LOTERIA DEL META

NIT. 800.123.949-4

GOBERNACIÓN DEL META

Plan de Negocios 2025

LOTERIA DEL META

AREA COMERCIAL

VIGENCIA 2025

Resumen Ejecutivo

Descripción del Negocio: la lotería del meta es una empresa industrial y comercial del estado, la cual administra el monopolio rentístico de los juegos de suerte y azar en el departamento del Meta, opera y comercializa su producto principal la Loteria del Meta, otorga y supervisa la concesión de apuestas permanentes para todo el departamento del Meta, a su vez concede las autorizaciones para los juegos promocionales y las rifas que se realicen el territorio departamental.

Objetivos

- Aumentar la sastifaccion de los clientes
- Aumentar la venta de la loteria
- Aumentar la cantidad de lugares donde se puede comprar la loteria
- Mejorar la imagen de la loteria
- Aumentar los seguidores en las redes sociales
- Posicionar ecommerce para la loteria del Meta

Producto

La lotería del Meta es un producto del sector de los juegos de suerte y azar, tiene un valor de $12.000 y se compone de 3 fracciones, se puede encontrar de manera física y virtual.

Clientes

El mercado objetivo de la lotería del Meta es mayor de 18 años, en cual se acerca a un segmento importante de adultos entre 35 y 60 años tanto hombres y mujeres.

Financiero

La lotería del Meta actualmente tiene dos rubros presupuestales que corresponde directamente a la comercialización de la Lotería, el cual se compone de la siguiente forma:

CODIGO	DETALLE	VALOR
2.4.5.02.08.003.06	Servicios de publicidad y el suministro de espacio o tiempo publicitarios	$ 87.618.000
2.4.5.01.03.08	Muebles; Otros Bienes Transportables n.c.p.	$ 66.750.000
	TOTAL	$ 154.368.000

RESEÑA HISTORICA

Según los historiadores, Diego de Ordaz descubrió el Meta hacia 1531, a finales de 1539 el capitán Alfonso de Heredia se internó en los Llanos Orientales al mando de una expedición que llegó a las bocas de un inmenso río que llamó Meta y cuyo nombre tomó varios siglos más tarde la Intendencia Nacional.

El Meta, hasta el año de 1869 hizo parte del Estado Soberano de Cundinamarca, año en que fue cedido para su administración, al gobierno central, el cual aceptó la cesión por Ley el 4 de julio de 1868 denominándolo *Territorio Nacional de San Martín* (con la actual población de San Martín como capital). En 1905 por decreto No. 177 de febrero 18 se llamó Intendencia Nacional del Meta, con Villavicencio como capital.

La ley 118 del 16 de diciembre de 1959 erigió al Meta como departamento, constituyéndose en el decimoséptimo de Colombia, empezando a funcionar el 1 de julio de 1960.

El primer Gobernador del Departamento del Meta fue el doctor ERNESTO JARA CASTRO, quien fue a la vez el último intendente y el primer gobernador del Departamento del Meta, su nombramiento fue decretado por el Presidente de la República MARIANO OSPINA PEREZ con la expedición del decreto 2336 del 3 de septiembre de 1959.

Para la época en que se erigió como departamento nuestro territorio, como era imaginable tenía bastantes necesidades insatisfechas, debido a la precaria infraestructura vial, deficiente o nula prestación de servicios públicos básicos en la mayoría de los municipios, falta de generación de recursos propios o medios para generarlos, la prestación del servicio de energía no se hacía durante las 24 horas entre otras deficiencias.

Siendo Intendente el doctor JARA CASTRO promovió la creación de la Beneficencia del Meta y ya siendo Gobernador del Meta introdujo modificaciones a las disposiciones estatutarias de este ente, y con el respaldo de la Asamblea Departamental se lograron aplicar importantes recursos económicos para la seguridad social y prestaciones de obreros y empleados de la época.

El 28 de noviembre de 1960 mediante la Ordenanza 019 de 1960, la Asamblea Departamental del Meta, presidida por el Honorable Diputado FEDERICO CASTRO, creó la "Lotería de la Beneficencia del Meta".

