

**PLAN DE MERCADEO PARA LA LOTERIA DEL CAUCA**

**Yonier Alejandro Muñoz de la Cruz**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA AUTÓNOMA DEL CAUCA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y ECONÓMICAS**  
**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**2017**

**PLAN DE MERCADEO PARA LA LOTERIA DEL CAUCA**

**Yonier Alejandro Muñoz de la Cruz**

**Proyecto de pasantía como requisito para optar al título de Administrador de Empresas**

**Director(a):**

**Ana Milena Rizo**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA AUTÓNOMA DEL CAUCA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y ECONÓMICAS**

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**2017**

**NOTA DE ACEPTACION**

---

---

---

---

**Mg MARÍA DEL CARMEN COLLAZOS ASTUDILLO**

**Presidenta Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Económicas**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA AUTÓNOMA DEL CAUCA**

---

**PATRICIA AYALA**

**Economista**

---

**Esp. ELIANA BENAVIDEZ SERRALDE**

**Popayán Cauca, 08 de Agosto del 2018.**

## **DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD.**

*Todos los conceptos desarrollados, análisis y conclusiones realizados del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad del autor y autorizo a la Corporación Universitarias Autónoma del Cauca el uso del mismo para fines académicos.*

*Popayán Cauca, Agosto 08 de 2018.*

---

***Yonier Alejandro Muñoz de la Cruz***

## **DEDICATORIA**

*A Dios, a mis padres, hermana, esposa e hijo, familia en general, quienes me dieron todo su amor, su apoyo incondicional para poder culminar esta etapa en mi vida.*

**YONIER ALEJANDROMUÑOZ DE LA CRUZ.**

## **AGRADECIMIENTO**

*La presente tesis se la dedico:*

*Primero: a Dios, por haberme dado la vida, las fuerzas y la sabiduría para culminar mi etapa profesional.*

*Segundo: a mis padres quienes fueron los pilares fundamentales en mi vida, a ellos les agradezco su apoyo, sus consejos, ejemplo, enseñanzas, amor y todos los valores con los cuales me orientaron por el camino correcto, que Dios nos de la vida necesaria para retribuirles todo lo que hicieron por mí. Y a mi hermana a quién le agradezco su apoyo y por tener siempre una palabra de aliento en los momentos difíciles.*

*Tercero: A mi hijo Mathias quién es el mejor regalo que Dios me dio, y es el motor para seguir adelante. A mi esposa, por ser más que mi compañera mi amiga, gracias por confiar en mí y por el apoyo,*

*Cuarto: A la Corporación Universitaria Autónoma del Cauca, por darme la oportunidad de culminar mis estudios en tan prestigiosa institución, junto con todos los docentes, quienes compartieron su sabiduría y por quien hoy es mi directora de tesis.*

**YONIER ALEJANDRO MUÑOZ DE LA CRUZ**

## **AGRADECIMIENTO**

*Agradezco a ANA MILENA RIZO, por ser la persona que desde el principio ha guiado académicamente durante el desarrollo de este trabajo, brindándome su tiempo y compartiendo su conocimiento, sugerencias y comentarios, buscando siempre la excelencia en lo que hacemos.*

*Por todo lo anterior le agradezco y le deseo éxitos en su vida profesional y personal.*

**GRACIAS**

## **TABLA DE CONTENIDO**

RESUMEN.....	1
ABSTRACT .....	2
INTRODUCCION.....	3
1. INFORMACIÓN ESPECÍFICA DEL PROYECTO .....	5
1.1 Planteamiento del Problema.....	5
1.1.1 Formulación del problema.....	10
1.2 Objetivo General.....	11
1.3 Objetivos Específicos. ....	11
1.4 Antecedentes.....	11
1.4.1 Referentes normativos. ....	14
1.5 Justificación. ....	16
1.6 Metodología.....	17
1.6.1 Enfoque.....	17
1.6.2 Tipo de Investigación. ....	18
1.6.3 Método.....	19
1.6.4 Técnica.....	20
1.6.5 Determinación del Marco Muestral.....	21
1.6.6 Análisis e Interpretación de datos.....	25
1.7 Productos esperados .....	25
2. GENERALIDADES DE LA EMPRESA .....	26



2.1 Historia.....	26
2.2 Misión.....	27
2.3 Visión.....	27
2.4 Política de Calidad.....	27
2.5 Objetivos de Calidad.....	28
2.6 Slogan.....	28
2.7 Colores corporativos y Logotipo.....	28
2.8 Organigrama.....	29
2.9 Mapa de Procesos.....	29
3. ANÁLISIS DE LA CATEGORÍA.....	30
3.1 Análisis del Sector.....	30
3.2 Perfil socioeconómico del departamento de cauca.....	33
3.3 Análisis de la empresa en el Sector.....	41
3.3.1 Ventas.....	41
3.3.2 Transferencias a la salud.....	54
3.3.3 Escrutinio.....	55
3.3.4 Segmentación de mercado (Plan de mercado 2016).....	56
Perfil del jugador.....	56
3.3.5 Competencia.....	58
4. ANALISIS MIX DE MARKETING.....	63
4.1 Producto.....	63
4.2 Precio:.....	65

4.3 Promoción.....	67
4.3.1 Análisis de planes promocionales: 2 y 3 y el Sorteo Extraordinario.....	69
4.4 Distribución.....	76
5. APLICACIÓN Y RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS.....	78
5.1 Clientes.....	78
5.2 Vendedores de Lotería.....	98
5.3 Gerente de la Lotería del Cauca.....	116
5.4 Entrevista a Gerentes y/o propietarios de las agencias comercializadoras de loterías en el departamento de cauca.....	123
5.4.1 Inverpubenza.....	123
7.4.2 Conceloterías del Cauca.....	129
7.4.3 La Caucanita.....	132
6. MATRIZ DOFA.....	135
7. OBJETIVOS DE MARKETING.....	135
7.1 Clientes.....	135
7.2 Producto.....	138
7.3 Promoción y publicidad.....	142
7.4 Distribución.....	146
8. PLAN DE ACCIÓN.....	150
9. PRESUPUESTO.....	150
10. CONCLUSIONES.....	151
11. RECOMENDACIONES.....	152

12.	BIBLIOGRAFIA.....	154
13.	ANEXOS.....	165

## ILUSTRACIONES

Ilustración 1:	Ventas Lotería del Cauca, año 2017 .....	10
Ilustración 2:	<i>Organigrama Lotería del Cauca</i> .....	29
Ilustración 3:	<i>Mapa de procesos Lotería del cauca</i> .....	29
Ilustración 4:	<i>Mapa del departamento del cauca</i> .....	34
Ilustración 5:	<i>Incremento de los bienes y servicio a 2015.</i> .....	38
Ilustración 6:	Mercado Laboral en el departamento de cauca a 2017.....	40
Ilustración 7:	Comparativo de venta local de la lotería del cauca, año 2015 frente al 2016.....	42
Ilustración 8:	<i>Incremento en ventas 2014 - 2017</i> .....	45
Ilustración 9:	<i>Crecimiento en ventas: Plan de premios de \$3.000 millones Vs Plan de premios \$3,333 millones.</i> .....	46
Ilustración 10:	<i>Ventas en Valle del cauca 2017</i> .....	49
Ilustración 11:	<i>Crecimiento en ventas 2017 en el cauca</i> .....	52
Ilustración 12:	Incremento en ventas 2016 de la lotería del valle.....	59
Ilustración 13:	Concentración en ventas de la lotería del valle a 2015 .....	60
Ilustración 14:	Mercado de participación de a Lotería del Valle .....	62
Ilustración 15:	Medidas billete y fracción de la lotería del cauca. ....	65
Ilustración 16:	Comportamiento Plan promocional 2 y 3 en el Valle.....	71

Ilustración 17: <i>Comportamiento Plan promocional 2 y 3 en el Cauca</i> .....	71
Ilustración 18: Encuesta a clientes:sexo .....	78
Ilustración 19: Encuesta a clientes: Edades.....	79
Ilustración 20: Pregunta 1: ¿Cuánto tiempo lleva comprando la lotería del cauca? .....	81
Ilustración 21: Pregunta 2: ¿Cómo conoció del producto Lotería del Cauca?.....	82
Ilustración 22: Pregunta 3: ¿Con qué frecuencia compra su billete de Lotería del Cauca? .....	83
Ilustración 23: Pregunta 4: ¿Cuánto dinero invierte en la compra de Lotería del Cauca en un mes? .....	85
Ilustración 24: Pregunta 5: Considera que el Premio Mayor de la Lotería del Cauca es:.....	86
Ilustración 25: Pregunta 6: En comparación con las otras loterías, ¿usted cree que las promociones que brinda la Lotería del Cauca son: .....	88
Ilustración 26: Pregunta 7: ¿Cómo considera que es el precio del billete y fracción?.....	89
Ilustración 27: Pregunta 8: ¿Qué le gusta y qué no le gusta de la Lotería del Cauca?.....	91
Ilustración 28: Pregunta 9: ¿Ha recomendado usted la Lotería del Cauca a otras personas? .....	92
Ilustración 29: Pregunta 10: ¿Recomendaría usted la Lotería del Cauca a otras peronas?.....	93
Ilustración 30: Pregunta 11: ¿Compraría usted nuevamente la Lotería del Cauca?.....	94
Ilustración 31: Pregunta 12: ¿Desea hacer una sugerencia o recomendación sobre la Lotería del Cauca? .....	95
Ilustración 32: Vendedores de Lotería: total de encuestados.....	98
Ilustración 33: Encuesta a vendedores de lotería: edades .....	99
Ilustración 34: Pregunta 1: ¿Cuánto tiempo lleva en el oficio de lotero? .....	101
Ilustración 35: Pregunta 2: ¿Cuáles son sus condiciones de trabajo? .....	102

Ilustración 36: Pregunta 3: Actualmente, ¿Qué loterías vende usted? .....	103
Ilustración 37: Pregunta 4: De las anteriores loterías que usted vende, ¿Cuál o cuáles le genera más ganancia? .....	105
Ilustración 38: Pregunta 5: ¿Cuánto tiempo lleva vendiendo la lotería del cauca?.....	106
Ilustración 39: Pregunta 6: Actualmente tiene identificación que lo reconozca como lotero oficial de la lotería del cauca? .....	107
Ilustración 40: Pregunta 7: ¿Ha recibido acompañamiento por parte de la lotería del cauca para mejorar sus ventas? .....	108
Ilustración 41: Pregunta 8: Si respondió a la pregunt anterior SI, ¿Cómo caifica el acompañamiento por parte de la lotería del cauca?.....	109
Ilustración 42: Pregunta 9: ¿Qué le gustaría que le ofreciera la lotería del cauca, por su compromiso con la misma?.....	110
Ilustración 43: Pregunta 10: ¿Siente que la lotería del cauca los tiene en cuenta al momento de realizar promociones o dar algún beneficio?.....	111
Ilustración 44: Pregunta 11: ¿Qué cosas resalta y qué cosas debe mejorar la lotería del cauca? .....	112
Ilustración 45: Pregunta 12: En general, ¿Se siente satisfecho con todo lo brindado por la lotería del cauca? .....	113

## TABLAS

Tabla 1: Plan de premios, Lotería del Cauca 2017 .....	6
Tabla 2: Planilla comparativa de ventas por sorteo local y foráneas .....	7
Tabla 3: Representación del total de ventas a nivel nacional, Lotería del Cauca 2017. ....	8
Tabla 4: Plan de Premios de las Loterías a 2015.....	9
Tabla 5: Variación del IPC a 2015 en Colombia. ....	37
Tabla 6: Crecimiento mercado laboral en el departamento de cauca a 2017.....	40
Tabla 7: Crecimiento de la lotería del cauca desde el año 2014 al 2017. ....	43
Tabla 8: <i>Variación en ventas año 2016 vs 2017 de la lotería del cauca.</i> ....	44
Tabla 9: Principales mercados de la lotería del cauca.....	47
Tabla 10: <i>Principales agencias comercializadores en el valle del cauca.</i> .....	48
Tabla 11: Crecimiento en 2017 de las principales agencias comercializadoras en el valle del cauca.....	50
Tabla 12: Crecimiento en ventas 2017 de Antioquia, Bogotá y Atlántico.....	51
Tabla 13: Crecimiento en ventas a 2017 de las agencias en el cauca. ....	54
Tabla 14: <i>Transferencia a la salud Lotería del Cauca 2017.</i> ....	55
Tabla 15: Crecimiento en ventas, Plan promocional “2 y 3”. ....	69

## ANEXOS

Anexo 1: Registro fotográfico con vendedores de lotería.....	165
Anexo 2: Registro Fotográfico con clientes.....	167
Anexo 3: Registro fotográfico con el actual gerente de la lotería del cauca.....	168
Anexo 4: Registro fotográfico con el gerente de Inverpubenza.....	168
Anexo 5: Registro fotográfico con el gerente de la agencia L a Caucanita .....	169
Anexo 6: Registro fotográfico de la agencia Conceloterías del cauca. ....	169
Anexo 7: Material Publicitario de la Lotería del Cauca.....	170
Anexo 8: Formato de encuesta a vendedores de lotería .....	171
Anexo 9: Formato de encuesta para clientes.....	173
Anexo 10: formato de entrevista para el actual gerente de la lotería del cauca. ....	175
Anexo 11: Formato de entrevista para gerentes y/o dueños de agencias comercializadoras en el cauca.....	176
Anexo 12: <i>Participación en ventas de cada región donde se vende la lotería del cauca.</i> .....	177
Anexo 13: Escrutinio 2017 lotería del cauca. ....	178
Anexo 14: Segmentación de la Lotería del Cauca, Plan de Marketing 2016.....	179
Anexo 15: Plan de Premios de la Lotería del Valle a 2017.....	180
Anexo 16: Plan de premios de la Lotería del Cauca a 2017. ....	181
Anexo 17: Filtros de seguridad frontal del billete de lotería del cauca. ....	182
Anexo 18: Filtros de seguridad parte posteriores del billete de lotería del cauca. ....	183
Anexo 19: Plan promocional 2 y 3, de la lotería del cauca 2017 .....	184

Anexo 20: Diseño publicitario para el sorteo extraordinario de la lotería del Cauca 2017.....	185
Anexo 21: Plan de premios Super Millonario de Navidad 2017.....	186
Anexo 22: Promedio y Crecimiento Plan Promocional 2 y 3 en el Valle. ....	187
Anexo 23: Promedio y Crecimiento Plan Promocional 2 y 3 en el Cauca.....	188
Anexo 24: <i>Crecimiento y variación Súper Millonario de Navidad 2017.</i> ....	189
Anexo 25: Variación de la participación en ventas del Valle 2017. ....	190
Anexo 26: <i>Variación de la participación en ventas del Cauca 2017.</i> ....	191
Anexo 27: <i>Variación en participación en ventas de Antioquia 2017.</i> ....	191
Anexo 28: <i>Variación en participación en ventas Bogotá 2017.</i> ....	192
Anexo 29: <i>Variación en la participación en ventas Atlántico 2017.</i> ....	192
Anexo 30: Promedio y Crecimiento Plan Promocional 2 y 3 en el Cauca.....	193
Anexo 31: Matriz DOFA.....	194
Anexo 32: Plan de Acción.....	195
Anexo 33: Presupuesto.....	197
Anexo 34:Planilla Comparativa de ventas por sorteo a nivel local y foránea.....	1
Anexo 35: Venta en fracciones SÚPER MILLONARIO DE NAVIDAD, Lotería del Cauca , año 2017.....	3
Anexo 36: Tabla comparativa de crecimiento entre. Plan de premios de \$3.000 millones y el actual plan de premios.....	4



## RESUMEN

Entre muchos de los objetivos empresariales que hoy las empresas se trazan, está el poder conocer su nivel de posicionamiento que tiene su producto y/o servicio en el mercado, además, ciertos aspectos y variables que afecten el mejoramiento continuo; para luego poder plantear estrategias que permitan ser más competitivos y así lograr mejor participación en el mercado al que pertenecen y por ende un mejor posicionamiento.

