizar la continuidad de las funciones administrativas, jurídicas, tecnológicas, logísticas y de protección patrimonial de la entidad. Las contrataciones permitieron fortalecer el apoyo jurídico institucional, alojamiento en la operación de los sistemas de información, facturación electrónica, garantizar la disponibilidad de la infraestructura tecnológica, proteger los bienes e intereses patrimoniales mediante la contratación del programa de seguros, y contar con el transporte de los productos desde la Empresa de Licores de Cundinamarca hasta la bodega de la ULM en Villavicencio. Estas acciones contribuyeron al normal desarrollo de las actividades misionales y al cumplimiento de los objetivos institucionales durante el período evaluado.

### 4.4.2.1 Evolución de los contratos de maquila

Como parte de la estrategia de recuperación financiera y fortalecimiento de las relaciones comerciales, se adelantaron diversas gestiones con la Empresa de Licores de Cundinamarca (ELC) durante el primer semestre de 2026.

- **Estado del contrato 021 de 2024 con la Empresa de Licores de Cundinamarca:**

En marzo se llevó a cabo una reunión entre el Gerente encargado de la ULM y el Gerente de la Empresa de Licores de Cundinamarca, con el propósito de revisar el estado de los contratos vigentes, las obligaciones financieras pendientes y definir acciones que permitieran dar continuidad a la relación comercial entre ambas entidades.

Durante este encuentro, la Empresa de Licores de Cundinamarca informó que había iniciado un proceso judicial contra la ULM, con el fin de obtener el pago de las obligaciones pendientes derivadas de los contratos de maquila suscritos entre las dos entidades.

No obstante, ambas administraciones manifestaron su voluntad de mantener la relación comercial y continuar trabajando de manera conjunta. En ese sentido, teniendo en cuenta que aún se encontraba pendiente el retiro de una parte importante del producto elaborado bajo el Contrato No. 021 de 2024, se acordó prorrogar su vigencia hasta el 31 de diciembre de 2026.

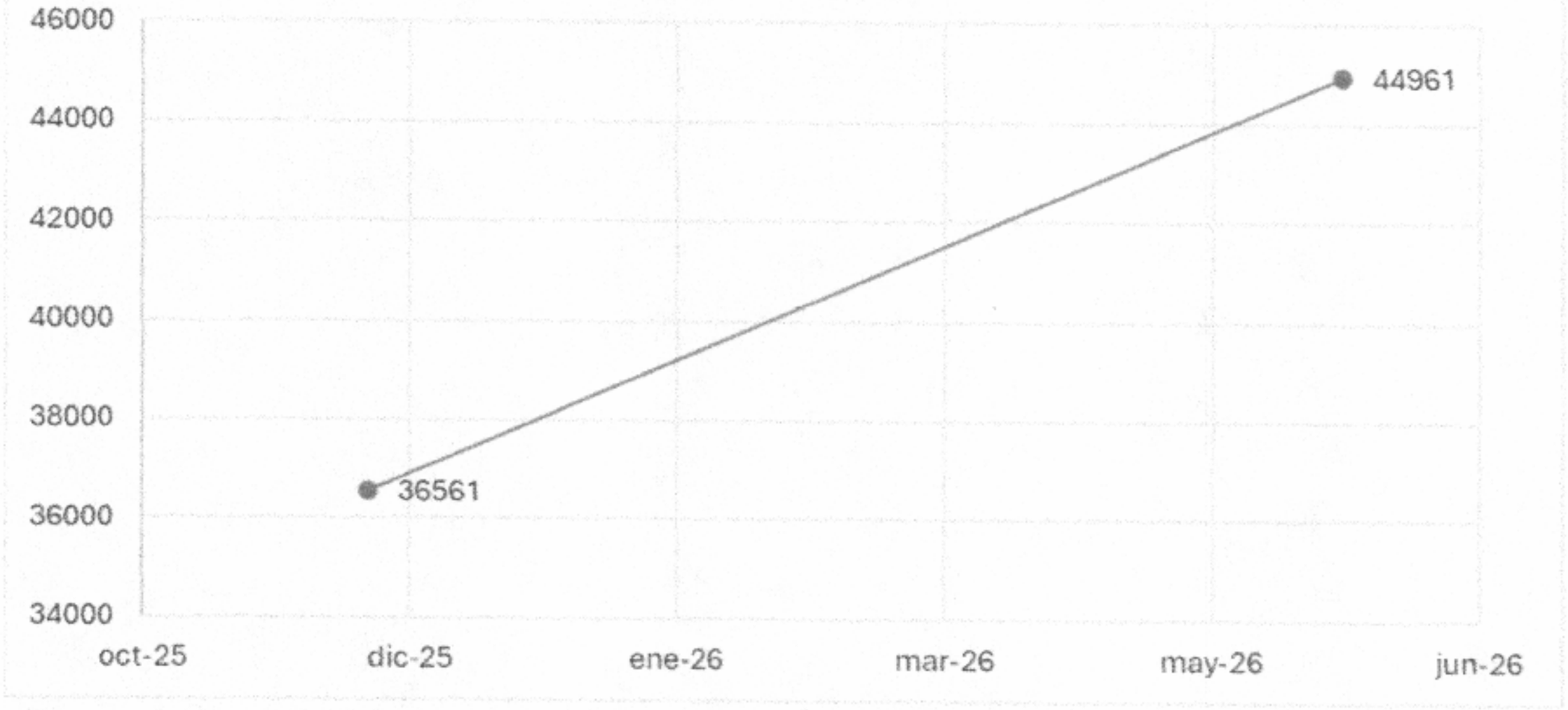
Como parte de este acuerdo, la ULM se comprometió a establecer un cronograma de compras y retiro mensual de producto entre los meses de junio y diciembre de 2026, con el propósito de incrementar la ejecución contractual, avanzar en el cumplimiento de las obligaciones adquiridas y contribuir al fortalecimiento del flujo de caja de ambas entidades.