En su artículo primero la ordenanza dispuso:

> *"Créase la Lotería de la Beneficencia del Meta, con premios en dinero y cuyos productos se destinarán exclusivamente a la Asistencia Pública del Departamento".*

Para esa época la Lotería del Meta, se daba a conocer con el slogan de Lotería del Meta "La Llanerita de los Colombianos", como parte de la Beneficencia del Meta, su sede administrativa

se encontraba ubicada en la Calle 40 Nº 33-64 Centro de Villavicencio, Edificio en el que actualmente funciona la Alcaldía de Villavicencio.

El sorteo se realizaba en la primera planta de dicho edificio con vista al público y en presencia de las principales autoridades del departamento y el municipio, era un acontecimiento que las convocaba semanalmente los días miércoles.

La Asamblea Departamental del Meta, presidida por el Honorable Diputado JOSE MARTINEZGUCHUVO, creó la ·" LOTERÍA DEL META", empresa comercial encargada de continuar con la comercialización de la "Lotería del Meta" la Llanerita de los Colombianos.

En su artículo primero la ordenanza 044 de 1990, dispone:

"Créase la Lotería del Meta como Empresa Comercial del Departamento, entidad descentralizada, dotada de personería jurídica, autonomía administrativa y patrimonio independiente, organizada para el cumplimiento de los objetivos previstos en el artículo primerode la ley 64 de 1923"

Como empresa comercial del nivel departamental, su sede administrativa se trasladó a la antigua sede de la Alcaldía de Villavicencio, ubicada en la carrera 32 Nº 40-66 de la ciudad de Villavicencio. No obstante, lo anterior, las ruedas fiché y los sorteos continuaron realizándoseen el mismo lugar, en el cual se efectuaban desde su creación, es decir en el primer piso del edificio ubicado en la calle 40 Nº 33-64 Centro de Villavicencio.

En el mes de diciembre del año 1992 por primera vez se traslada el lugar de realización de lossorteos ordinarios de la Lotería a la actual sede, que se encuentra ubicada en el edificio parqueSantander en la calle 38 número 32-37 frente al Parque Los Libertadores de la ciudad de Villavicencio.

Los sorteos de la Lotería del Meta fueron realizados mediante el sistema de ruedas fiché hastael sorteo 2294 llevado a cabo el día 27 de diciembre de 2006, y a partir del sorteo 2295 realizado el día 3 de enero de 2007 se utiliza el sistema Electro neumático de Baloteras fabricado por la Universidad Tecnológica de Pereira.

Estos sorteos fueron realizados en la urna que contenía el sistema de Baloteras en el primer piso de la sede de la Lotería, desde donde se transmitían los sorteos, posteriormente en la segunda planta de la sede, se adecuó un estudio para la realización y transmisión televisiva delos sorteos ordinarios a partir del sorteo 2462 llevado a cabo el día 17 de marzo de 2010.

Además, se adquirió un Sistema Electro neumático de Baloteras fabricado por la firma SCHROEDER INGENIEROS LIMITADA como plan de contingencia.

La Lotería del Meta, cuenta con tres (3) juegos de balotas de diferentes colores, debidamente identificados y numerados, cada uno de los cuales consta de sesenta (60) balotas, las cuales son pesadas antes de la realización de cada sorteo, con dos (2) Balanzas

Analíticas certificadaspor METROLABOR ente autorizado por la ONAC.

Para el año 2024, por medio de las utilidades generadas en el año 2023 se gestión la compra de una maquina electroneumática moderna de alta calidad, la cual garantiza una mayor transparencia en los proceso del sorteo y tranquilidad para nuestros apostadores.

La Asamblea Departamental del Meta, mediante Ordenanza número 901 del 30 de mayo de 2016, amplió el objeto social de la Lotería del Meta.