El presente trabajo de grado es un aporte para la empresa Lotería de Cauca, el cual consiste en un plan de marketing, donde el objetivo principal ha girado en torno al incremento sustancial de la ventas en el departamento del cauca. Esta investigación se desarrolló en la ciudad de Popayán Cauca. Lo primero que se realizó fue conocer el plan estratégico de la lotería del cauca, seguidamente la realización de un análisis interno y externo y como último el estudio de los cuatro (4) actores que intervienen en el mercado de loterías, como son: vendedores(Lotereros), clientes, gerentes y/o dueños de agencias distribuidores y gerente de la empresa en estudio. A los dos primeros se les aplicó la modalidad de encuestas y a los últimos entrevistas; buscando conocer su percepción acerca de la empresas en mención y así determinar los factores positivos y negativos, y una vez tenida toda esta información reunida se pasa a elaborar la matriz dofa, para luego sugerir posibles estrategias que permitan mejorar el posicionamiento actual de la lotería del cauca y al mismo tiempo lograr que personas prefieran comprar el producto de la empresa. Todas estas estrategias tienen sus indicadores de gestión, lo cuales ayudarán a medir el cumplimiento.

## **ABSTRACT**

Among many of the business goals that companies today are drawn, is to know your level the positioning of your product and / or service in the market, in addition, certain aspects and variables affecting continuous improvement; then raising strategies to be more competitive and achieve better market share to which they belong and thus better positioning.

This degree work is a contribution to the company Cauca Lottery, which consists of a marketing plan, where the main focus has revolved around the substantial increase in sales in the department of Cauca. This research was conducted in the city of Popayan, Cauca. The first thing done was to know the strategic plan lottery cauca, then conducting an internal and external analysis and as a last study four (4) players involved in the lottery market, such as: vendors (lotteries), customers, managers and / or owners of distributors agencies and manager of the company under study. The first two were administered the form of surveys and recent interviews; seeking to know their perception about the companies in question and determine the positive and negative factors, and once taken all this gathered information is passed to develop the SWOT matrix, then suggest possible strategies to improve the current positioning lottery cauca while getting people prefer to buy the product from the company. All these strategies have their indicators management, which will help to measure compliance.

## INTRODUCCION

La lotería del cauca, es una de las empresas más representativas del departamento, la cual genera trabajo a nivel nacional a miles de personas y recursos económicos para la salud de los colombianos por más de sesenta años; brindando la oportunidad de poder cumplir todos los sueños a los clientes mediante la entrega de muchos millones que tiene a disposición su plan de premios y que con el transcurrir del tiempo se ha venido fortaleciéndose, volviéndose más atractivo y competitivo.

En Colombia existen catorce loterías, donde la del cauca ocupa el sexto lugar de las más importantes al año 2017, entrando en el rango de loterías medianas, gracias a su plan de premios, compitiendo en el mercado de juegos de suerte y azar con estas otras loterías al igual que con otros novedosos como los son baloto, juegos se apuestas, chance, etcétera, buscando tener mayor y mejor participación de este mercado.

Actualmente la empresa tiene presencia a nivel nacional, con más de 50 agencias que distribuyen el producto. De todas las regiones donde esta su producto, existen cinco regiones más importantes, las cuales concentran alrededor de 85% de las ventas totales de la empresa, donde el Valle del Cauca reporta el 54% en ventas, seguido por el Cauca con el 15%, luego está Antioquia, Bogotá y Atlántico.

La anterior dicho, permite concluir que la empresa está generando mayores ventas afuera que en lo local, lo que conlleva a aportar más recursos económicos a la salud de los otros departamentos. Ante esta problemática, se decide hacer un plan de marketing, el cual le permita a la lotería del Cauca lograr mejor participación de mercado en el ámbito local e incrementar ese 14% de las ventas, y por ende transferir más recursos a la salud de todos los caucanos, a través de un estudio de las variables externas e internas que afectan el entorno empresarial, como por ejemplo estudiar y analizar todos los actores que intervienen en este sector, como son los clientes, vendedores de lotería, gerentes y/o dueños de las agencias distribuidoras, y al gerente de la empresa, al igual que el diagnóstico de la situación presente. Una vez tenida esta información, poder conocer más exactamente todas fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, para luego sugerir posibles estrategias que ayuden a potenciar lo positivo y minimizar o erradicar lo negativo, buscando siempre cumplir ese objetivo de estudio.

## 1. INFORMACIÓN ESPECÍFICA DEL PROYECTO

### 1.1 Planteamiento del Problema

La Lotería del Cauca, es una empresa que comercializa su producto llamado lotería, tiene como Misión: propósito fundamental contribuir eficazmente a la financiación del servicio público de la salud, a través de un plan de premios atractivo y confiables que cumpla las expectativas de sus clientes, y Visión: En el año 2020, la Lotería del Cauca alcanzará un incremento del 20% en ventas acumuladas, manteniendo su cobertura a nivel nacional, siendo reconocida por sus clientes como una empresa confiable y socialmente responsable. (Lotería del Cauca, 2017)

Actualmente el producto de la lotería del cauca se encuentra a nivel nacional; desde el año 2015 hasta la fecha la empresa ha modificado dos (2) veces su plan de premios, pasando de \$1.500 millones a \$3.000 y ya en agosto de 2017 se realizó el lanzamiento del nuevo plan de premios, entregando un premio mayor de \$3.333 millones al premio mayor; este incremento en el valor del mayor se volvió más atractivo para el cliente y le permitió a la empresa entrar en el rango de las empresas medianas dentro del mercado de loterías, debido a que su premio mayor está entre los \$3.000 y \$6.000 millones. Además generó un crecimiento en las ventas por sorteo entre seiscientos (600) y setecientos(700) millones por sorteo. En general se puede decir que gracias al fortalecimiento del plan de premios, la lotería del cauca actualmente está entre las primeras seis(6) lotería más importantes del país, tal como lo muestra la siguiente tabla.

Tabla 1: Plan de premios, Lotería del Cauca 2017

ANÁLISIS PLANES DE PREMIOS					
LOTERÍA	DÍA	PRECIO FRACCIÓN	PRECIO BILLETE	PREMIO MAYOR	PREMIOS SECOS
Medellín	Viernes	\$ 6.000	\$ 18.000	\$ 12.000.000.000	42
Boyacá	Sábado	\$ 3.000	\$ 15.000	\$ 10.000.000.000	40
Bogotá	Jueves	\$ 5.000	\$ 15.000	\$ 6.000.000.000	69
Santander	Viernes	\$ 3.000	\$ 15.000	\$ 6.000.000.000	48
Valle	Miércoles	\$ 3.000	\$ 12.000	\$ 3.500.000.000	31
<b>Cauca</b>	<b>Sábado</b>	<b>\$ 3.000</b>	<b>\$ 12.000</b>	<b>\$ 3.333.000.000</b>	<b>21</b>
Cundinamarca	Lunes	\$ 4.000	\$ 12.000	\$ 3.000.000.000	52
Cruz Roja	Martes	\$ 5.000	\$ 10.000	\$ 3.000.000.000	76
Quindío	Jueves	\$ 4.000	\$ 8.000	\$ 1.700.000.000	19
Tolima	Lunes	\$ 2.000	\$ 8.000	\$ 1.500.000.000	19
Meta	Miércoles	\$ 3.000	\$ 9.000	\$ 1.500.000.000	55
Risaralda	Viernes	\$ 2.000	\$ 8.000	\$ 1.100.000.000	25
Huila	Martes	\$ 2.000	\$ 8.000	\$ 1.000.000.000	25
Manizales	Miércoles	\$ 2.000	\$ 6.000	\$ 1.000.000.000	39

Fuente: Lotería del Cauca.

Aun así, las ventas por sorteo siguen siendo bajas, porque con el nuevo plan de premios se pretendía llegar a la meta de los ochocientos(800) millones por sorteo; la única vez que se acercó

fue durante el lanzamiento, al cual superó los setecientos(700) millones de pesos, de ahí en adelante tuvo un comportamiento descendente durante el año 2017 (Ver table n° 2).

Del 100% de las ventas totales de la lotería del cauca, el 85% de ellas se hacen en el resto del país, mientras que el 15% pertenecen al departamento de cauca; esta situación es preocupante porque son más los recursos a la salud que se generan a las secretarías de salud departamentales de las otras regiones que las que entran a la secretaría de salud local (Ver tabla n° 3).

Tabla 2: Planilla comparativa de ventas por sorteo local y foráneas

<b>PLANILLA COMPARATIVA DE VENTAS POR SORTEO LOCAL Y FORANEAS</b>				
	<b>FECHA</b>		<b>VALOR VENTA</b>	<b>VENTA MENSUAL</b>
<b>PLAN DE PREMIOS, PREMIO MAYOR \$ 3.333 MILLONES AL PREMIO MAYOR.</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>5</b>	\$ 702.795.000	<b>\$ 2.693.793.000,00</b>
		<b>12</b>	\$ 671.796.000	
		<b>19</b>	\$ 693.399.000	
		<b>26</b>	\$ 625.803.000	
		<b>30</b>	\$ 609.663.000	
	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>2</b>	\$ 638.667.000	<b>\$ 3.081.126.000,00</b>
		<b>9</b>	\$ 613.404.000	
		<b>16</b>	\$ 630.975.000	
		<b>23</b>	\$ 588.417.000	
		<b>30</b>	\$ 609.663.000	
	<b>OCTUBRE</b>	<b>7</b>	\$ 627.117.000	<b>\$ 2.407.398.000,00</b>
		<b>14</b>	\$ 614.172.000	
		<b>21</b>	\$ 572.589.000	
		<b>28</b>	\$ 593.520.000	
		<b>30</b>	\$ 609.663.000	
<b>NOVIEMBRE</b>	<b>4</b>	\$ 624.336.000	<b>\$ 2.381.127.000,00</b>	
	<b>11</b>	\$ 607.164.000		
	<b>18</b>	\$ 570.237.000		
	<b>25</b>	\$ 579.390.000		

<b>Billete de 4 fracciones, Valor Fracción \$ 3.000</b>	<b>DICIEMBRE</b>	<b>2</b>	\$	623.880.000	<b>\$ 3.279.969.000,00</b>
		<b>9</b>	\$	543.855.000	
		<b>16</b>	\$	816.516.000	
		<b>23</b>	\$	596.997.000	
		<b>30</b>	\$	698.721.000	

Fuente: Lotería del Cauca.

Tabla 3: Representación del total de ventas a nivel nacional, Lotería del Cauca 2017.

<b>REPRESENTACION DEL TOTAL DE VENTAS A NIVEL NACIONAL</b>	
<b>LOTERÍA DEL CAUCA - AÑO 2017</b>	
<b>VENTA</b>	<b>PARTICIPACIÓN</b>
LOCAL	14%
FORÁNEA	86%

Fuente: Propia

Otra problemática está en el área comercial donde se denota pocas estrategias de activación de marca, impulsar ventas y campañas de marketing poco efectivas, lo que afecta significativamente frente a empresas competidoras las cuales ofrecen productos similares (lotería) con una mayor aceptación del cliente en la línea de publicidad y reconocimiento.

Las causas que se pueden denotar son:

- Poco conocimiento del personal en cuanto a innovación en marketing,
- Poca elaboración de estrategias factibles y llamativas al público
- Bajos incentivos a sus loteros



Mirando el pronóstico y la situación, se determina la necesidad de definir nuevas estrategias de mercadeo.

Además de lo anteriormente descrito, la empresa tuvo que ir haciendo modificaciones a su plan de premios, logrando ser más competitivo y atractivo a sus clientes; puesto que según el análisis coljuegos para el año 2015, ocupaba el puesto octavo(8) de 15 loterías a nivel nacional, tal como se ve en el siguiente gráfico:

Tabla 4: Plan de Premios de las Loterías a 2015.

ANÁLISIS PLANES DE PREMIOS A 2015						
LOTERÍA	DÍA	PRECIO FRACCIÓN	PRECIO BILLETE	PREMIO MAYOR	PREMIOS SECOS	
Medellín	Viernes	\$ 5.000	\$ 15.000	\$ 7.000.000.000	29	
Boyacá	Sábado	\$ 5.000	\$ 15.000	\$ 7.000.000.000	53	
Bogotá	Jueves	\$ 4.000	\$ 12.000	\$ 6.000.000.000	69	
Santander	Viernes	\$ 5.000	\$ 15.000	\$ 5.000.000.000	53	
Valle	Miércoles	\$ 3.000	\$ 12.000	\$ 3.000.000.000	32	
Cundinamarca	Lunes	\$ 4.000	\$ 12.000	\$ 3.000.000.000	62	
Cruz Roja	Martes	\$ 5.000	\$ 10.000	\$ 3.000.000.000	75	
<b>Cauca</b>	<b>Sábado</b>	<b>\$ 2.000</b>	<b>\$ 10.000</b>	<b>\$ 1.500.000.000</b>	<b>11</b>	
Meta	Miércoles	\$ 3.000	\$ 9.000	\$ 1.500.000.000	32	
Tolima	Lunes	\$ 2.000	\$ 8.000	\$ 1.100.000.000	19	
Risaralda	Viernes	\$ 2.000	\$ 8.000	\$ 1.100.000.000	25	
Quindío	Jueves	\$ 2.000	\$ 6.000	\$ 1.000.000.000	9	
Huila	Martes	\$ 2.000	\$ 8.000	\$ 1.000.000.000	25	
Manizales	Miércoles	\$ 2.000	\$ 6.000	\$ 900.000.000	9	

Fuente: Lotería del Cauca

En la siguiente gráfica se mirará el comportamiento de la venta(fracciones) en el Departamento del Cauca, donde ha sido relativamente plano, y a partir del sorteo número 30 presenta una decrecimiento en sus ventas hasta este último sorteo número 37 del 9 de septiembre de 2017. Por lo tanto, se pretende realizar un estudio de marketing que resuelva esta problemática.

