

		PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES		
VERSIÓN: 03	RESPONSABLE: PROF ESPECIALIZADO UNIDAD OPERATIVO Y COMERCIAL	FECHA DE INICIO/ ACTUALIZACIÓN: 25-9-2023	PÁGINA: 1 DE 7	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: 25-9-2023	PÁGINA: 2 DE 7	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: 25-9-2023	PÁGINA: 3 DE 7	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

En comunicación externa se contempla toda la publicidad y manejo de los canales que permiten comunicar la Lotería del Tolima hacia las partes interesadas, valiéndose de las tecnologías de la información y de medios de difusión propios y externos.

Gran parte de las comunicaciones externas se pueden realizar bajo diferentes medios, algunos de ellos de control y manejo exclusivo de la Empresa, como lo es el ecosistema de medios digitales propios a través de redes sociales que se proponen realizar de la siguiente forma:

VERSIÓN: 03

RESPONSABLE: PROF
ESPECIALIZADO UNIDAD
OPERATIVO Y COMERCIAL

FECHA DE INICIO/
ACTUALIZACIÓN:
25-9-2023

PÁGINA:
4 DE 7

CÓDIGO:
MP-R-009

Objetivo cuantitativo	Estrategia (Descripción de las actividades – acciones)	Alcance / Público	Tipo	Periodicidad	Fecha de aplicación
<p>Promocionar las actividades, programas, campañas y proyectos que posicione la marca Lotería del Tolima.</p> <p>Incrementar la comunidad social a través de la captación de público que hace uso de esta red, y que tiene ubicación geográfica dentro del territorio nacional y principalmente en el departamento del Tolima.</p>	<p>Facebook</p> <p>Se realizarán publicaciones en los formatos de fotografía, micro vídeos de televisión, animados y gif.</p> <p>Las publicaciones se realizarán por medio de Facebook con el ánimo de promocionar e incentivar la venta de la lotería, propiciando así que el público externo sepa qué sorteo se encuentra en juego y cómo son sus posibilidades de ganar con la adquisición del billete de Lotería del Tolima.</p>	Público nuevo, compradores, vendedores, distribuidores.	Digital Virtual	<p>2 veces al día durante los días hábiles de la semana en el muro y una los días no hábiles.</p> <p>Estas publicaciones podrán ser sobrepasadas teniendo en cuenta los eventos especiales que realice la entidad o que sean invitados.</p>	<p>8:00 am - 12:00 m - 4:00 pm</p> <p>Durante todos los meses del año.</p>
	<p>Instagram</p> <p>Se realizarán publicaciones en los formatos de fotografía, micro vídeos y memes.</p> <p>Las publicaciones se realizarán por medio de Instagram y se dieron de manera informativa. Se distribuían en 3 post mostrando los resultados de las loterías sorteadas del día anterior, ya que estas juegan en la</p>	Público nuevo, compradores, vendedores, distribuidores.	Digital Virtual	<p>2 veces al día durante los días hábiles de la semana en el muro y una los días no hábiles.</p> <p>Estas publicaciones podrán ser sobrepasadas teniendo en cuenta los eventos especiales que realice la entidad o que sean</p>	<p>8:00 am - 12:00 m - 4:00 pm</p> <p>Durante todos los meses del año.</p>