La Lotería del Meta, tiene su Sede Principal en la Calle 38 número 32-37 Edificio Parque Santander de la ciudad de Villavicencio (Meta), pudiendo asistir cualquier ciudadano a quien seprestará el servicio de lunes a viernes en el horario de 7:30 a.m. a 12:00 m y de 2:00 p.m. a 5:30 p.m.

El portal web es el siguiente: www.loteriadelmeta.gov.co
Email : servicioalcliente@loteriadelmeta.gov.co
: loteriadelmeta@gmail.com

Las cuentas de las redes sociales de la entidad, a través de las cuales la ciudadanía puedehallar información de su interés son las siguientes:

Facebook
@loteriadelmeta
Instagram
loteriadelmeta
YouTube
loteriadelmeta

Modelo de Negocio

La lotería del Meta se vende por medio de firmas distribuidoras que han firmado contratos atípicos para iniciar la relación comercial, los cuales los rigen el reglamento del distribuidor y el reglamento de cartera.

Estudio de Mercado

Entre enero y septiembre, las 15 loterías del país han transferido alrededor de $182.928 millones al sistema de salud subsidiado, recursos que han permitido atender a más de 145.000 colombianos y fortalecer la infraestructura hospitalaria en las regiones. “Las loterías son empresas públicas que, cada año, están presentando un comportamiento positivo tanto en las ventas como en las transferencias para la salud. Por eso, estamos trabajando para fortalecer el sector a través de la reglamentación y la lucha contra la ilegalidad”, dijo Marco Emilio Hincapié, presidente de Coljuegos. Así pues, durante la Asamblea General de la Federación de Loterías de Colombia (Fedelco), Hincapié informó que, a la fecha, este juego territorial ha

reportado ventas por $638.800 millones, lo cual representa un incremento del 5.46 % con respecto al mismo lapso del 2023.

En tal sentido, las loterías que mejor comportamiento han tenido durante 2024 son Medellín, Boyacá, Bogotá, Valle y Cruz Roja. Estas cinco empresas representan cerca del 63 % del total de billetes vendidos en el país.

De otra parte, las 15 loterías han pagado a los apostadores $289.612 millones en premios, entre los cuales se encuentran 16 premios mayores por un valor de $106.522 millones. "Como gremio, estamos trabajando de la mano de Coljuegos para luchar contra la ilegalidad y proteger los recursos de la salud", sostuvo Rubén Felipe Lagarejo, gerente de la Lotería del Valle y presidente de Fedelco.

Es importante mencionar que las loterías representan el 40 % de las transferencias a la salud por parte de los juegos territoriales, mientras que el 60 % restante es aportado por el chance y el Raspa&Listo.

Fuente: CNJSA

Estrategias de Venta

ALIANZAS CON EMPRESAS
Desarrollar convenios con empresas públicas y privadas que permitan un intercambio publicitario por medio de los mecanismos de difusión de la Lotería del Meta.

Se busca realizar las visitas en el primer semestre para el 2025, a las siguientes empresas y entidades:

- Cofrem
- Casa de la Cultura
- Control Disciplinario
- Instituto de Turismo del Meta
- Cámara de Comercio
- AIM
- Ecopetrol

Temporalidad: Cada mes.

EVENTOS CULTURALES
Con el objetivo de incentivar y promover la cultura llanera, se quiere dar un espectáculo en diferentes lugares del país, lograr un incentivo para los vendedores y para la Lotería, realizando un intercambio entre mecanismo publicitarios por la venta del producto.
Temporalidad: Una vez al mes.

BARRIDO POR LAS CALLES
Por medio de esta estrategia se busca generar un acercamiento, con la fuerza de venta que se sitúa en las calles. Ofreciéndole un detalle y escuchando, las posibles mejoras que se

pueden presentar. Se iniciaran en la ciudad de Bogotá, Villavicencio, Medellín, Yopal y Barbosa.
Temporalidad: cada dos meses.