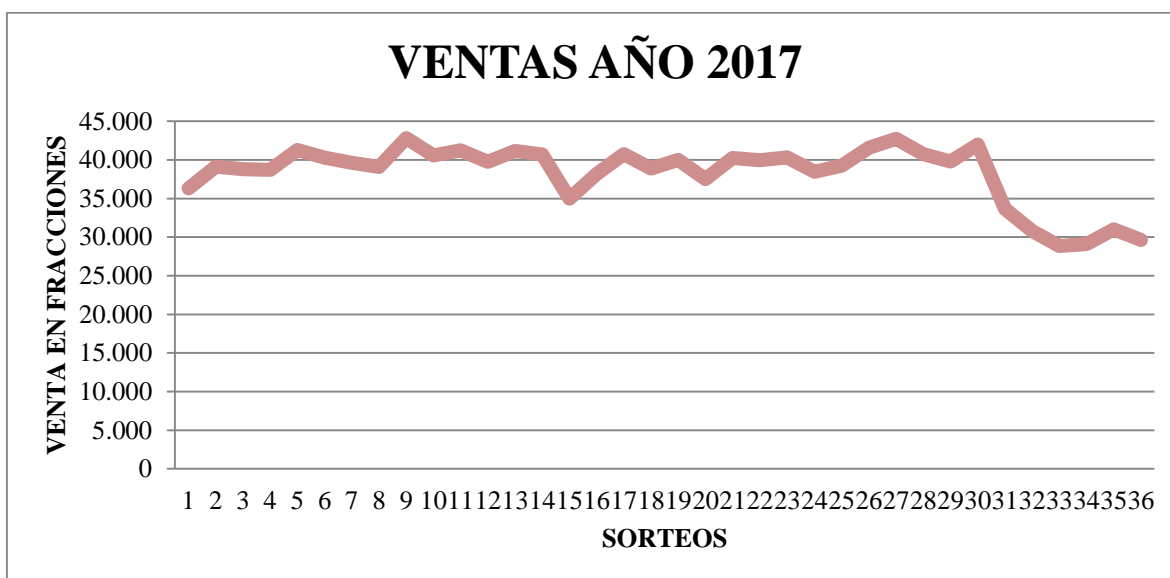


Ilustración 1: Ventas Lotería del Cauca, año 2017

Fuente: Lotería del Cauca

### 1.1.1 Formulación del problema.

¿Cuál es el plan de marketing pertinente, para la Lotería de Cauca que permita incrementar sus ventas en la ciudad de Popayán?

## **1.2 Objetivo General.**

Diseñar el Plan de Marketing para la empresa Lotería del Cauca, con el objetivo de incrementar las ventas en la ciudad de Popayán.

## **1.3 Objetivos Específicos.**

- ✓ Fundamentarse mediante el conocimiento de algunas generalidades de la empresa.
- ✓ Realizar un diagnóstico del sector de juegos de suerte y azar en Colombia.
- ✓ Analizar el comportamiento de las ventas de la Lotería del Cauca, tanto a nivel nacional como regional.
- ✓ Elaborar una matriz DOFA, que permita un análisis más preciso de Lotería del Cauca.
- ✓ Desarrollar estrategias de marketing enfocadas al aumento en las ventas del departamento del Cauca.

## **1.4 Antecedentes.**

La administración es una de las actividades más antiguas, donde el hombre primitivo, dentro de sus tribus planeaban lo que deseaban hacer antes de actuar, como por ejemplo al hacer sus lanzas, cazar animales etc. Tal como lo relata el origen y desarrollo de la administración: “La administración aparece desde que el hombre comienza a trabajar en sociedad” y se encarga de “hacer que los recursos sean productivos, esto es, con la responsabilidad de organizar el

desarrollo económico, refleja el espíritu esencial de la era moderna” (Universidad Católica Boliviana San Pablo, 2007)

Para el desarrollo de la teoría de la administración intervinieron dos (2) organizaciones como fue la iglesia católica y los militares donde la iglesia “cuya estructura sirvió de modelo a muchos administradores; y las organizaciones militares, influyendo en el comportamiento administrativo desde sus principios de dirección, unidad de mando, escala jerárquica y toma de decisiones científicas, entre otros”. (Revista Cubana de Psicología, 2002, pág. 1)

En Colombia el origen de la administración inicia con las primeras escuelas y facultades en el departamento de Antioquia, donde “la divulgación y enseñanza del pensamiento administrativo en Colombia en sus primeros años tuvo lugar en Antioquia y se dio a través de ingenieros de esta región en la Escuela Nacional de Minas de Medellín entre 1911 y 1912” (Universidad La Salle, 2010)

Una vez visto un poco de historia, se entra a conocer el concepto de administración donde se define como “el proceso a través del cual se dirigen los recursos humanos, materiales y financieros para la consecución de ciertos objetivos pero, muy especialmente, para mantener complacido al cliente que es el que permite seguir viviendo y desarrollando a la empresa ” (Revistas Científica Scielo, 2010)

Para Chiavenato en 2001 define: “administración es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el empleo de los recursos organizacionales para conseguir determinados objetivos con eficiencia y eficacia.” (Revista Científica Javeriana, 2007, pág. 118)

Resumiendo. La administración, es una ciencia social donde se estudia una empresa, interviniendo 4 variables (planear, organizar, dirigir y controlar) sobre los recursos necesarios para el funcionamiento de la organización.

Dentro de esta arte de administrar, existen diferentes áreas con sus respectivos componentes, los cuales son mecanismos para poder hacer la tarea de forma eficiente, entre ellos está el área de mercadeo y ventas. Dentro de esta área se desarrolla una serie de estrategias y metodologías para poder posicionar una marca en el mercado, fortalecer servicio al cliente, direccionamiento estratégico, etc; con el fin de satisfacer las necesidades del cliente y así poder incrementar sus ventas.

Los responsables del marketing dentro de los objetivos y estrategia “deben ser capaces de diseñar y administrar los procesos, a través de sus tres funciones básicas, a saber: comprender consumidores, conquistar compradores y conservar clientes”. (Revista Escuela de Administración de Negocios, 2012, págs. 173, 174) Los responsables del área de ventas es vital porque “ya que al realizar su labor contribuyen a aumentar las utilidades y obtener altos índices de satisfacción al cliente” y son “quienes reciben información cercana del cliente y escucha sus planteamientos,

permitiendo conocer sus necesidades; convirtiéndose en punto clave de cualquier proceso de mejoramiento organizacional” (Universidad del Zulia - Venezuela, 2013, pág. 381)

En síntesis, el jefe o gerente de estas dos áreas tiene la responsabilidad de diseñar estrategias y metodologías encaminadas a satisfacción del cliente, y la satisfacción induce a que se incrementen las ventas y proporcione una buena estabilidad financiera a la empresa.

Para poder cumplir la meta de tener una buena salud financiera, se debe hacer un plan de marketing orientada hacia este objetivo.

#### **1.4.1 Referentes normativos.**

Para el desarrollo de este plan de mercadeo, necesitamos abarcar y lograr interpretar conceptos concernientes sobre las generalidades de juegos de apuestas en la cual se reglamenta la empresa en estudio (Lotería del Cauca).

Existen leyes y decretos que reglamentan los juegos de suerte y azar en Colombia; entre ellas están:

La Constitución Política de Colombia de 1991 (art. 336) le concedió al Estado la explotación del Monopolio Rentístico de los Juegos de Suerte y Azar, es decir, le otorgó la posibilidad exclusiva de derivar rentas por la operación de esta actividad; las cuales deben ser destinadas a

un fin social prevalente. Asimismo, no limitó las posibilidades de explotación a ciertos juegos. (Coljuegos, 2017)

La ley 643 de 2001, expresa “El Gobierno tiene la potestad de proponer un régimen propio para la explotación del monopolio rentístico de los juegos de suerte y azar, es decir, una ley ordinaria de iniciativa gubernamental que defina la organización, administración, control y explotación del monopolio” (Coljuegos, 2017)

En Colombia existen:

- ✓ 15 loterías operadas por los departamentos y 38 concesionarios de Chance.
- ✓ Los departamentos tienen la autonomía de adjudicar la operación del Chance a terceros y, a su vez, tienen la obligación de fiscalizar la ejecución de estos contratos; con un gran énfasis en asegurar el pago de los recursos que estos concesionarios deben generar para financiar los servicios de salud pública de las regiones.
- ✓ El proceso de vigilancia contemplado por la Ley recae en dos entidades: el Consejo Nacional de Juegos de Suerte y Azar (CNJSA) y la Superintendencia Nacional de Salud. (Coljuegos, 2017)

Los principales decretos están:

- ✓ Decreto del 27 de mayo de 2003: Por el cual se reglamenta la Ley 643 de 2001 en lo relativo a la modalidad del juego de apuestas permanentes o chance.

- ✓ Decreto del 2 de septiembre de 2003: Por el cual se reglamenta el artículo 36 de la Ley 643 de 2001. Publicado en 2009--17.
- ✓ Decreto del 02 de febrero de 2004: Por el cual se modifica el plazo establecido en el parágrafo 2<sup>o</sup> del artículo 8<sup>o</sup> del Decreto 1350 de 2003. Publicado en 2009—17.  
(Lotería del Cauca, 2017)

El plan de marketing es una interacción entre varios elementos que buscan un objetivo trazado por la organización y según Kotler: “Un PMK es un documento escrito en el que se recogen los objetivos, las estrategias, los planes de acción relativos a los elementos de Marketing-Mix, que facilitarán y posibilitarán el cumplimiento de la estrategia dictada en el ambiente corporativo, año tras año, paso a paso” (Eumed, 2017)

Entre los innumerables beneficios que ofrece un plan de marketing, “ es esencial para el funcionamiento de cualquier empresa y la comercialización eficaz y rentable de cualquier producto servicio” y “ sirve para darse cuenta de los problemas, oportunidades y amenazas ”. (Effective Management, pág. 1)

## **1.5 Justificación.**

La finalidad de este proyecto, es la realización de un plan de mercado, buscando identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para luego desarrollar planes de mejora.



Este plan de mercadeo permite construir un plan de acción efectivo, analizarse internamente como externamente todas las variables y con esto formular metodologías y estrategias que permitan satisfacer las expectativas del cliente, al igual que llegar a nuevos nichos de mercado, fidelización del cliente, lograr mayor posicionamiento en el mercado, logrando así incrementar las ventas.

El presente estudio de mercado ayudará a la lotería del cauca en la formulación de una propuesta para un plan de marketing, permitiéndole mejorar aquellos puntos negativos y fortalecer lo positivo, buscando como objetivo principal el incremento en las ventas, generando posibles soluciones al caso de estudio.

## **1.6 Metodología**

### **1.6.1 Enfoque**

Para la presente investigación el enfoque será el mixto, puesto que reúnen el cualitativo y cuantitativo porque según samperi:

El enfoque cuantitativo, “usa recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento” y el cualitativo “utiliza recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas

de investigación y puede o no probar hipótesis en su proceso de interpretación” (McGraw-Hill Internacional, 2003, págs. 10,11)

### **1.6.2 Tipo de Investigación.**

La presente investigación se pretende emplear tanto la exploratoria y descriptiva.

La investigación exploratoria permite “un conocimiento de tipo general, que nos aproxime al conocimiento del tema...es el primer acercamiento científico a un problema”. (Universidad Nacional de Santiago del Estéreo, 2008, págs. 9,10)

Esta investigación se hará con todas las personas que integran el departamento comercial, con el objetivo de identificar variables, proponer estrategias y metodologías para poder solucionar el problema o situación que presenta la empresa.

Descriptiva “buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Universidad Autónoma del Carmen, 2004, pág. 20)

Esta investigación tiende a determinar las posibles estrategias de mercadeo que beneficie a los sectores como son los clientes y vendedores, mediante el contacto directo con la realidad de estos

actores, buscando idear estrategias enfocadas en lograr posicionamiento y fidelización que ayuden a incrementar las ventas de la lotería del cauca.

### 1.6.3 Método

Se aplicará cuatro (4) métodos:

**Deductivo** el cual “parte de una verdad universal para obtener conclusiones particulares”.

**Inductivo** parte “del análisis de ejemplos concretos que se descomponen en partes para posteriormente llegar a una conclusión.”.

**Analítico** “Este método es útil cuando se llevan a cabo trabajos de investigación documental, que consiste en revisar en forma separada todo el acopio del material necesario para la investigación”,  
y

**Sintético** “es el que analiza y sintetiza la información recopilada, lo que permite ir estructurando las ideas”. (Universidad Nacional Autónoma de México, 2014, págs. 14,15)

Se aplicará el método inductivo para iniciar la investigación de campo, mediante una observación de la problemática presente en la Lotería del Cauca, y poder obtener por mecanismo de recolección de información sobre vendedores y clientes, analizando factores internos y externos que inciden en el mejoramiento de las ventas.

Mediante la aplicación de este método deductivo se enumerará todas las fases del plan de marketing para incrementar las ventas de la Lotería, y otros factores para luego aplicar estrategias que ayuden a mejoramiento de las ventas.

El método analítico- sintético porque analizará diferentes teorías relevantes sobre las fases del plan de mercadeo, mediante este método se pretende interpretar toda la información obtenida en las diferentes metodologías utilizadas para la recolección de información y así poder conocer más a fondo la problemática.

#### **1.6.4 Técnica**

Se aplicarán las siguientes técnicas:

Observación directa, “Observar supone una conducta deliberada del observador, cuyos objetivos van en la línea de recoger datos con base en los cuales poder formular o verificar hipótesis”.

(Dirección de la cultura física y el deporte, pág. 6) Por medio de esta técnica se determina todas las situaciones que presenta la Lotería del Cauca, de forma más directa.

Encuestas “es una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación, mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una determinada población o universo que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características” (Revista Bolivianas, 2011).

Entrevista “técnica para recolectar datos para una investigación...se realiza con el fin de obtener información de parte de este, que es, por lo general una persona entendida en la materia de la investigación ” (Revista Bolivianas, 2011)

Donde la encuesta se realizará a los clientes y vendedores de la empresa Lotería del Cauca, para conocer cuáles son las expectativas y el nivel de aceptación hacia el producto. Y las entrevistas se realizarán al Gerente de la lotería y a los gerentes de las agencias o distribuidoras en la ciudad de Popayán Cauca.

Actualmente en la ciudad de Popayán Cauca existe un total de 393 loteros y 5 agencias. Popayán es la capital del Departamento del Cauca en la República de Colombia, se encuentra a una altitud de 1.738 metros sobre el nivel del mar, con una temperatura media de 19° C, se localiza a los 2°27' norte y 76°37'18" de longitud oeste del meridiano de Greenwich. (Alcaldía, Popayán, 2017) Y según el dane existe un total de 277.540, de los cuales 132.552 pertenecen a total de hombres y mujeres, entre los 30 y 70 años. (DANE, 2015)

### **1.6.5 Determinación del Marco Muestral**

Elemento: Hombres y mujeres

Unidad de muestreo: 30 a 70 años

Alcance: Cuidad de Popayán Cauca

Tiempo: 1 de febrero de 2018 a 15 de marzo de 2018.

