

		PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES		
VERSIÓN: 03	RESPONSABLE: PROF ESPECIALIZADO UNIDAD OPERATIVO Y COMERCIAL	FECHA DE INICIO/ ACTUALIZACIÓN: 17-09-2024	PÁGINA: 1 DE 5	CÓDIGO: MP-R-009

PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES

INTRODUCCIÓN

La Lotería del Tolima es una empresa industrial y comercial del estado que está sujeta al cumplimiento de los lineamientos de buen gobierno que establece lineamientos para la implementación de acciones de comunicación interna y externa que garanticen la divulgación, difusión y promoción de la información institucional que harán visible las labores de la entidad y darán cumplimiento a lo consagrado en las políticas públicas de acceso a la información, las cuales redundan en la visibilidad de la Lotería del Tolima hacia sus partes interesadas y la comunidad en general.

El correcto procedimiento y adecuado manejo de la información, es un aspecto fundamental de las empresas e instituciones públicas o privadas que debe considerarse eje fundamental en la toma de decisiones organizacionales porque son indiscutiblemente parte esencial para el cumplimiento de las metas trazadas, no sólo comercialmente sino al interior de la empresa.

Las Tecnologías de Información (TI) son el medio por el cual la información se recoge, almacena, administra, comunica, e interpreta. Las TI, además de apoyar los procesos de toma de decisiones, permiten automatizar procesos, monitorear el estado del negocio usando indicadores, aplicar estrategias, identificar nuevas oportunidades de negocio y ganar flexibilidad para operar de manera efectiva.

ANTECEDENTES

La Lotería del Tolima es una entidad oficial descentralizada, del orden departamental con autonomía para el manejo de los asuntos jurídicos, patrimoniales y administrativos. Los recursos que administra son obtenidos en su mayoría por la explotación de los juegos de azar, por el control del juego de chance y otros ingresos.

Utilizando las facultades otorgadas por el Gobierno Nacional en esta ley, mediante la Ordenanza 17 de 1925, el Gobierno Departamental crea la lotería denominada “Lotería de Beneficencia del Tolima”, a fin de constituir una nueva renta Departamental cuyo producto era destinado en su totalidad a la asistencia pública, estableciendo las funciones de la Junta Directiva, así como la contratación de la Lotería. Esta Ordenanza dispuso que la explotación de la lotería se podía efectuar a través de terceros para lo cual se debía suscribir un contrato para este fin.

		PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES		
VERSIÓN: 03	RESPONSABLE: PROF ESPECIALIZADO UNIDAD OPERATIVO Y COMERCIAL	FECHA DE INICIO/ ACTUALIZACIÓN: 17-09-2024	PÁGINA: 2 DE 5	CÓDIGO: MP-R-009

En 1991, con la nueva constitución consagró en su artículo 336 los Monopolios Rentísticos de los departamentos que "...Ningún monopolio podrá establecerse sino como arbitrio rentístico, con una finalidad de interés público o social y en virtud de la ley".

Con la entrada en vigencia del nuevo texto Constitucional se debió implementar por el Gobierno Departamental, modificaciones sustanciales a los estatutos de éste ente, debiendo poner éstos a tono con los mandatos señalados en la carta Constitucional, para lo cual se expidió el Decreto Departamental 566 de 1993, por medio del cual se reorganiza la Beneficencia del Tolima, adscribiendo el Establecimiento Público a la Secretaría de Salud del Tolima y acogiendo el postulado constitucional que obliga a destinar sus rentas específicamente al Sector Salud; ordenamiento que rige a la fecha. Mediante el decreto 704 de 1993 se reglamentó la ley 64 de 1923 relacionada con la emisión de la billetería.

En el 2001, la entidad pasó a ser una Empresa Industrial y Comercial del Estado, acogándose a la Directiva Presidencial 02 de 2000 en el marco del programa Gobierno en Línea y la Agenda de Conectividad, transformando la Beneficencia del Tolima en Lotería del Tolima, Empresa Industrial y Comercial del Estado, según Ordenanza No. 017 del 24 de Abril de 2001 y dos años después fue la primer lotería en el país que alcanzó la certificación de calidad, recibiendo la certificación ISO 9000 Código 1707-1 para la Operación del juego de la lotería en el territorio nacional y control de los juegos de apuestas permanentes de carácter departamental. – NTC ISO 9001 – 2001.

Convertirse en una Empresa Industrial y comercial del Estado ingresa a la Lotería del Tolima en un mercado que compite con otras entidades del orden gubernamental y privado que la obliga a implementar estrategias y acciones que le permitan ser competitiva para ganar espacio en el mercado, entre ellas, unas de índole comunicativo interno y externo que se condensan en este plan estratégico de comunicaciones.

OBJETIVO GENERAL

Establecer lineamientos de comunicaciones internas y externas de la Lotería del Tolima, identificando un mensaje a difundir que se materializa en la producción y emisión de la campaña o estrategia comunicacional para mejorar el relacionamiento con los grupos de interés, garantizando la promoción de la empresa en el campo comercial y social.

		PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES		
VERSIÓN: 03	RESPONSABLE: PROF ESPECIALIZADO UNIDAD OPERATIVO Y COMERCIAL	FECHA DE INICIO/ ACTUALIZACIÓN: 17-09-2024	PÁGINA: 3 DE 5	CÓDIGO: MP-R-009

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- * Brindar información eficaz y oportuna a los diferentes grupos de interés, como eje transversal de los procesos misionales, estratégicos, de apoyo y evaluación de la entidad.
- * Promocionar las actividades, programas, campañas y proyectos que posicione la marca Lotería del Tolima.
- * Incrementar la comunidad social a través de la captación de público que hace uso de esta red, con ubicación geográfica dentro del territorio nacional y principalmente en el departamento del Tolima.
- * Promover la identidad Lotería del Tolima y el sentido de pertenencia entre los funcionarios y contratistas aportando a la mejora del clima laboral.
- * Administrar y gestionar los diversos medios de comunicación internos y externos disponibles en la empresa, para unificar criterios del mensaje de la Lotería del Tolima.

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES EXTERNAS DIGITALES

Plan de Comunicación y Marketing 360.

La estrategia 360 busca impactar desde todos los ángulos la comunicación para que se cumpla con los objetivos estratégicos, además de hacer uso de los billetes como canal de comunicación y fortalecimiento de la imagen, también se deben tener otras estrategias hipermedios para llevar a cabo la tarea

Horarios de publicación

- Las publicaciones deben ser diarias y en especial en los horarios de 7:00 PM o 12:00 del mediodía a excepción de las publicaciones urgentes que se envían en horarios diferentes.
- Domingos en la noche, enviar información para publicar los lunes bien temprano sobre el juego de la lotería
- Lunes en las mañanas enviar información o acudir a rondas de medios para informar sobre la LT
- Los días de publicación deben ser de lunes a Sábado.

Los contenidos se deben dividir en:

- **Contenido de valor 25%** - Contenido de enseñanza acerca de temas

		PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES		
VERSIÓN: 03	RESPONSABLE: PROF ESPECIALIZADO UNIDAD OPERATIVO Y COMERCIAL	FECHA DE INICIO/ ACTUALIZACIÓN: 17-09-2024	PÁGINA: 4 DE 5	CÓDIGO: MP-R-009

relacionados con el core de negocio de juegos y azar

- **Contenido Informativo 25%** noticias de interés sobre LT
- **Contenido Viral 25%** contenidos relacionados, pero virales y de humor para refrescar la página
- **Contenido de Venta 25%** contenidos que incitan la compra del billete, ejemplo, explicación y presentación del billete
- **Contenido Social**, contenido relacionado a la oferta y compromiso social de la LT

1. Marketing Digital:

- o **Redes Sociales:**

- Publicar contenido regular y atractivo en Facebook, Instagram, y TikTok.
 - Facebook / 5 publicaciones semanales
 - Instagram / 5 publicaciones semanales
 - Tiktok / 1 mensual
 - Historias / 5 publicaciones semanales

2. Relaciones Públicas y Prensa:

- o Enviar comunicados de prensa a medios locales y nacionales sobre eventos, premios, y proyectos sociales. / **1 comunicado semanal**
- o Organizar eventos con periodistas para generar cobertura mediática. (Ruedas de prensa) / **1 evento mensual**
- o Participar en entrevistas en radio y televisión para hablar sobre la misión social de la lotería, sorteos y sus beneficios. / **Todos los lunes presencia o pregrabada.**

3. Marketing de Eventos:

- o **Eventos Comunitarios:**

- Organizar jornadas de salud y actividades recreativas en diferentes municipios.

- o **Eventos Exclusivos:**

- Promocionales para abonados VIP y ganadores de la lotería, invitarlos como clientes preferenciales a saber de primera mano noticias de la lotería. / **1 evento semestral**

4. Marketing Tradicional:

- o **Publicidad Exterior:**

- Propuesta digital de intervención o expectativa de espacios con la LT. (1 al año)

- o **Medios Impresos:**

- Publicar anuncios en periódicos locales y/o revistas. / **4 comunicados al semestre**

		PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES		
VERSIÓN: 03	RESPONSABLE: PROF ESPECIALIZADO UNIDAD OPERATIVO Y COMERCIAL	FECHA DE INICIO/ACTUALIZACIÓN: 17-09-2024	PÁGINA: 5 DE 5	CÓDIGO: MP-R-009

5. Responsabilidad Social Corporativa:

○ Campañas Sociales:

- Implementar la campaña "Lotereros a lo Bien" para mejorar las condiciones laborales de los loteros, darle continuidad de manera física y digital, haciendo perfiles de los loteros, sus vidas y líneas del tiempo. (Finalizando la vigencia 2024)

6. Innovación y Tecnología:

○ App Móvil:

- Desarrollar una aplicación móvil de la Lotería del Tolima para la compra de billetes, consulta de resultados y noticias. (Desarrollo al finalizar la vigencia 2024)

○ Página Web

Suministrar banners semanales de cada sorteo, hacer reajuste de banner mensual de campaña en ejecución.

Control de cambios

Rev.	Fecha	Elaboro	Reviso / Aprobó	Observaciones y/o Ajustes
3	17-09-2023	Profesional especializado unidad operativa y comercial	Comité de calidad	1. Se actualiza la periodicidad de las publicaciones en las diferentes redes sociales.
2	9-05-2023	Profesional especializado unidad operativa y comercial	Comité de calidad	1. Se modifica el cuadro de control de cambios con la Rev. y fecha de elaboración. 2. Se modifica la codificación de los documentos de acuerdo con el procedimiento control de la información documentada.
1	30-06-2022	Profesional especializado unidad operativa y comercial	Comité de calidad	1. Se implementa el SIGC. 2. Se actualiza por revisión y ajuste del formato del SIGC.
0	18-08-2020	Profesional especializado unidad operativa y comercial	Comité de calidad	1. Creación del documento