BUSQUEDA DE NUEVOS ALIADOS
Por medio de un acercamiento y visita a otros lugares donde la Lotería del Meta no realiza una presencia comercial permite, se busca incentivar y premiar los nuevos mercados. Con el objetivo de obtener en más puntos de venta la presencia de nuestra lotería.
Temporalidad: Ocasionalmente

CARPA RODANTE EN EVENTOS
La carpa naranja es una excelente estrategia que se mantiene durante esta vigencia, por su alto reconocimiento, trasladando la logística de elementos de POP, juegos de azar y premios para los clientes.
Temporalidad: Todos los miércoles

FORTALECIMIENTO DEL MERCADO LOCAL
Por medio de los distribuidores del departamento del Meta, se busca aumentar las ventas en el departamento. De esta forma aumentamos los ingresos de la Lotería del Meta, evitando el pago del impuesto de foránea, el aleado consuerte ha venido aumentado su eficiencia como el cupo físico el cual es cercano al 70%, lo que se busca sostener con 2.000 billetes más para este año.
Temporalidad: a partir del mes de marzo.

EXPOMALOCAS 2025
Estrategia que se acerca cada año para la Lotería, por ser un evento que aumenta las ventas de la Lotería en el control de la entrada a los concierto y eventos más importantes en la organización por gestión de la señora gobernadora, permite que podamos vender el producto como un intercambio de entrada al mismo valor del billete sin ningún incremento adicional.
Temporalidad: una vez al año.

PARTICIPA Y GANA
Por medio de las redes sociales, se quiere realizar eventos que promuevan la compra y la participación de las redes sociales, con el objetivo de aumentar las ventas y la publicidad de manera orgánica de la Lotería del Meta.
Temporalidad: una vez al mes.

GANA SIN MOVERTE DE CASA
Es una estrategia que busca incentivar por diferentes plataformas web y aplicaciones móviles la compra electrónica del billete, funcionaria en coordinación con las empresas dueñas de las plataformas, para generar los incentivos, asi aumentar la venta de las plataformas virtuales. Se entregarían premios como elementos P.O.P., tablets, audífonos, morrales, etc.
Temporalidad: una vez cada tres meses.

T.A.T.
Bajo un acercamiento a comercios y establecimientos abiertos, se busca realizar un acercamiento con firmas distribuidoras, para colocar el producto de la Lotería del Meta en más lugares a nivel nacional, vender una oportunidad de ingresos adicionales. Se busca introducir el billete de la lotería en primera parte la agremiación de fanalco, federación que integra los comerciantes.
Temporalidad: A partir del mes de Marzo.

LANZAMIENTO DE UN BIFRACCIONAL
Con el objetivo de innovar en los productos se quiere coordinar con el equipo de mercadeo, realizar un lanzamiento, con un billete de edición especial, que busque aumentar el recaudo en billetes completos, lo que se busca es tener la venta del billete completo y así aumentar el recaudo.
Temporalidad: para el mes de junio

56 TORNEO INTERNACIONAL DEL JOROPO
Estrategia que se acerca cada año para la Lotería, por ser un evento que aumenta las ventas de la Lotería en el control de la entrada a los concierto y eventos más importantes en la organización por gestión de la señora gobernadora, permite que podamos vender el producto como un intercambio de entrada al mismo valor del billete sin ningún incremento adicional.
Temporalidad: Una vez al año.

VISITA A LOS DEPARTAMENTOS
Con el objetivo de seguir con las buenas estrategias que funcionaron el año 2024, se busca continuar la visita a todos los distribuidores que se tiene a nivel nacional, con el objetivo tener una relación cercana con la visita; se busca que en la actividad se reúnan todos los loteros de la ciudad, se realicen rifas para los participantes y se les pueda entregar un recuerdo de la lotería, esto permite que se tenga un alto nivel de identidad por la lotería y aumente la confianza hacia el producto.
Temporalidad: Una vez al mes a partir de febrero.

- **PROMOCIONALES**

VIAJA CON LA META
Estrategia que busca con la fuerza de venta, generar incentivos para que conozcan la maravilla de los llanos orientales. Está dirigido para los aleados más que demuestran un alto nivel de ventas por el producto Lotería del Meta.