La técnica para la selección del tamaño muestra es probabilístico porque “con este método es posible determinar la probabilidad que tiene cada elemento de la población de ser escogido en la muestra. Cuando las muestras son aleatorias, se pueden hacer afirmaciones probabilísticas acerca de la población en estudio”. (Universidad de Medellín, 2011), y dentro de este muestreo se encuentra la aleatoria simple, porque:

Se utiliza cuando se conocen todos los elementos que conforman la población. Cada elemento de la población tiene la misma posibilidad de ser elegido para formar parte de la muestra. Se elabora una lista enumerativa de los elementos. Desde aquí se obtiene una serie de elementos que constituyen la muestra. El proceso consiste en trabajar con una tabla de dígitos al azar o una serie de números aleatorios generados en una planilla de cálculo y seleccionar a los que coinciden con el número al azar y el orden de la lista, o utilizando un programa estadístico que seleccione una cantidad de elementos aleatoriamente de una lista general que es la población. (Revista Argentina de Humanidades y Ciencias Sociales, 2009)

Según el Dane al año 2015, el total de hombres y mujeres entre los treinta(30) y setenta(70) años es 132.552 (Dane, 2015)

Total hombres y mujeres = 132.552,

Total, Loteros: 383

Agencias: 5

N= 132.552 Clientes

n= Tamaño muestra

Z= Nivel de confianza de 95%

p= Proporción de éxito 50%

q= Proporción de error 50%

e= Error en la participación de la muestra 5%

Aplicando la fórmula tendremos:  $n = N * Z * Z * P * Q / (N * e * e) + (Z * Z * P * Q)$

n = 90 encuestas

N= 393 loteros

n= Tamaño muestra

Z= Nivel de confianza de 94%=1.96

p= Proporción de éxito 50%

q= Proporción de error 50%

e= error en la proporción de la muestra 6%

n= 53 encuestas

La metodología a implementar en la realización del plan de marketing, se hará de la siguiente manera:

Un plan de marketing presenta la siguiente secuencia:

- ✓ *Caracterización.*

- ✓ *Análisis de la situación actual del mercado.*
- ✓ *Objetivos de marketing.*
- ✓ *Estrategias de Marketing.*
- ✓ *Programa de acciones.*
- ✓ *Presupuesto.*
- ✓ *Control (Portal de Relaciones Públicas).*

**Primero:** Conocer la estructura organizacional de la empresa; como su:

- ✓ Historia
- ✓ Misión
- ✓ Visión
- ✓ Organigrama
- ✓ Política de Calidad, etc.

**Segundo:** Hacer un análisis del sector de Juegos de suerte y azar en Colombia, con el fin de mirar el comportamiento de las Lotería en el sector y como inciden los diferentes juegos (competencia) en las ventas de la empresa. Luego se analizará la lotería del cauca desde:

- ✓ Ventas
- ✓ Transferencia a la salud.
- ✓ Escrutinio en cada sorteo.
- ✓ Segmentación según Plan de mercadeo del año 2016.

**Tercero:** Análisis del departamento del Cauca, mediante el entorno económico.

**Cuarto:** Análisis del Marketing mix.



**Quinto:** Realizar un diagnóstico mediante la aplicación de la matriz DOFA.

**Sexto:** Diseño y aplicación de encuestas para conocer la opinión de los clientes, loteros y gerentes de las agencias en el departamento del cauca.

**Séptimo:** Diseño de estrategias.

**Octavo:** Aplicación de indicadores de gestión, para medir el cumplimiento de las estrategias planteadas.

**Noveno:** presupuesto.

#### **1.6.6 Análisis e Interpretación de datos.**

Se hará un trabajo de campo que consistente en la aplicación de las encuestas, lo que requiere de una planeación propia y valoración de los recursos necesarios para su realización. Por último, a medida que se obtenga la información se revisará y evaluará los resultados.

#### **1.7 Productos esperados**

El producto esperado es un plan de mercadeo que le permita a la empresa lotería del cauca incrementar sus ventas en el departamento de cauca, con propuestas posibles para la misma.

## **2. GENERALIDADES DE LA EMPRESA**

### **2.1 Historia.**

La Lotería del Cauca, se origina en el año 1923, cuando se creó para la comercialización del producto que se llamó Lotería del Cauca, operado y administrado por una empresa privada (la Compañía Distribuidora de Loterías Ltda. - CODILOL-). Posteriormente, en el año 1974, fue creada como empresa oficial del orden departamental, mediante decreto 404 (Estatuto Orgánico de la LOTERÍA DEL CAUCA) emanado de la Gobernación del departamento del Cauca, siendo gobernador el doctor AURELIO IRAGORRI HORMAZA. El primer gerente de la nueva empresa LOTERÍA DEL CAUCA, fue el doctor CARLOS HOLGUÍN VALENZUELA, bajo cuya administración, el día 4 de julio de 1975, se realizó el Sorteo Número 001, con un Plan de Premios incluyó un mayor de \$400.000 pesos, y cuatro premios secos.

Desde ese día y hasta la fecha, la LOTERÍA DEL CAUCA, ha funcionado de manera ininterrumpida, convirtiéndose en una de las principales empresas del departamento del CAUCA, y en orgullo de los Caucanos, gracias a la gran transparencia, seriedad y responsabilidad, con todos sus clientes (compradores y distribuidores y vendedores de lotería).

Se estima que, además de los recursos que la LOTERÍA DEL CAUCA transfiere a la SALUD DE LOS COLOMBIANOS, actualmente existe un promedio de 10.000 familias que obtienen su sustento de los empleos directos e indirectos que genera, y beneficia entre otros a empleados, distribuidores, contratistas y vendedores de Lotería y del Juego de Apuestas Permanentes,

popularmente llamado "Chance", quienes formando un solo equipo, han hecho que la LOTERÍA DEL CAUCA se haya posicionado entre las Loterías más sólidas del suroccidente del País, con un altísimo grado de aceptación y compra en el vecino departamento del Valle del Cauca.

## **2.2 Misión.**

La Lotería del Cauca tiene como propósito fundamental contribuir eficazmente a la financiación de los servicios públicos de la salud, atractivos y confiables que cumpla las expectativas de sus clientes. (loteria del cauca, 2017)

## **2.3 Visión**

En el año 2020, la Lotería del Cauca alcanzará un incremento del 20% en ventas acumuladas, manteniendo su cobertura a nivel nacional, siendo reconocida por sus clientes como una empresa confiable y socialmente responsable. (loteria del cauca, 2017)

## **2.4 Política de Calidad**

La Lotería del Cauca trabaja para generar recursos para el sector salud, se compromete a satisfacer las necesidades y los requisitos de sus clientes y a mejorar de manera continua la eficacia, eficiencia y efectividad de su Sistema de Gestión de Calidad. (lotería del cauca, 2017)

## **2.5 Objetivos de Calidad.**

- Aumentar cada año los ingresos por venta de Lotería con el fin de transferir mayores recursos para el sector salud.
- Satisfacer las necesidades y requisitos de los clientes frente al producto Lotería del Cauca
- Mejorar de manera continua la eficacia, eficiencia y efectividad de SGC.
- Evaluar periódicamente el SGC (Sistema de Gestión de Calidad) de la empresa a través de las auditorías. (loteria del cauca, 2017)

## **2.6 Slogan.**

“Cada semana más millonarios”.

## **2.7 Colores corporativos y Logotipo**

Amarillo y Verde: Representan los colores de la bandera del departamento del Cauca. Y el logotipo es una Estrella, la cual hace referencia a la estrella de la suerte.

## 2.8 Organigrama



Ilustración 2: *Organigrama Lotería del Cauca*

Fuente: (Lotería del Cauca, 2017)

## 2.9 Mapa de Procesos.



Ilustración 3: *Mapa de procesos Lotería del cauca*

Fuente: (Lotería del Cauca, 2017)

### 3. ANÁLISIS DE LA CATEGORÍA

#### 3.1 Análisis del Sector.

Según fecoljuegos (Federación Colombiana de Empresario de Juegos de Suerte y Azar) nos dice que la industria de los juegos de azar se reinventa en Colombia, porque:

Representa 1,5% del PIB, se prepara para lograr un mayor crecimiento al renovar parte de su reglamentación y reforzar la lucha contra la ilegalidad. Además, esta industria espera una mayor evolución con la entrada en operación, al finalizar este año, de los juegos por internet, sistema que se considera atraerá a más clientes.

Los empresarios de este sector –que mueve al año cerca de \$13 billones– decidieron elevar sus ‘apuestas’ para lograr que esta industria se siga desarrollando y, con ello, los aportes de recursos que hacen a la salud de los colombianos.

De acuerdo con Juan B. Pérez Hidalgo, presidente de Coljuegos –empresa industrial y comercial del Estado y encargada de este monopolio–, el avance del sector se puede medir en el aporte fiscal, que en 2016 fue de aproximadamente \$1,5 billones (en términos de IVA y contribuciones especiales a la salud).

Este resultado se considera destacado, según voceros de la Asociación Colombiana de Operadores de Juegos (Asojuegos), porque representa un incremento de 16% en los aportes que recibe el sistema de salud colombiano frente a 2015, ingresos generados sobre todo por segmentos como los de juegos locales, novedosos y promocionales.

Del total que factura este sector económico, 77% corresponde a juegos localizados, 14% al chance, 4% a la lotería y 3% al Baloto, junto con Revancha. (FECOLJUEGOS, 2017)

A pesar del incremento positivo que obtuvo este sector, denotamos que el aporte de la lotería fue bajo; es por eso que las Loterías cada vez están reinventado y fortaleciendo su plan de premios, con el fin de volverse más atractivas y así poder incrementar su mercado. Tal como lo revela el presidente de la Federación de Loterías de Colombia(Fedelco) donde “el sector se ha sintonizado con los colombianos y por eso no solo se entregan premios millonarios, sino que hay más probabilidades de ganar”, además amplió su programa de premios y solo en 2016 entregó \$200.000 millones a un buen número de soñadores”. (Revista Dinero., 2017)

Por su parte la directora ejecutiva de Fedelco explica que “en 2016, las loterías vendieron cerca de \$540.000 millones y en 2017 incrementaron la facturación en cerca de 6%, pues hasta agosto de este año la cifra superaba los \$352.000 millones. Al cierre de 2017 se espera que las ventas asciendan a \$600.000 millones. (Revista Dinero, (Suerte legal), 2017) Además:

Los juegos tradicionales como las loterías hacen parte del sentido de pertenencia e identidad de las regiones, en especial por los aportes que hacen a la salud”, advierte la directiva. Se estima que de cada \$100 que venden, \$26 van para la salud. En 2016, las loterías entregaron cerca de \$140.000 millones de transferencias a la salud y hasta julio de 2017 ya iban \$80.000 millones.

El anterior incremento se da porque según Col juegos, “los colombianos gastan unos US\$74 en promedio en juegos de suerte y azar al año (por persona), un monto relativamente bajo si se tiene en cuenta que los canadienses alcanzan los US\$600 y los peruanos US\$164 ” (Revista Dinero., 2016). Pero este gasto es destinado en su mayoría en Juegos localizados y al Baloto, tal como lo demuestra Col juegos:

Los juegos localizados el recaudo alcanzó los \$222.232 millones entre enero y octubre de 2016, lo que representa un aumento del 18%. Mientras que Baloto, una de las joyas de la corona del sistema, el directivo precisó que en los primeros diez meses de este año recaudó \$109.709 millones, 55% más que en el mismo período del año pasado cuando ese monto llegó a \$70.936. Los que siguen desactualizados son los juegos de chance y lotería, ya que el último ajuste se realizó en 2013. (Revista Dinero., 2016)

En Colombia existen un sinnúmero de posibilidades en cuanto a juegos de azar, lo que los diferencia es su metodología de juego y sus métodos para ganar. Aun así, preexiste ciertos juegos por los que la mayoría de personas los prefieren jugar. Según estudios hechos por Col juegos no dice que:

En el 40% de los hogares colombianos hay consumidores de juegos de suerte y azar. Además, el mayor porcentaje de estos consumidores se concentra en hogares de estratos 2 y 3 (74%), son empleados o trabajan de manera independiente (77%), y el promedio de edad es de 44 años. La mayoría de estos consumidores está casado (58%) y es el jefe de hogar (80%).



De acuerdo con el estudio, el primer juego que viene a la mente de los colombianos es el Chance (63%), seguido por Baloto (16%) y después por las loterías tradicionales (11%).

A la hora de jugar, el 85% había apostado al Chance en los últimos tres meses, seguido por Baloto (34%) y por las loterías tradicionales en tercer lugar (28%).

Además, Col juegos nos revela las razones por los cuales los consumidores juegan son:

- ✓ La facilidad para jugar
- ✓ El atractivo del premio
- ✓ La amabilidad en la atención en el punto de venta o lugar de consumo del juego
- ✓ Los juegos con mayores posibilidades de ganar
- ✓ La capacidad del juego de sorprender al incluir nuevas opciones para jugar. (Revista Dinero, 2014)

### **3.2 Perfil socioeconómico del departamento de cauca.**

En este punto analizaremos el departamento del Cauca mediante la variable socioeconómica, la cual nos permite conocer de manera más precisa la situación actual de la región económicamente, para después generar estrategias más precisas que nos ayuden a poder resolver o mitigar el problema que se enuncia en este proyecto.

Dentro de sus aspectos generales están:

- ✓ Extensión territorial: 29.308 km cuadrados.