VERSIÓN: 03


RESPONSABLE: PROF
ESPECIALIZADO UNIDAD
OPERATIVO Y COMERCIAL

FECHA DE INICIO/
ACTUALIZACIÓN:
25-9-2023

PÁGINA:
5 DE 7

CÓDIGO:
MP-R-009

	noche, y 4 historias que buscaban la interacción con el público en general mientras se brinda información.			invitados.	
	<p>Twitter</p> <p>Se realizarán publicaciones en formato de texto, imágenes y fotografías.</p> <p>Las publicaciones se difundirán por medio de Twitter con la intención de dar a la información de interés público relacionada con la Lotería del Tolima.</p>	Público nuevo, compradores, vendedores, distribuidores.	Digital Virtual	<p>3 veces a la semana</p> <p>Estas publicaciones podrán ser sobrepasadas teniendo en cuenta los eventos especiales que realice la entidad o que sean invitados.</p>	<p>8:00 am - 2:00 pm</p> <p>Durante todos los meses del año.</p>
	<p>Threads</p> <p>Se realizarán publicaciones con temáticas informativas, como resultados, ganadores, promocionales de sorteo, que llamen la atención de quienes interactúan con esta red.</p>	Público constante y nuevo, compradores, vendedores, distribuidores	Digital Virtual	<p>3 veces a la semana.</p> <p>Estas publicaciones podrán ser sobrepasadas teniendo en cuenta los eventos especiales que realice la entidad o que sean invitados.</p>	
	<p>Tiktok</p> <p>Se realizarán publicaciones de videos con temáticas en tendencia que sean llamativas para la comunidad que consume esta red social.</p>	Público constante y nuevo, compradores, vendedores, distribuidores	Digital Virtual	<p>Mínimo se debe realizar una publicación cada dos meses.</p> <p>Las publicaciones de las redes sociales serán ajustadas según la necesidad y las tendencias que se generen.</p>	Durante todos los meses del año.

		PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES		
VERSIÓN: 03	RESPONSABLE: PROF ESPECIALIZADO UNIDAD OPERATIVO Y COMERCIAL	FECHA DE INICIO/ACTUALIZACIÓN: 25-9-2023	PÁGINA: 6 DE 7	CÓDIGO: MP-R-009

Otro de los canales informativos digitales externos de vital importancia para el empresa será la página web www.loteriadeltolima.com como canal de venta y promoción de la información que permite incrementar la presencia digital de la marca y facilitar la comunicación con nuestras partes interesadas.

Objetivo cuantitativo	Estrategia (Descripción de las actividades – acciones)	Alcance / Público	Tipo	Periodicidad	Fecha de aplicación
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 Incrementar la comunidad social a través de la captación de público que hace uso de esta red, y que tiene ubicación geográfica dentro del territorio nacional y principalmente en el departamento del Tolima.	Sitio Web Se realizará una actualización permanente del sitio web de la Lotería del Tolima, de acuerdo con las exigencias del mercado y las partes interesadas. Se mantendrá actualizado el sitio web, con la información pertinente para el posicionamiento de la empresa y bajo las necesidades comerciales	Público nuevo, compradores, vendedores, distribuidores, entes de control.	Digital Virtual	Actualización de banner de resultados cada semana. Publicación de la información de boletines de prensa y promocionales.	Lunes Semanal o de acuerdo con la periodicidad de los promocionales.

		PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES			
VERSIÓN: 03	RESPONSABLE: PROF ESPECIALIZADO UNIDAD OPERATIVO Y COMERCIAL	FECHA DE INICIO/ACTUALIZACIÓN: 25-9-2023	PÁGINA: 7 DE 7	CÓDIGO: MP-R-009	

La publicidad digital hace parte del ecosistema digital del que la Lotería del Tolima debe hacer parte para mantenerse vigente y ganar mayores espacios en el mercado.

Objetivo cuantitativo	Estrategia (Descripción de las actividades – acciones)	Alcance / Público	Tipo	Periodicidad	Fecha de aplicación
<p>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</p> <p>Incrementar la comunidad social a través de la captación de público que hace uso de esta red, y que tiene ubicación geográfica dentro del territorio nacional y principalmente en el departamento del Tolima.</p>	<p>Publicidad digital</p> <p>Se gestionarán contratos con sitios web digitales de amplia cobertura y gran aceptación comercial de acuerdo con las necesidades de la Lotería</p> <p>Se mantendrá actualizada la publicidad que se contrate.</p>	<p>Público nuevo, compradores, vendedores, distribuidores, entes de control.</p>	<p>Digital Virtual</p>	<p>Publicación de publicidad de la lotería en forma permanente</p> <p>Publicación de la información de boletines de prensa y promocionales.</p>	<p>Comienzo de mes</p> <p>Semanal o de acuerdo con la periodicidad de los promocionales.</p>

Control de cambios

Rev.	Fecha	Elaboro	Reviso / Aprobó	Observaciones y/o Ajustes
3	25-9-2023	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