CONCURSA Y GANA CON LA META
Con el objetivo de identificar la fuerza de venta y acercarse a los clientes, se quiere realizar concursos participando, con mecanismos de wasap para consolidar un enlace directo con la fuerza de venta, tomando en cada visita los números y su localización en donde registramos la venta, por esta estrategia se busca que todas las piezas publicitarias que se realicen sean difundidas de manera masiva por los contactos de las personas y generar un mecanismo de difusión a ningún costo y efectivo.

FORTALECIMIENTO A MERCADOS DE GRAN IMPACTO
Por medio de estrega de incentivos y electro menores, se quiere acercar a la fuerza distribuidora que concesionan el chance para vender un producto atractivo y medir con metas. El proyecto esta dirigido a mercados de alto nivel comercial, asegurando un sentido alto de compromiso por el producto y premiar por los esfuerzos realizados.

CON LA LOTERIA DEL META GANO MAS
Creando promocionales pequeños que aumenten el recaudo para las distribuidoras tradicionales, se quiere colocar metas escalonadas con el objetivo de enamorar a vendedores y distribuidores del producto. Este aplica para las firmas distribuidoras tradicionales se busca entregar desde mercados, bonos redimibles, electro menores e incentivos para aumentar sostener el nivel alto de ventas.

CON LA META SI SE PUEDE
Diseño de estrategias pequeñas que permitan la venta del cupo que estén por debajo de la eficiencia del 25%, así poder medir la entrega de todo el producto en mercados que se despachan y las ventas no cubren el punto de equilibrio. Se entregara incentivos adecuados al territorio al que pertenecen, la estrategia es diseñada con el distribuidor y a gusto de los loteros de la región donde se desarrolle.

- **INCENTIVOS PARA LOS CLIENTES**

INCENTIVOS DE PREMIO ADICIONAL
Ofreciendo un producto innovador fuera del plan de premios tradicional, se quiere colocar a disposición sin ningún costo un premio adicional, mediante un lanzamiento. Con el objetivo de entregar regalos de gran atracción al interior del billete y aumentar la cultura de la compra de billete completo. Los premios que se entregaría son patinetas scooter, televisores, portátiles, tablets, bicicletas, bose entre otros.

ABONADOS
La estrategia promocional se ha ido realizando en diferentes entidades públicas, como alcaldías y otras empresas, han abierto las puertas para el ofrecimiento del producto abonado que trata de comprar un numero exclusivo del billete, por un atractivo número de sorteos y adicional a esto el servicio personalizado para cliente.

Nueva APPS para la compra en línea
Para ser más asequibles a todo público, en especial el joven que tiene acceso a estas tecnologías, se busca crear una aplicación amigable a todos los sistemas operativos donde puedan comprar la lotería y adquirir muchos descuentos por pertenecer a este nuevo proyecto.

- **Proyección de los sorteos 2025**

PROYECCION 2025						
ITEM	Mes Sorteo	Fecha del Sorteo	Número Sorteo	Descripcion	OBSERVACION	TEMA DEL BILLETE
1	ENERO	2/01/2025	3227	JUEVES		REYES MAGOS