- ✓ Número de municipios 2013: 42
- ✓ Población proyectada 2016(dane): 1.391.836 habitantes.
- ✓ PIB departamental: 1,8% (Ministerio de Comercio, Industria y turismo., 2017, pág. 2)

En cuanto a su ubicación según Google maps es:

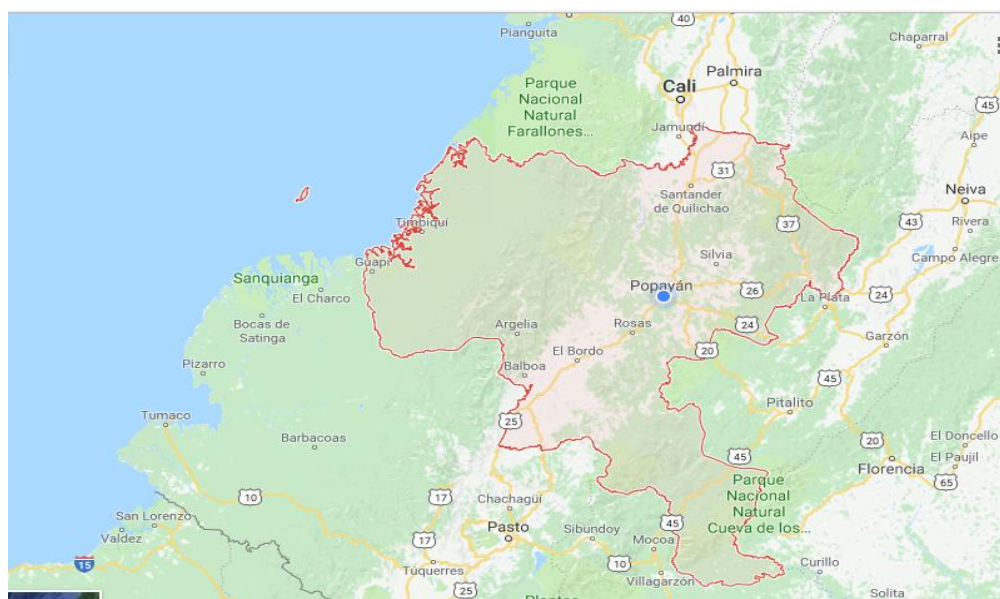


Ilustración 4: *Mapa del departamento del cauca*

Fuente: Google maps

En cuanto a la historia del departamento del cauca tenemos lo siguiente:

Las principales tribus indígenas que habitaron la región fueron los páez, guambianos, aviramas, toloroes, polindaras, paniquitaes, coconucos, patías, bojoles, chapanchicas, sindaguas, timbas, jamundíes y cholos. El primer conquistador que reconoció el territorio fue el español Sebastián de Belalcázar en 1538, quien venía procedente del Perú en busca de "El

Dorado" acompañado entre otros por los capitanes Pedro de Añezco y Juan de Ampudia. Inicialmente recorrió el profundo valle del río Patía, luego envió a los dos capitanes mencionados a explorar el valle de Pubenza donde se encuentra la ciudad de Popayán, la cual fue fundada por Belalcázar en diciembre de 1536; posteriormente, reconoció las fuentes de los ríos Cauca y Magdalena y la laguna del Buey. Carlos V concedió a Belalcázar el 10 de mayo de 1540 el título de adelantado y gobernador vitalicio de Popayán cuya jurisdicción comprendía desde Pasto hasta la serranía de Abibe. (Gobernación del Cauca, 2018)

En cuanto al perfil económico del departamento encontramos alguna información más relevante está:

- **Producto Interno Bruto PIB:**

Según la gobernación del cauca dice que “el departamento del Cauca registró en 2016pr un crecimiento en el PIB de 2,4% en relación con el año anterior, lo que le permitió contribuir en la economía colombiana con \$9.000 miles de millones a precios constantes, equivalentes a una participación de 1,7%”. (Gobernación del Cauca, 2018, pág. 7) Este crecimiento se da porque:

En 2016pr, el mayor dinamismo – según grandes ramas de actividad para el Departamento del Cauca, lo registraron las actividades de construcción (11,4%) y las actividades de Establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas

(4,1%). Mientras que explotación de minas y canteras (-19,1) fue la rama que registró la mayor caída. (Gobernación del Cauca, 2018, pág. 8)

En síntesis, podemos mirar que el sector construcción aporta en un 11.4% al pib departamental, debido a que actualmente programas y proyectos adelantados para construcción de vivienda de interés social por parte del gobierno, al igual que muchas empresas inmobiliarias dedicadas a construcción de condominios, apartamentos, etcétera, lo que ayudan a que este sector crezca en el departamento: mientras que el sector de industria manufactura, transporte y la agricultura no figuran, quizá puede influir la situación geográfica del departamento, al igual que el orden público, puesto que, a pesar de haberse firmado la paz con las farc, aún existen grupos insurgentes que disputan diferentes regiones; otra causa sería la falta de inversión social, es decir, políticas que incentiven la creación de empresas y de cultivos lícitos. La deficiente infraestructura vial que tiene nuestras carreteras, y que el único acceso al centro del país es la panamericana, la cual en ciertas ocasiones los diferentes grupos étnicos recurren a bloquearla como protesta ante situaciones de protesta. Etc.

- **Precio.**

El índice de precio al consumidor a nivel nacional registra el siguiente comportamiento, tal como lo refleja el DANE, al año 2015 “la variación acumulada de precios de los bienes y servicios que hacen parte de la canasta familiar a nivel nacional fue de 6,8%, con una diferencia de 3,1 pp frente a 2014, cuando se ubicó en 3,7%” (Dane, 2016, pág. 25),

Al hacer un balance de la variación de precios en todas las ciudades capitales de los departamentos al año 2015 encontramos la siguiente información que:

Las principales variaciones del IPC superiores al agregado nacional se registraron para Manizales (8,0%), Sincelejo (7,8%) y Barranquilla (7,7%). En contraste, las ciudades con menores incrementos fueron Cúcuta (5,6%), Bucaramanga (6,0%) y Tunja (6,1%). Las ciudades de Manizales (4,7 pp) y Sincelejo (4,3 pp) mostraron las mayores diferencias porcentuales positivas frente al año anterior. En cambio, Bucaramanga fue la ciudad que registró la menor diferencia (1,7 pp) frente a 2014. (Dane, 2016, págs. 25,26). Ver tabla n° 5

Tabla 5: Variación del IPC a 2015 en Colombia.

<b>VARIACIÓN DEL IPC A 2015</b>			
<b>CIUDADES</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>DIFERENCIA PORCENTUAL</b>
<b>Nacional</b>	<b>3,7</b>	<b>6,8</b>	<b>3,1</b>
Manizales	3,3	8	4,7
Sincelejo	3,5	7,8	4,3
Barranquilla	3,4	7,7	4,3
Pasto	4	7,6	3,6
Cartagena	3,5	7,4	3,9
San Andrés	3,8	7,3	3,5
Neiva	3,8	7,2	3,4
Riohacha	3,5	7,1	3,6
Armenia	3,4	7	3,6
<b><u>Popayán</u></b>	<b><u>3,5</u></b>	<b><u>6,9</u></b>	<b><u>3,4</u></b>
Pereira	3,1	6,9	3,8
Cali	3,8	6,9	3,1
Medellín	3,4	6,8	3,4
Florencia	3,4	6,8	3,4
Montería	3,7	6,8	3,1
Valledupar	4,3	6,8	2,5
Ibagué	4,1	6,7	2,6

Santa Marta	3,4	6,7	3,3
Bogotá	3,8	6,6	2,8
Villavicencio	3,3	6,6	3,3
Quibdó	2,8	6,3	3,5
Tunja	3,6	6,1	2,5
Bucaramanga	4,3	6	1,7
Cúcuta	2,9	5,6	2,7

Fuente: (Dane, 2016, págs. 25,26)

En síntesis, la ciudad de Popayán presentó una alza de precio a 2015 en un 3,4%, lo cual es un poco preocupante, porque subió más que el Ipc nacional. Aunque ocupa el décimo puesto en esta variación y hay otras ciudades que registraron un crecimiento negativo.

Las posibles causas que generaron esta situación a nivel nacional y local, pudo haber sido el alza de la canasta familiar, combustibles, precio del dólar, reglamentaciones tributarias, etcétera; tal como lo refleja la revista dinero en el siguiente gráfico:

2015 diciembre	Anual
<b>Alimentos</b>	10,9
<b>Vivienda</b>	5,4
<b>Vestuario</b>	3,0
<b>Salud</b>	5,3
<b>Educación</b>	5,1
<b>Diversión</b>	4,5
<b>Transporte</b>	4,9
<b>Comunicaciones</b>	4,7
<b>Otros gastos</b>	6,9
<b>Total</b>	<b>6,77</b>

Ilustración 5: *Incremento de los bienes y servicio a 2015.*

Fuente: (Dane, 2016)

Además existen tres (3) motivos que hacen que alcen los precios, según el análisis que hace el banco BBVA, donde expresa que se debe se debe a:

1. Caso 1: La oferta se mantiene y aumenta la demanda.
2. Caso 2: La oferta cae y la demanda se mantiene.
3. Caso 3: La oferta cae y la demanda aumenta. (Banco BBVA, 2015)

- **Mercado Laboral.**

Según la gobernación del cauca, el departamento del cauca presenta el siguiente panorama:

En 2016, el Departamento del Cauca registró una población de 1.392 miles de personas (13 mil más que en 2015), de las cuales, 1112 miles de personas (79,9%) se encontraban en edad de trabajar. Esta población creció 0.23 pp con respecto al año 2015. La población económicamente activa ascendió a 668 mil personas (con un aumento de 12 mil personas respecto al 2015), por lo que la Tasa Global de Participación (TGP) en el 2016 fue de 60,0%, aumentando 0,4 pp frente a 2015 (59,6%). (Gobernación del Cauca, 2018, pág. 8)

Para el año 2017, el departamento del cauca tuvo una tasa de ocupación de 55,4% y una tasa de desempleo de 8,3% (Ver gráfico n° 6), analizando esta gráfica, el crecimiento desde el año 2008 hasta el 2017 para la Tasa Global de Participación fue del 1%, la de Tasa de Ocupación es de 1,3%, mientras que la Tasa de desempleo tuvo una disminución del 2,3%. Este último dato es

positivo porque se deduce muchas personas ingresaron a un empleo y eso hizo que disminuyera el desempleo a nivel local. Ver tabla n° 6

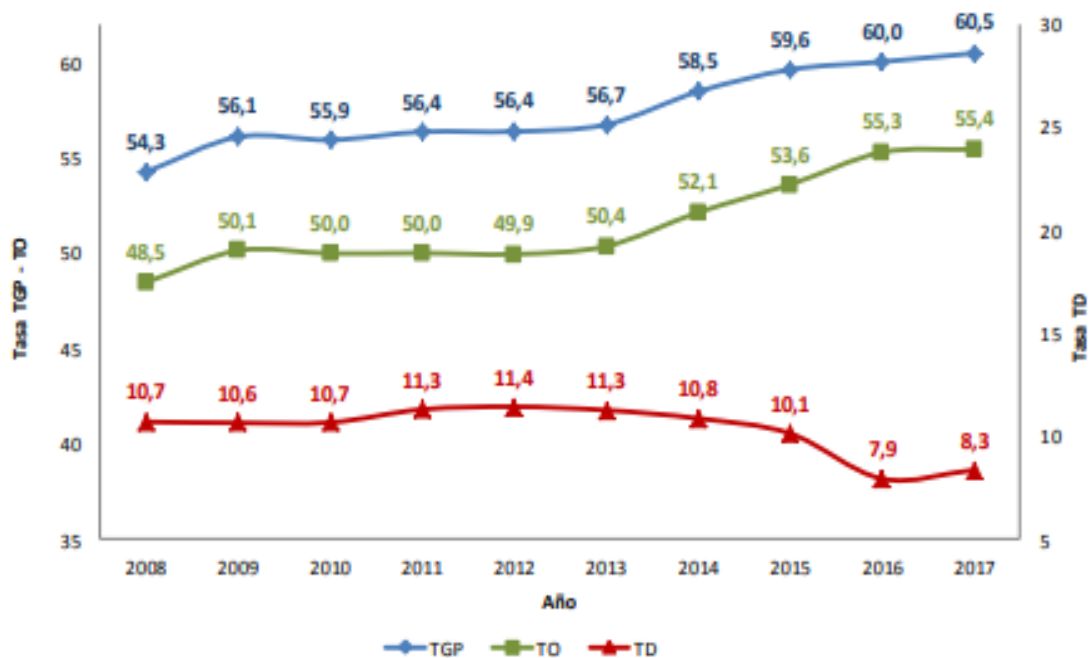


Ilustración 6: Mercado Laboral en el departamento de cauca a 2017.

Fuente: (Dane, 2017, pág. 14)

Tabla 6: Crecimiento mercado laboral en el departamento de cauca a 2017.

<b>CRECIMIENTO MERCADO LABORAL EN EL DEPARTAMENTO DE CAUCA, AÑO 2017</b>			
	<b>AÑO 2008</b>	<b>AÑO 2017</b>	<b>PROMEDIO DE CRECIMIENTO EN 10 AÑOS</b>
<b>TGP</b>	54,3%	60,5%	1,0%
<b>TO</b>	48,5%	55,4%	1,3%
<b>TD</b>	10,7%	8,3%	-2,5%

Fuente: (Dane, 2017, pág. 14)



### **3.3 Análisis de la empresa en el Sector.**

#### **3.3.1 Ventas**

La Lotería del Cauca, pertenece al sector de los juegos de suerte y azar, este sector es regulado directamente por el gobierno nacional y cuyos recursos son destinados a la salud. Su actividad principal es la comercialización de su producto llamado Lotería a nivel nacional distribuido por medio de 84 agencias.

Analizando el actual plan de premios de la empresa, donde el premio mayor es de \$ 3.333 millones de pesos, se cataloga junto con Santander y Bogotá con \$6.000 millones, Cundinamarca y Cruz Roja con \$ 3.000 millones y Valle con \$ 4.000 millones como lotería medianas, ya que el valor del premio mayor está entre los \$3.000 y los \$6.000 millones de pesos y quienes se convierten en competencia más directa por lo anterior dicho, seguidamente están la lotería de Medellín con \$ 12.000 millones y Boyacá con \$ 10.000 millones, quienes pertenecen las loterías grandes por el valor del premio mayor y ya en último lugar está la Lotería del Quindío (\$1.700 millones), Tolima (\$1.500 millones), Meta (\$1.500 millones) y Risaralda, Huila y Manizales (\$1.000 millones), las cuales son catalogadas como loterías pequeñas.

Además de las anteriores empresas dedicadas al mismo fin, existen otros juegos que de manera indirecta pueden afectar las ventas de nuestro producto como son: Baloto, chance, y juegos localizados, etc.

La Lotería del Cauca, a través de toda su vida ha venido reinventando su plan de premios volviéndolo más atractivo, y en estos últimos tres años se lo ha modificado tres (3) veces; pasando en julio de 2015 a \$ 1.500 millones al premio mayor, en diciembre de 2016 a \$ 3.000 millones al premio mayor y en agosto de 2017 al actual plan de premio de los \$ 3.333 millones al premio mayor. Gracias a estas iniciativas las ventas del producto se han fortalecido, aumentando de manera positiva durante el año 2015 y 2016 dentro del departamento, tal como lo muestra el informe de gestión presentado por el actual gerente de la empresa. Ver gráfico n° 7

### COMPARATIVO VENTA LOCAL 2015 Vs 2016

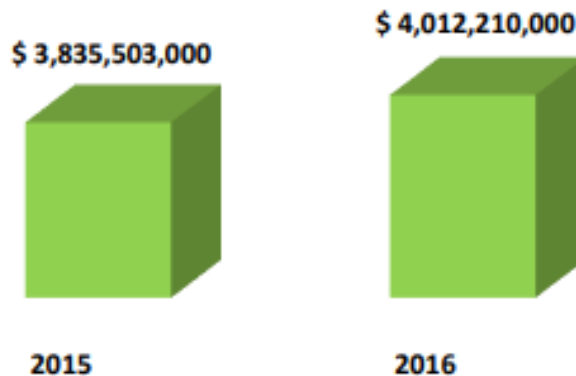


Ilustración 7: Comparativo de venta local de la lotería del cauca, año 2015 frente al 2016.

Fuente: (Lotería del Cauca., 2016, pág. 7)

Además de las ventas locales, también aumentaron las ventas fuera del departamento, pasando \$ 21,909,602,000 en el año 2015 a \$22,798,446,000 al 2016, es decir, generando un incremento

en \$ 888,844,000, lo que equivale al 4% y que se destinaron más recursos a la salud a todas las regiones donde actualmente se vende la lotería. (Lotería del Cauca., 2016, pág. 8)

A través de los últimos tres (3) años el margen de las ventas totales de la empresa a nivel nacional ha ido creciendo positivamente, gracias a las diferentes administraciones que en el transcurso de este tiempo han pasado; aportando su esfuerzo para que el producto sea cada vez más atractivo y así lograr posicionar año tras año la marca. Este crecimiento fue del 4.5% desde el año 2014 a 2016, tal como lo refleja el siguiente cuadro.

Tabla 7: Crecimiento de la lotería del cauca desde el año 2014 al 2017.