Como resultado de los acuerdos alcanzados entre la ULM y la Empresa de Licores de Cundinamarca, y en cumplimiento del cronograma establecido para la ejecución de la prórroga del Contrato No. 021 de 2024, durante el primer semestre de 2026 se realizaron tres (3) compras de producto.

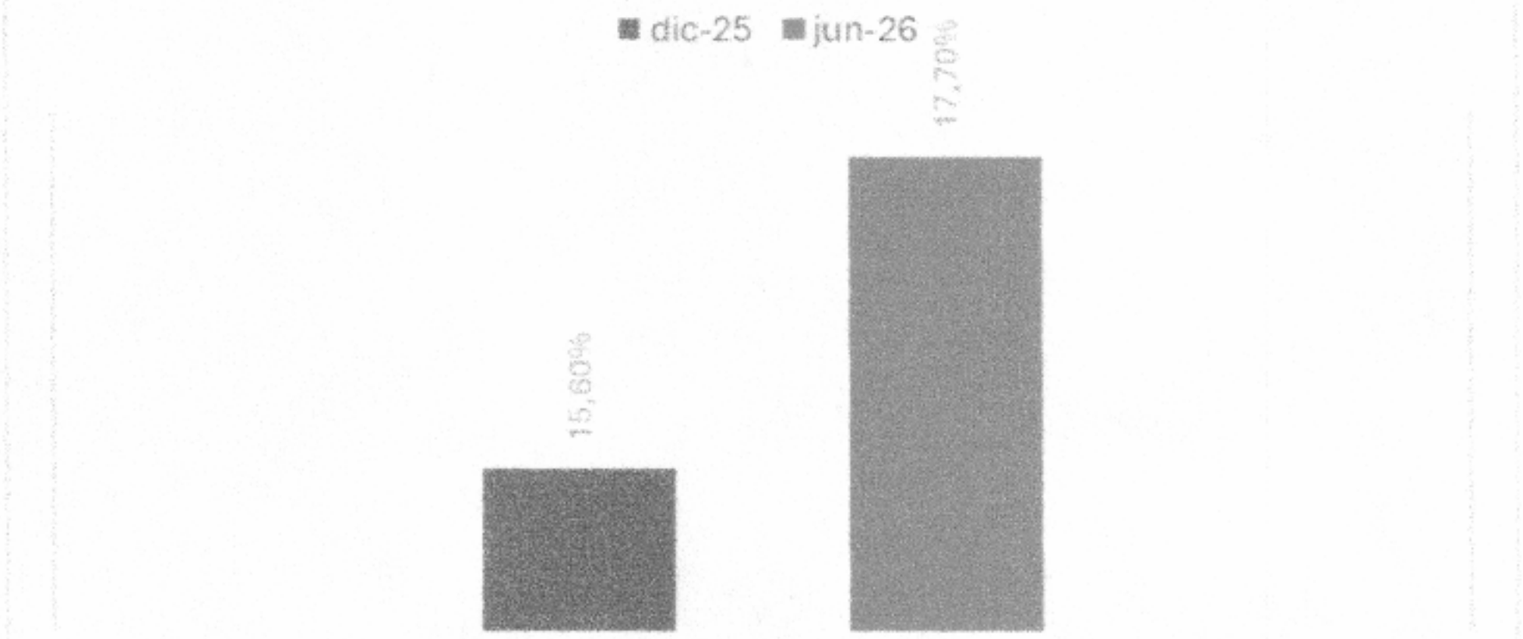
Cada una de estas compras fue pagada previamente por la ULM, requisito indispensable para autorizar el despacho del producto desde la Empresa de Licores de Cundinamarca hacia las bodegas de la entidad.