2		8/01/2025	3228	MIERCOLES	LUNES 6 FESTIVO	MONTERREY
3		15/01/2025	3229	MIERCOLES		SUEÑOS
4		22/01/2025	3230	MIERCOLES		NUMEROS
5		29/01/2025	3231	MIERCOLES		PRE EXPOMALOCAS
6	FEBERERO	5/02/2025	3232	MIERCOLES		MALOKAS
7		12/02/2025	3233	MIERCOLES		PERIODISTAS
8		19/02/2025	3234	MIERCOLES		HOTEL
9		26/02/2025	3235	MIERCOLES		ESTUDIO
10	MARZO	5/03/2025	3236	MIERCOLES		BARRANQUILLA
11		12/03/2025	3237	MIERCOLES		DIA MUNDIAL MUJER
12		19/03/2025	3238	MIERCOLES		DIA DEL HOMBRE
13		26/03/2025	3239	MIERCOLES	LUNES 24 FESTIVO	AGUARDIENTE LLANERO
14	ABRIL	2/04/2025	3240	MIERCOLES		DANIEL GUALDRON
15		9/04/2025	3241	MIERCOLES		CUMPLEAÑOS DE VILLAVICENCIO
16		16/04/2025	3242	MIERCOLES	SEMANA SANTA 13 ABRIL Y DOMINGO 20 DE ABRIL	SEMANA SANTA
17		23/04/2025	3243	MIERCOLES		DIA DEL NIÑO
18		30/04/2025	3244	MIERCOLES		PREMIO ADICIONAL
19	MAYO	7/05/2025	3245	MIERCOLES		50 AÑOS UNILLANOS
20		14/05/2025	3246	MIERCOLES		MES DE LAS MADRES
21		21/05/2025	3247	MIERCOLES		JUANSE ZAPATA
22		28/05/2025	3248	MIERCOLES		FESTIVAL DE LA CACHAMA
23	JUNIO	4/06/2025	3249	MIERCOLES	LUNES 2 FESTIVO	PLAN DE PREMIOS
24		11/06/2025	3250	MIERCOLES		CABRESTERO
25		18/06/2025	3251	MIERCOLES		DIA DEL PADRE
26		25/06/2025	3252	MIERCOLES	LUNES 23 FESTIVO	PRE TORNEO INTERNACIONAL
27	JULIO	2/07/2025	3253	MIERCOLES	LUNES 30 FESTIVO	TORENEO INTERNACIONAL
28		9/07/2025	3254	MIERCOLES		POR DEFINIR
29		16/07/2025	3255	MIERCOLES		POR DEFINIR
30		23/07/2025	3256	MIERCOLES		IDEPENDENCIA DE COLOMBIA
31		30/07/2025	3257	MIERCOLES		WALTER SILVA
32	AGOSTO	6/08/2025	3258	MIERCOLES		FESTIVAL DE LAS FLORES
33		13/08/2025	3259	MIERCOLES		BATALLA DE BOYACA
34		20/08/2025	3260	MIERCOLES	LUNES 18 FESTIVO	FESTIVAL DE LA COSECHA
35		27/08/2025	3261	MIERCOLES		CLUSTER GASTRONOMICO
36	SEPTIEMBRE	3/09/2025	3262	MIERCOLES		POR DEFINIR
37		10/09/2025	3263	MIERCOLES		DIA DEL TENDERO
38		17/09/2025	3264	MIERCOLES		SAN VALENTIN
39		24/09/2025	3265	MIERCOLES		POR DEFINIR
40	OCTUBRE	1/10/2025	3266	MIERCOLES		POR DEFINIR
41		8/10/2025	3267	MIERCOLES		POR DEFINIR
42		15/10/2025	3268	MIERCOLES	LUNES 13 FESTIVO	DIA DE LA RAZA
43		22/10/2025	3269	MIERCOLES		POR DEFINIR
44		29/10/2025	3270	MIERCOLES		POR DEFINIR
45	NOVIEMBRE	5/11/2025	3271	MIERCOLES	LUNES 3 FESTIVO	HALLOWEN
46		12/11/2025	3272	MIERCOLES		POR DEFINIR
47		19/11/2025	3273	MIERCOLES	LUNES 17 FESTIVO	POR DEFINIR
48		26/11/2025	3274	MIERCOLES		POR DEFINIR
49	DICIEMBRE	3/12/2025	3275	MIERCOLES		CUMPLEAÑOS DE LA LOTERIA

50		10/12/2025	3276	MIERCOLES	LUNES 8 FESTIVO	VELITAS
51		17/12/2025	3277	MIERCOLES		REAGALOS
52		24/12/2025	3278	MIERCOLES		NAVIDAD
53		31/12/2025	3279	MIERCOLES		FIN DE AÑO

Cordialmente,

WILINTONG ORTIZ ARIAS
Gerente

Elaboró
William Andres Guerrero
Tecnico Operativo

Revisó
Viviana Heredia Nuñez
Profesional Universitaro Comercial