<b>LOTERÍA DEL CAUCA</b>	
<b>AÑO</b>	<b>TOTAL VENTAS</b>
2014	\$ 23.456.151.000
2015	\$ 25.745.105.000
2016	\$ 26.810.656.000
<b>Crecimiento 3 años</b>	<b>4,5%</b>

Fuente: Propia.

Analizando el comportamiento en ventas mes a mes durante el año 2016 respecto al 2017, se puede ver en enero y octubre decrecieron un 10,9% y 5,3% respectivamente, a pesar de este aspecto negativo el balance general de la actual administración es positivo, debido a que en el año 2017 se presentó un incremento en las ventas del 17%, respecto al año inmediatamente anterior.

Otra causa que ayudó al dato positivo antes mencionado fue que por decisión del actual gerente, con colaboración de todos los funcionarios, decidieron hacer por primera vez un sorteo extraordinario, el cual se hizo para el 16 de diciembre del año 2017, donde se obtuvieron resultados positivos y buena experiencia para mejorar las ventas empresariales y el tratar de fortalecer su posicionamiento en el mercado. Ver tabla n° 8

Tabla 8: Variación en ventas año 2016 vs 2017 de la lotería del cauca.

MES	VENTAS		VARIACIÓN	
	2016	2017	\$	%
<b>Enero</b>	\$ 2,499,964,000	\$ 2,226,728,000	\$ (273,236,000)	-10.9%
<b>Febrero</b>	\$ 2,061,170,000	\$ 2,350,294,000	\$ 289,124,000	14.0%
<b>Marzo</b>	\$ 1,919,672,000	\$ 2,406,522,000	\$ 486,850,000	25.4%
<b>Abril</b>	\$ 2,484,736,000	\$ 2,776,054,000	\$ 291,318,000	11.7%
<b>Mayo</b>	\$ 1,993,810,000	\$ 2,325,052,000	\$ 331,242,000	16.6%
<b>Junio</b>	\$ 1,993,940,000	\$ 2,324,422,000	\$ 330,482,000	16.6%
<b>Julio</b>	\$ 2,573,012,000	\$ 3,112,104,000	\$ 539,092,000	21.0%
<b>Agosto</b>	\$ 2,028,888,000	\$ 2,693,793,000	\$ 664,905,000	32.8%
<b>Septiembre</b>	\$ 2,005,728,000	\$ 3,081,126,000	\$ 1,075,398,000	53.6%
<b>Octubre</b>	\$ 2,542,248,000	\$ 2,407,398,000	\$ (134,850,000)	-5.3%
<b>Noviembre</b>	\$ 2,018,048,000	\$ 2,381,127,000	\$ 363,079,000	18.0%
<b>Diciembre</b>	\$ 2,689,440,000	\$ 3,279,969,000	\$ 590,529,000	22.0%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 26,810,656,000</b>	<b>\$ 31,364,589,000</b>	<b>\$ 4,553,933,000</b>	<b>17.0%</b>

Fuente: Lotería del Cauca, 2017

Además de la anterior información, desde el año 2014 al 2017, la venta foránea y local, analizada de enero a agosto, muestra que ha tenido un crecimiento favorable. Lo anterior refleja que el producto de la empresa tuvo mejor acogida fuera del departamento en el año 2017, porque

pasó del 4% en 2016 al 17%, es decir incrementó en un 13%; mientras que en ámbito local durante el año 2016 y 2017 se mantuvieron estables, pero si el análisis desde el año 2014 a 2017, se calcula que la venta foránea tuvo un incremento del 14% y la venta local del 36%, lo que indica que en los últimos cuatro años el producto de la empresa se hizo más fuerte en el departamento de cauca, generando más recursos para la salud. Ver gráfico n° 8

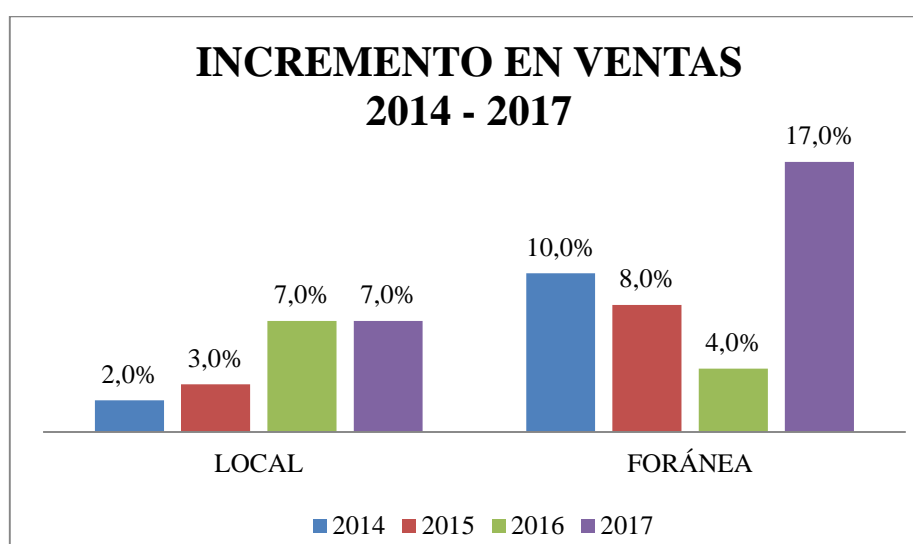


Ilustración 8: *Incremento en ventas 2014 - 2017*

Fuente: (Lotería del Cauca., 2017, pág. 2)

Durante el transcurso del año 2017, el comportamiento de las ventas tuvo dos momentos, el primero desde el 24 de diciembre de 2016 hasta el 29 de julio de 2017, cuando se venía con el plan de premio de los \$ 3.000 millones al premio mayor y el segundo se da en el mes de agosto, con el lanzamiento oficial del actual plan de premios(\$3.333 millones al premio mayor); analizando estos dos momentos durante cinco (5) meses, es decir, desde el mes de marzo a julio y agosto a diciembre, vemos que se ha generado un incremento de ventas por sorteo del 6,9% a

nivel nacional, mientras que en el ámbito local del 12,3% y fuera del departamento es del 6,1% con el reciente plan de premios. En general, se califica como positivo porque con este fortalecimiento de plan de premios generó que las ventas en el ámbito local crecieran frente a las foráneas, lo que traduce en más recursos económicos para la salud del departamento. Ver gráfico n° 9

							
PLAN DE PREMIOS	COMPARATIVO PLAN DE PREMIOS - 2017	PROMEDIO EN VENTAS POR SORTEO A NIVEL NACIONAL	% CRECIMIENTO	PROMEDIO EN VENTAS POR SORTEO A NIVEL LOCAL	% CRECIMIENTO	PROMEDIO EN VENTAS POR SORTEO A FUERA DEL DEPARTAMENTO	% CRECIMIENTO
\$ 3.000 MILLONES	Marzo - Julio	\$ 588,370,636	6.9%	\$ 81,441,818	12.3%	\$ 506,928,818	6.1%
\$ 3.333 MILLONES	Agosto - Diciembre	\$ 629,246,045		\$ 91,461,273		\$ 537,784,773	

Ilustración 9: *Crecimiento en ventas: Plan de premios de \$3.000 millones Vs Plan de premios \$3,333 millones.*

Fuente: propia


Además, si se analiza la anterior información donde nos muestra el promedio de ventas por sorteo del nuevo plan de premios (\$3.333 millones) es de \$629, 046,643; esta cifra es inferior a la meta propuesta por la empresa que son los \$ 800 millones por sorteo, por lo que se necesita estudiar diferentes estrategias y metodología que ayuden a cumplir la meta.

Ahora se comparará el crecimiento en ventas a nivel nacional del plan de premios de los \$3.000 respecto al de \$3.333 millones al premio mayor, y como resultado nos muestra que:

- ✓ Las cinco regiones donde se concentra más del 50% de las ventas totales, refleja que, en el departamento del valle, aunque el número de fracciones vendidas disminuyó en un 32%, vemos que en cuestión de dinero creció en un 2%.
- ✓ En el cauca, el crecimiento en venta de fracciones fue negativo, bajó en un 25%, pero en dinero creció en un 13%. Bogotá fue el que le fue mal, bajó su crecimiento en venta de fracciones (40%) y en dinero (10%). Ver anexo n° 12.

De los 31 departamentos en los que actualmente se vende nuestro producto, existen cinco (5) departamento que concentran el 86% de las ventas totales a nivel nacional, los cuales son: Valle del Cauca (56%), Cauca (14%), Antioquia (8%), Bogotá (5%) y Atlántico (4%), en síntesis podemos concluir que el principal nicho de mercado que tiene el producto de la Lotería del Cauca es el departamento del Valle del Cauca, el cual representa más de la mitad de las ventas totales. Ver tabla n° 9


Tabla 9: Principales mercados de la lotería del cauca.

			
<b>DEPARTAMENTOS</b>	<b>VENTAS EN FRACCIONES 2017</b>	<b>% VENTAS</b>	<b>PRINCIPALES MERCADOS</b>
VALLE DEL CAUCA	<b>7,319,232</b>	<b>55%</b>	<b>86%</b>
CAUCA	<b>1,858,980</b>	<b>14%</b>	
ANTIOQUIA	<b>1,047,280</b>	<b>8%</b>	
BOGOTA	<b>696,742</b>	<b>5%</b>	
ATLANTICO	<b>501,996</b>	<b>4%</b>	

Fuente: Propia

Actualmente el Departamento del Valle del Cauca tiene 25 agencias distribuidoras, de las cuales tres (3) son las que venden más, como lo son Occidental de Loterías, Redcolsa (Red Colombiana de Juegos y Servicios) y La Sultana; estas agencias representan el 50% de las ventas totales que el Valle reporta, tal como lo muestra la siguiente tabla.

Tabla 10: *Principales agencias comercializadoras en el valle del cauca.*



<b>DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA</b>		
<b>AGENCIAS</b>	<b>VENTA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Occidental	<b>1,168,554</b>	<b>16%</b>
Occidental Palmira	<b>992,600</b>	<b>13%</b>
REDCOLSA	<b>961,516</b>	<b>13%</b>
La Sultana	<b>609,859</b>	<b>8%</b>
	<b>3,732,529</b>	<b>50%</b>
<b>VENTA TOTAL</b>		<b>7,402,586</b>

Fuente: Propia

A pesar que el Departamento del Valle, sea el generador de más de la mitad del total de ventas de nuestra empresa, a lo largo del año 2017 presenta la siguiente característica:

- ✓ De los 52 sorteos del año, en últimos sorteos, es decir, en 22 no ha logrado remediar el promedio de ventas que tenía hasta el sorteo número 32 tenía, donde pasó de vender 162,602 fracciones a 114,753 por sorteo.



Entre una de las causas que propició el decrecimiento en las ventas fue que a partir del sorteo 2147(n°30) se decidió no seguir enviando billetería a la distribuidora “El Castillo”, por motivos de deudas con cartera; quien manejaba un promedio de ventas de 5.293 fracciones por sorteo.

Aunque cabe resaltar que, gracias a la iniciativa del actual gerente, se decidió hacer un sorteo extraordinario para el 16 de diciembre de 2017, con el objetivo de incrementar las ventas a nivel nacional, este repunte en ventas se ve reflejado en el sorteo 2179(N° 50). Estos datos son de vital importancia y requiere de análisis y de direccionar acciones que logren contrarrestar este percance, así lo muestra el siguiente gráfico.

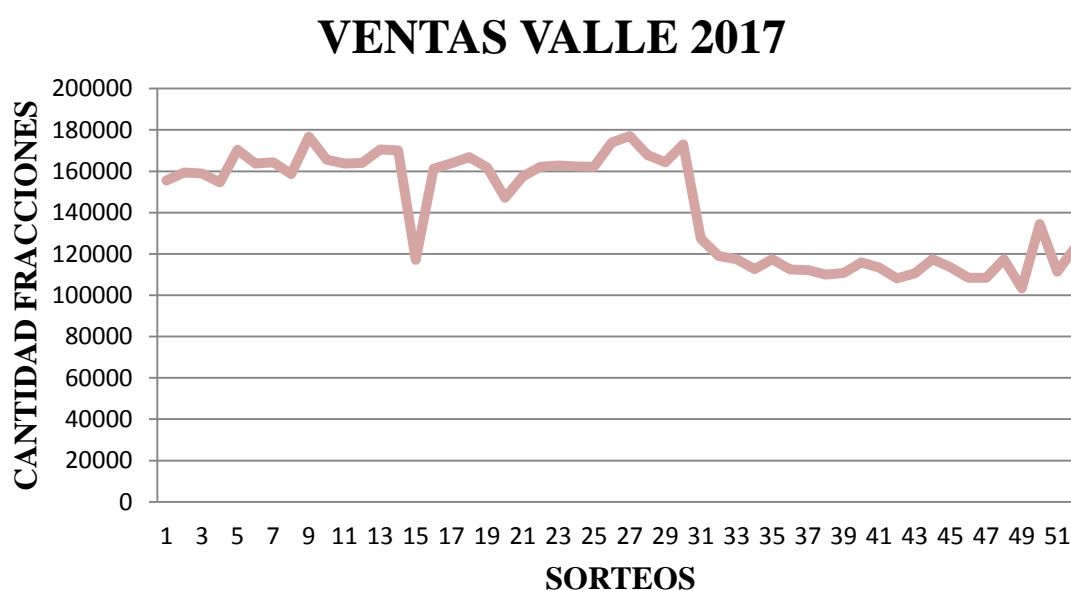


Ilustración 10: *Ventas en Valle del cauca 2017*

Fuente: Propia

El anterior comportamiento en este departamento es consecuencia de que las 25 agencias reflejaron una disminución en sus ventas, pero de todas ellas, existe tres(3) agencias que reportan mayores ventas, como es Redcolsa, la Sultana, Occidental. A lo largo de los 52 sorteos del año 2017 las anteriores agencias tuvieron un decrecimiento en las ventas, lo cual repercute en el comportamiento general de las ventas del departamento del Valle del Cauca. Ver tabla n° 11

Tabla 11: Crecimiento en 2017 de las principales agencias comercializadoras en el valle del cauca.



<b>DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA</b>				
<b>AÑO 2017</b>				
<b>AGENCIAS</b>	<b>Sorteo 1 (Enero 7)</b>	<b>Sorteo 52 (Diciembre 30)</b>	<b>CRECIMIENTO</b>	
Occidental	25,949	18,895	<b>-0.6%</b>	
Occidental Palmira	21,604	17,067	<b>-0.4%</b>	
REDCOLSA	19,177	16,863	<b>-0.2%</b>	
La Sultana	12,553	10,622	<b>-0.3%</b>	

Fuente: Propia


Para el caso de Antioquia, Bogotá y Atlántico el comportamiento general de sus ventas a lo largo del año 2017, fue negativo, puesto que para:

- ✓ Antioquia pasó de vender 21,250 fracciones el 1 de enero y terminó vendiendo 21,092 fracciones a 30 de diciembre, en general bajó en un 0.01%.

- ✓ Bogotá, pasó de vender 12,632 fracciones el 1 de enero y terminó vendiendo 2,190 fracciones a 30 de diciembre, en general bajó en un 3,3%.
- ✓ Atlántico, pasó de vender 11,187 fracciones el 1 de enero y terminó vendiendo 9,346 fracciones a 30 de diciembre, en general bajó en un 0,3%.