A continuación, se relacionan las compras efectuadas durante la vigencia 2026:

| Fecha de compra | Total Facturado y pagado | Producto |
|---|---|---|
| **24/03/2026** | $ 15.036.840 | 2.400 und de Aguardiente llanero 750 cc edición Joropo |
| **4/06/2026** | $ 20.997.900 | 6.000 und de Aguardiente llanero 375 cc Etiqueta |
| **30/06/2026** | $ 20.997.900 | 6.000 und de Aguardiente llanero 375 cc Etiqueta |
| **TOTAL** | **$ 57.032.640** | |




Estas adquisiciones permitieron continuar con el retiro gradual del producto pendiente de entrega, avanzar en la ejecución del contrato vigente y garantizar la disponibilidad de inventario para atender la demanda del mercado.




## 5. CONCLUSIÓN

La ULM continúa gestionando retos financieros, comerciales y operativos, producto de las condiciones acumuladas durante las vigencias anteriores. En materia financiera, se evidenciaban obligaciones pendientes con proveedores y empresas maquiladoras, especialmente con la Empresa de Licores de Cundinamarca y la Industria de Licores del Valle, derivadas de los procesos de producción de Aguardiente Llanero, así como compromisos que afectan la disponibilidad de recursos para la operación normal de la entidad. Finalmente, frente a los retos que genera hoy la Unidad de Licores, se viene implementando medidas, entre las cuales se destacan las acciones desarrolladas con las empresas maquiladoras, especialmente la Empresa de Licores de Cundinamarca, con la cual se logró establecer un diálogo institucional que permitió mantener la relación comercial, prorrogar el Contrato No. 021 de 2024 hasta diciembre de 2026 y establecer un cronograma de compras mensuales para avanzar en el retiro del producto pendiente.

De igual manera, se adelantaron gestiones para atender las obligaciones pendientes con proveedores y fortalecer los mecanismos de pago, permitiendo mantener la operación de Aguardiente Llanero. Estas acciones fueron fundamentales para recuperar la confianza y garantizar la continuidad de la operación.

En el componente comercial, se ejecutaron acciones estratégicas para recuperar el posicionamiento de la marca, tales como el acercamiento con distribuidores, la revisión de condiciones comerciales, la presencia en eventos regionales y el impulso a las actividades promocionales. Destaca la participación en ExpoMalocas 2026, donde las ventas directas alcanzadas impulsaron la operación comercial y permitieron responder a compromisos económicos de la actividad. Así mismo, se realizaron reuniones comerciales con distribuidores y aliados estratégicos como La Nieve, Karen Andrea Cordoba y Coravi distribuciones de Vaupés, con el propósito de analizar las condiciones actuales del mercado, identificar oportunidades de mejora y establecer estrategias para recuperar participación comercial.

En el ámbito institucional, la ULM mantiene su compromiso social a través de la generación de ingresos por impuesto al consumo y transferencias orientadas al fortalecimiento de la salud departamental. Ante las nuevas dinámicas del sector y el comportamiento de la competencia, la administración departamental evalúa la viabilidad del modelo de negocio actual. En este sentido, se analizan alternativas de operación, comercialización y fortalecimiento que aseguren la permanencia de Aguardiente Llanero como patrimonio del Meta, salvaguardando el valor de la marca y su impacto económico y social en la región.

Finalmente, frente a los retos que genera hoy la ULM se vienen implementando medidas orientadas a fortalecer la generación de ingresos, optimizar la estructura de costos y gastos y fortalecer el flujo de efectivo. Este esfuerzo ha permitido atender el pago de los compromisos laborales y los compromisos derivados de los contratos con las maquiladoras. En virtud de esto se avanza en el ajuste del modelo operativo y comercial, guiado por la búsqueda de una mayor eficiencia, sostenibilidad y alineación con las dinámicas del mercado, de tal forma que la marca continúe en el mercado.

**WILINTONG ORTIZ ARIAS**
Gerente (E)

Revisó: Lida Mayerli Rondon Álvarez
Revisó: Karen Yineth Bonilla Cañon
Revisó: Tatihanna Patricia Garzon Betancourth Tatihana Garzón