En síntesis, de las anteriores regiones, la que más reportó un decrecimiento en las ventas a lo largo del 2017 fue Bogotá. Ver tabla n° 12

Tabla 12: Crecimiento en ventas 2017 de Antioquia, Bogotá y Atlántico

 <b>DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA</b> <b>AÑO 2017</b>				
<b>AGENCIAS</b>	<b>Sorteo 1 (Enero 7)</b>	<b>Sorteo 52 (Diciembre 30)</b>	<b>CRECIMIENTO</b>	
Antioquia	21,250	21,092	<b>-0.01%</b>	
Bogotá	12,632	2,190	<b>-3.3%</b>	
Atlántico	11,187	9,346	<b>-0.3%</b>	

Fuente: Propia

Una vez visto el comportamiento de las ventas en las principales regiones donde actualmente se comercializa nuestro producto, se va a mirar la tendencia en el ámbito local. El departamento del Cauca está conformado por cinco (5) agencias netamente caucanas como son: Inverpubenza, La Caucanita, Redca (Juguemos), La Fortuna (Coopechance), Conceloterías; y otras agencias que no son propias de la región pero que venden el producto de manera electrónica.

En la siguiente gráfica, se puede percibir que durante el 2017 no tuvo muchas fluctuaciones; pero existe una caída que se viene dando a partir del sorteo 2159 (n° 30), a pesar que desde el sorteo número 2163(n° 34) tuvo un crecimiento, volvió a decaer levemente y no logró recuperar el promedio de ventas que venía reportando hasta el sorteo 2159(n° 30), sin embargo, desde el sorteo 2178(n° 49) hasta el sorteo 2181 (n° 52) comenzó a repuntar las ventas registrando un pico más alto en la gráfica, el cual le pertenece a las ventas del sorteo extraordinario del 16 de diciembre de 2017. En general podemos decir que la tendencia es negativa ya que comenzó con 36.306 fracciones en el primer sorteo y terminó al último sorteo con 33.108 fracciones. Ver gráfico n° 11.



Ilustración 11: *Crecimiento en ventas 2017 en el cauca*


Fuente: Propia

Actualmente, en el departamento de Cauca, existen cinco (5) agencias que venden el producto de la lotería del Cauca; al hacer un análisis general del comportamiento de las ventas en el año 2017 de cada una de ellas, denotamos lo siguiente:

- ✓ Inverpubenza: A lo largo de los cincuenta y dos (52) sorteos, tuvo un decrecimiento del 0,34%.
- ✓ La Cauanita: A lo largo de los cincuenta y dos (52) sorteos, tuvo un decrecimiento del 0,13%.
- ✓ Redca(Juguemos): A lo largo de los cincuenta y dos (52) sorteos, tuvo un crecimiento del 0,20%.
- ✓ La Fortuna(Coopechance): A lo largo de los cincuenta y dos (52) sorteos, tuvo un decrecimiento del 0,28%.
- ✓ Conceloterías: A lo largo de los cincuenta y dos (52) sorteos, tuvo un decrecimiento del 0,18%.

En síntesis, el departamento del Cauca registró un decrecimiento del 0,18%, la agencia Redca fue la única que creció, y las dos (2) agencias que más decrecieron fueron Inverpubenza y Conceloterías; Ver tabla n°13

Tabla 13: Crecimiento en ventas a 2017 de las agencias en el Cauca.

			
<b>DEPARTAMENTO DEL CAUCA</b>			
<b>AÑO 2017</b>			
<b>AGENCIAS</b>	<b>Sorteo 1 (Enero 7)</b>	<b>Sorteo 52 (Diciembre 30)</b>	<b>CRECIMIENTO</b>
Inverpubenza	13,611	11,371	<b>-0.34%</b>
La Caucanita	2,300	2,145	<b>-0.13%</b>
REDCA	6,170	7,150	<b>0.20%</b>
La Fortuna( coopechance)	6,676	5,748	<b>-0.28%</b>
Conceloterías	5,206	4,351	<b>-0.34%</b>
<b>CAUCA</b>	<b>36,306</b>	<b>33,018</b>	<b>-0.18%</b>

Fuente: Propia

### 3.3.2 Transferencias a la salud.

La lotería del Cauca, dentro de su misión empresarial es contribuir al financiamiento de la salud. Según el informe de gestión 2016, “las transferencias correspondientes al sector salud para el periodo 2016, presenta la suma de \$ 10.715.794.292, mientras que para el año 2015 fue de \$9.335.355.491, es decir que se logró un crecimiento del 14.79%.” (Lotería del Cauca, 2016, pág. 8).

Para el año 2017, la totalidad de transferencia a la salud por parte de la empresa fue la suma de \$ 12.096.902.049 respecto a la registrada en el año 2016 la suma de \$10.715.79.292, es decir, un incremento del 13%. Todo lo anterior es consecuencia de la buena gestión por parte de actual gerente junto a sus colaboradores;, entre las causas positivas está como por ejemplo el cambiar su

plan de premios(Ver tabla n°14), la efectividad del plan promocional “2 y 3” y el hacer por primera vez un sorteo extraordinario; estos dos últimos se analizarán más adelante; lo antes mencionado se ve reflejado en el repunte de las ventas que dejó el año 2017 (Ver tabla n° 8). Gracias a la gestión de esta administración en el año 2017, se pudo transferir más recursos económicos a la salud de los colombianos.

Tabla 14: *Transferencia a la salud Lotería del Cauca 2017.*

<b>TRANSFERENCIAS A LA SALUD LOTERIA DEL CAUCA</b>		
<b>AÑO</b>	<b>TOTAL</b>	<b>CRECIMIENTO</b>
<b>2016</b>	<b>\$ 10,715,794,292</b>	<b>13%</b>
<b>2017</b>	<b>\$ 12,096,902,049</b>	

Fuente: Análisis propio basado en información oficial Lotería del Cauca.

### **3.3.3 Escrutinio**

Durante este año 2017, la lotería del cauca entregó un total de \$11.283.670.707 en premios y un total de 1.427.696 ganadores. El punto más relevante se da durante el sorteo 2133 donde se entregó \$3.160.992.094; esta cifra tan alta es consecuencia de haber caído y cobrado el premio mayor; tanto este dato como los de todo el año traduce más confianza del cliente hacia el producto y por ende aumento en las ventas. Ver Anexo n° 13

### 3.3.4 Segmentación de mercado (Plan de mercado 2016)

#### Perfil del jugador.

Según la información obtenida en el estudio de mercado 2016:

- ✓ Hombres y Mujeres: mayores de 36 años.
- ✓ Estado civil: Casados o con responsabilidad familiar.
- ✓ Nivel Educativo: Tecnólogos, técnicos, profesionales.
- ✓ Estratos: 2 y 3
- ✓ Nivel de ingresos: \$ 660.000 y \$ 1.320.000. Ver Anexo n° 14

Pero para este plan de marketing se pretende segmentar los clientes, de la siguiente forma:

- ✓ Género: Masculino y femenino
- ✓ Edad: 30 a los 70 años
- ✓ Nivel educativo: Bachilleres, tecnólogos, técnicos, pensionados, jubilados y profesionales.
- ✓ Estado civil: Casados, unión libre, divorciada y libre.
- ✓ Estratos: 1 al 3
- ✓ Ingresos: \$500.000 en adelante.



**Confiabilidad.**

- ✓ 8 de cada 10 jugadores confían en la entrega del premio para chance, bingos, apuestas deportivas, mesas de juego, súper astro, máquinas traga monedas, baloto y loterías impresas.
- ✓ 6 de Caca 10 jugadores confían en la entrega de premio para rifas y promocionales y loterías instantáneas.
- ✓ 5 de cada 10 jugadores confían en la entrega del premio para juegos de internet.

**Influenciados.**

- ✓ Las decisiones de comprar/ participar en los diferentes juegos de suerte y azar se toman de manera individual para más del 80% de los jugadores, sin embargo 1 de cada 5 jugadores son influenciados por amigos en juegos por internet, apuestas deportivas, loterías y bingo.

**Hábitos de compra.**

- ✓ Más efectivo son los loteros ambulantes (50%).
- ✓ Más frecuentado es el punto de chance.
- ✓ El 66% de los jugadores no han abonado ningún Juego de suerte y azar en los últimos seis meses. Los Juegos más abonados del último semestre fue: Baloto con 12% y Loterías impresas con el 11%.

### **3.3.5 Competencia.**

En este aparte analizaremos a la Lotería del Valle, quien junto a la empresa en estudio pertenecen al grupo de lotería mediana. Catalogada como una de las empresas más fuertes tanto a nivel nacional, como en el departamento del Cauca, por sus registro de ventas, además, porque en el año 2017 modificó su plan de premios, aumentando su premio mayor a los \$4.000 millones.

### **Historia.**

La beneficencia del valle nació mediante ordenanza No 24 del 22 de abril de 1931 y se estableció a partir del 1 de junio del mismo año como lotería del Valle del Cauca. El 31 de diciembre de 1955 mediante ordenanza No 28 el Consejo Administrativo del Valle del Cauca, hoy Asamblea Departamental crea la junta de la Beneficencia del Valle; el 23 de mayo de 1956 le concedió personería Jurídica y empezó a operar el 6 de junio de 1956, con una junta Directiva conformada con 5 miembros principales y sus suplentes. En enero 9 de 1957, recibió el traspaso de todos los bienes de la lotería del valle. La Beneficencia del Valle se transformó en establecimiento Público del orden departamental a empresa industrial y comercial del estado del departamento del valle, el 29 de junio del 2001, mediante ordenanza No 117. (Beneficencia del Valle, pág. 1)

## Misión

Generar y transferir recursos económicos a la salud mediante la explotación efectiva del monopolio de juegos de suerte y azar. (Beneficencia del Valle, pág. 1)

## Visión.

La Beneficencia del Valle E.i.C.E será la entidad líder a nivel nacional, en la generación de recursos para la salud, reconocida por su alto nivel, por su alto nivel de competitividad en el mercado que atiende con productividad y calidad en el desempeño institucional. (Beneficencia del Valle, pág. 1)

## Ventas.

Analizando las ventas del año 2016 respecto al 2015, vemos el siguiente dato:

FRACCION 2015	FRACCION 2016	VENTA BRUTA 2015	VENTA BRUTA 2016
8.800.330,00	9.062.082,00	22,000,825,000,00	27,186,264,000,00
MAS QUE EN EL MISMO PERIODO DEL AÑO 2015	261,752,00	MAS QUE EN EL MISMO PERIODO DEL AÑO 2015	5,185,439,000,00
PORCENTAJE FRACCIONES		PORCENTAJE DINERO	
261,752,00		5,185,439,000,00	
2,88%		19,07%	

Ilustración 12: Incremento en ventas 2016 de la lotería del valle.

Fuente: (Beneficencia del Valle, pág. 7)

Según la beneficencia del valle, afirma que: “Incremento en las ventas en un 2,88% comparado con la misma vigencia 2015 Aumento de los ingresos 19,07% comparado con la misma vigencia del 2015 Ingreso de nuevos distribuidores en Bogotá, Santander y la Costa Atlántica. Mejora de la imagen de la Lotería del Valle ante el cliente.” (Beneficencia del Valle, pág. 7).

Según la rendición de cuentas a 2015, el departamento del valle del cauca representa el 60% de las ventas totales de la lotería y el restante al resto del país; tal como lo refleja la siguiente gráfica.

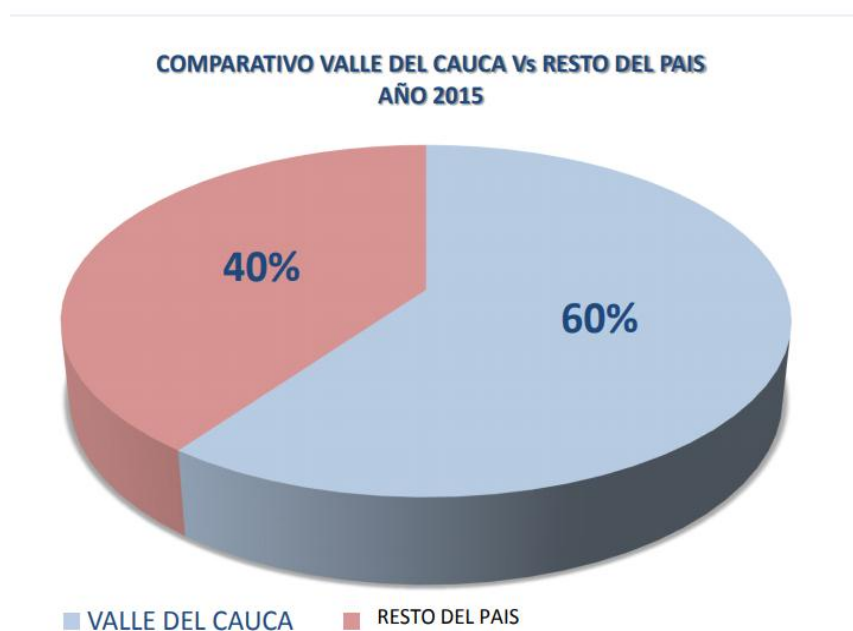


Ilustración 13: Concentración en ventas de la lotería del valle a 2015

Fuente: (Beneficiencia del Valle del Cauca., pág. 15)

El departamento del valle del cauca, según análisis e investigación obtenida en el desarrollo de este proyecto, tienen alrededor de 26 agencias distribuidoras de loterías propias de esta región, que venden su producto, lo que le permite llegar con más facilidad al cliente y por ende aumentar el registro de ventas en el ámbito local; mientras en el departamento de cauca, existen 5 agencias que son de la región y distribuyen el producto de la lotería del cauca, las cuales no alcanzan a cubrir toda la geografía.

El departamento del valle del cauca, comparado con el cauca, su extensión geográfica y su población es mucho más grande. Estas son solo 2 causas que generan que las mayorías de las ventas se registran a nivel local para la lotería del valle.

De acuerdo a datos obtenidos por la beneficencia del valle, el departamento de valle de cauca tiene el 60% de las ventas totales, luego esta Antioquia y Atlántico con el 6%, en 3 lugar el Cauca y en cuarto lugar Nariño con el 4% (Ver gráfico n° 14), es decir, que estos son las 5 regiones más importantes para la lotería del valle. Ahora si comparamos la importancia que tiene el cauca para esta lotería, se mira que es el tercer mercado, pero que su participación es pequeña, mientras que el valle si es importante para la lotería del cauca, puesto que representa el nicho de mercado con una representación del 54% de las ventas totales.

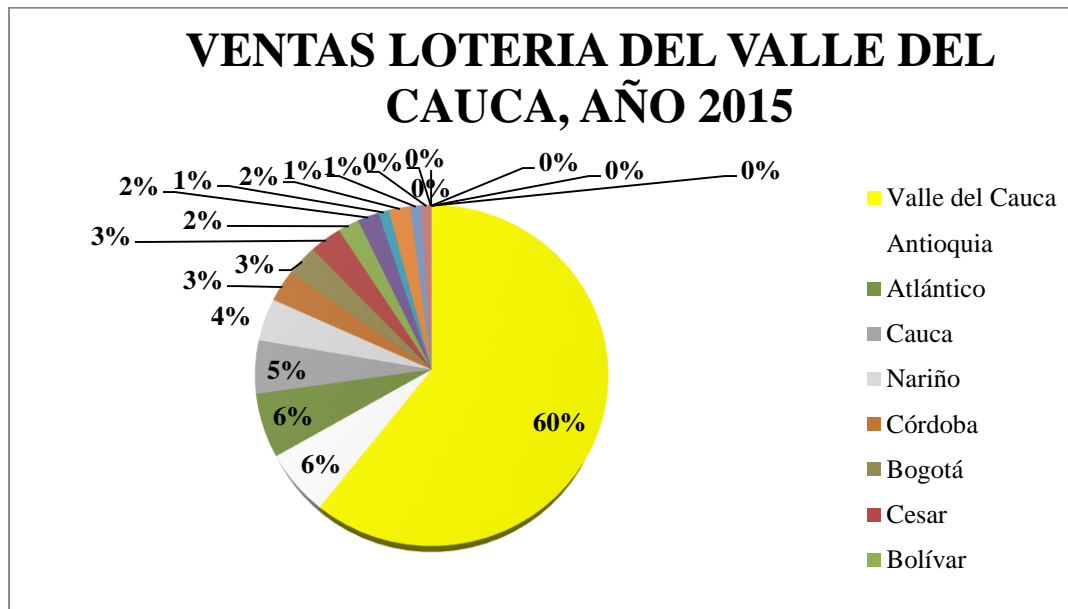


Ilustración 14: Mercado de participación de a Lotería del Valle

Fuente: (Beneficencia del Valle del Cauca., pág. 18)

### **Transferencia a salud.**

De acuerdo con las ventas de lotería del Valle al mes de agosto se ha efectuado transferencias a la salud por valor de \$4,893 millones de pesos y se espera al cierre de la presente vigencia un valor cercano a los \$7,500 millones de pesos, que representaría un crecimiento del 2015 al 2016 del 15% aproximadamente. (Beneficencia del valle., pág. 4).

### **Plan de premios.**

La Lotería del Valle juega todos los miércoles, actualmente su billete el cual tiene precio de \$12.000 y viene compuesto por tres (3) fracciones, cada una tiene un valor de \$3.000.

Este nuevo plan de premios, está constituido por cincuenta y siete (57) secos, y un nuevo premio mayor de \$4.000 millones, fuera de las diferentes posibilidades de ganar con las aproximaciones con serie y sin serie. Con un total del plan de premios de \$ 10.768.657.831. Ver Anexo n°15.

## **4. ANALISIS MIX DE MARKETING**

### **4.1 Producto.**

Lotería tradicional. Es una modalidad de juego de suerte y azar realizada en forma periódica por un ente legal autorizado, el cual emite y pone en circulación billetes indivisos o fraccionados de precios fijos singularizados con una combinación numérica y de otros caracteres a la vista obligándose a otorgar un premio en dinero, fijado previamente en el correspondiente plan al tenedor del billete o fracción cuya combinación o aproximaciones preestablecidas coincidan en su orden con aquella obtenida al azar en sorteo público efectuado por la entidad gestora. (Alcaldía de Bogotá., 16, pág. Art 11)

La Lotería del Cauca es el operador directo del producto LOTERÍA; mediante el contrato con distribuidores hace posible que llegue nuestro producto a nivel nacional. Todos los sábados juega a las 9:40 pm y es transmitido el sorteo por el canal uno.

Alguna de sus características es:

- ✓ **Billete:** Compuesto por cuatro (4) fracciones, numeradas cada una de la uno (1) a la cuatro (4).
- ✓ **Tamaño:** 13,7 X 23 centímetros (Billete), 13,7 X 5 centímetros (Fracción) y 13,7 X 3 centímetros (Cabezote). Ver gráfico n° 15.
- ✓ **Emisión:** 1.800.000 billetes, presentados comercialmente por ciento ochenta (180) series, de diez mil (10.000) billetes cada serie, numerado cada billete del 0000 al 9999 y series entre el cero (000) y la ciento setenta y nueve (179).
- ✓ **Número de Secos:** 21 en total.
- ✓ **Aproximaciones al Mayor con serie:** 1,112 en total.
- ✓ **Aproximaciones al Mayor en diferente serie:** 195, 110 en total.
- ✓ **Número de Chances Patojos:** 179 en total.
- ✓ **Aproximaciones a los secos en diferente serie:** 3,759 en total.
- ✓ **Valor total del plan de premios:** \$ 8,424, 476, 338

La anterior información es soportada mediante el siguiente gráfico alusivo al actual plan de premios de la empresa. Ver Anexo n° 16.



Loterías					
	Sorteo	2184 - 0			
	Fecha de Juego	20/Ener/2018			
	Hora de Juego	09:40 pm			
	Dia de juego	Sábado			
Codigo del Articulo					
Especificaciones Tecnicas					
Tamaños cm	<input checked="" type="checkbox"/> <b>Billete</b> 13,7 x 23	<input type="checkbox"/> <b>Fraccion</b> 13,7 x 5	<input type="checkbox"/> <b>Cabezote</b> 13,7 x 3		
Tintas	Tiro/	<input checked="" type="checkbox"/> C	<input checked="" type="checkbox"/> M	<input checked="" type="checkbox"/> Y	<input checked="" type="checkbox"/> K

Ilustración 15: Medidas billete y fracción de la lotería del cauca.

Fuente: Lotería del Cauca.

Además, el billete presenta muchos filtros de seguridad, lo cual hace que le sea difícil falsificarlo. Fuera de estos filtros, la empresa tiene un software que le ayuda a detectar la veracidad de la fracción o billete mediante la lectura del código de barras a través de un láser.

El número de filtros en total son 38, en la parte frontal son 24 y al respaldo son 14. Ver Anexos n° 17 y 18.

#### 4.2 Precio:

La Lotería del Cauca, con el actual plan de premios de los \$ 3.333 millones al premio mayor tiene el siguiente valor.

- ✓ **Billete:** \$ 12.000

✓ **Fracción** (1/4 de billete): \$ 3.000

El análisis de esta variable y comparándolas con las loterías que se denominan grandes y medianas por el tamaño del valor del premio mayor.

Variable: Precio(fracción, billete).

Loterías grande(Medellín y Boyacá): El precio de la fracción es igual a la de Boyacá, lo cual es positivo, a pesar de esto las personas se inclinarían por comprar la de Boyacá y aspirar ganar más dinero, ya que el premio mayor es superior. El precio del billete es un poco menor frente a estas loterías, lo cual es favorable porque le permitiría ser comprado fácilmente. Ver tabla n° 1.

Loterías medianas(Bogotá, Santander, valle, Cundinamarca y cruz roja): al comparar el precio de la fracción con la del valle y Santander, quienes están por encima por su valor en el premio mayor es igual y el precio del billete es igual a la del valle; lo anterior vuelve al producto de la lotería del Cauca competitivo, ya que estos precios están dentro de este rango de loterías medianas; sin embargo los premios mayores de aquellas loterías que se encuentran arriba son más atractivos al cliente infiriendo negativamente en la compra del producto, al igual que la cantidad de premios secos que la lotería en estudio presenta en su plan de premios son relativamente pocos, comparado con las demás loterías, permitiendo al cliente comprar el producto de las otras loterías, porque le permite tener más posibilidades de ganar. Ver tabala n° 1.

En síntesis, el precio de la fracción y billete de la lotería del Cauca está de acorde a lo expresado por cada una de las loterías medianas, aunque presenta una debilidad en la cantidad de premios secos, ya que son pocos frente a las demás.

### **4.3 Promoción**

La promoción y publicidad del producto es de es vital importancia porque le permite informar de forma clara y contundente todo al cliente.

- **Promoción de ventas:**

El objetivo de una promoción es ofrecer al consumidor un incentivo para la compra o adquisición de un producto o servicio a corto plazo, lo que se traduce en un incremento puntual de las ventas. Entre las formas de promoción que la empresa utilizaba están:

De una vez a ganar con el 2 y 3” dirigido a vendedores, válido solamente para los dos (2) departamentos que registran el 70% de las ventas totales. Ver Anexo n° 19

RASPA Y GANA (SORTEO UNIFRACCIONAL) dirigido para los cinco (5) departamentos que representan el 86% de las ventas totales. Un ejemplo particular se dio para el sorteo extraordinario del 16 de diciembre de 2017, donde al vender el billete con única fracción; el

lotero podría raspar y si salía el número 1000 tres veces en la colilla, inmediatamente se ganaba \$1000, redimiéndolos en las distribuidoras.

Viernes de promoción y publicidad: La cual consistía en hacer un acompañamiento institucional de todos los funcionarios en entes gubernamentales, donde a veces el lotero no tiene el acceso por cuestiones de seguridad, y por presencia física: al igual que en plazas de mercado, centros comerciales; con el fin de dar a conocer el producto y su plan de premios.

Redes sociales se está adelantando estrategias de promoción del producto mediante concursos para nuestros clientes, en la cual se hacen acreedores de pases para cine, conciertos, billetes de lotería, entre otras, como por ejemplo: si eres la primera persona en comentar y acertar el resultado del partido de fútbol X, podrás ganarte un billete de lotería.

Perifoneo en las principales plazas de mercado durante un horario específico (11 am a 12 mm). Se lo hacía mediante comercios grabados, buscando como objetivo persuadir al cliente a comprar y difundiendo el plan de premios de la lotería con recorridos de autos.

Reunión con distribuidores y loteros a nivel nacional, para incentivar las ventas y motivarlos, mediante charlas y rifa de premios.

Planes promocionales dirigidos a distribuidores: Loticolombia, Gelsa S.A., y se proyectó plan para Superservicios de Nariño y Si Paga, taquilleros en el proceso a los vendedores.

Súper millonario de Navidad: La lotería del Cauca realizó por primera vez un sorteo extraordinario el 16 de diciembre de 2017, con una única fracción por el mismo valor del billete normal; solamente redistribuyendo el plan de premios, donde tenía como premio mayor \$4.133 millones. Ver Anexo n° 20 (Diseño volante y afiche) y Anexo n° 21 (Plan de premios Súper Millonario de Navidad).


#### 4.3.1 Análisis de planes promocionales: 2 y 3 y el Sorteo Extraordinario.

- ✓ Plan promocional 2 y 3.

De una vez a ganar con el 2 y 3: Desde el sorteo 2173 al 2182, aplicado a los cinco (2) departamentos donde registran el 70% de las ventas totales de lotería.

Tabla 15: Crecimiento en ventas, Plan promocional “2 y 3”.

---



**ANÁLISIS PLAN PROMOCIONAL: 2 Y 3**  
**AÑO 2017**

<b>REGIONES</b>	<b>Promedio de Ventas: Sorteo 2130 al 2172</b> Enero 07 a Octubre 28	<b>Promedio de Ventas: Sorteo 2164 al 2172</b> Septiembre 02 a Octubre 28	<b>Promedio de Ventas: Sorteo 2173 al 2181</b> Noviembre 04 a Diciembre 30	<b>CRECIMIENTO</b>
Valle del Cauca	147,939	111,890	115,257	<b>3%</b>
Cauca	36,718	29,063	31,121	<b>7%</b>

---

Fuente: Elaboración propia basado información Lotería del Cauca.

De acuerdo al cuadro anterior donde analizamos comparando dos (2) momentos, nueve (9) sorteos antes de la fecha donde comenzó a regir el plan promocional y el segundo se da durante los nueve (9) sorteos siguientes que duró dicho plan, donde el departamento del Cauca tuvo un crecimiento más elevado con un 7%, mientras que el Valle del Cauca registró un 3%.

El crecimiento de cada región, visto gráficamente refleja una tendencia positiva (Ver gráficas n° 16 y 17), donde el punto más relevante en las dos (2) gráficas es el sorteo número 17, el cual corresponde al sorteo extraordinario en el cual las ventas se dispararon considerablemente, cabe decir que en el Cauca se reflejó más.

El promedio de ventas del primer momento el promedio de ventas en el Valle fue de 111.890 fracciones vendidas, y en el segundo momento es de 115.257, es decir, creció, gracias a que las principales agencias distribuidoras (La Sultana, Occidental y Redcolsa) de la región crecieron; además durante los nueve (9) sorteos del sorteo promocional las anteriores agencias el nivel de ventas tuvo un incremento. Ver anexo n° 22.

En el departamento del Cauca, tanto como Inverpubenza, La Caucanita, Redca, y Concelotería creció en su promedio de ventas, con excepción de La Fortuna. Ahora, el crecimiento en ventas durante el desarrollo de plan promocional todas las agencias tuvieron un incremento, donde la agencia que más creció fue Redca con un 3,6%, seguido de La Fortuna, y la que reflejo un mínimo crecimiento fue La Caucanita. Ver Anexo n° 23.

En general se puede concluir que la aplicación de esta estrategia, cumplió su objetivo, logrando influir en el crecimiento en ventas de estas dos (2) regiones.

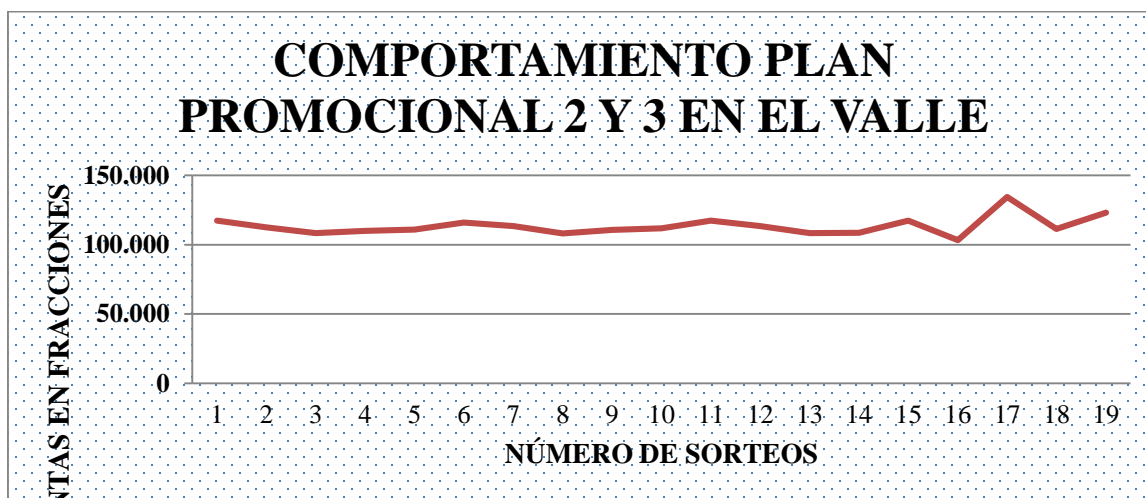


Ilustración 16: Comportamiento Plan promocional 2 y 3 en el Valle.

Fuente: Propia basado a información oficial de la Lotería del Cauca.



Ilustración 17: Comportamiento Plan promocional 2 y 3 en el Cauca.

Fuente: Propia basado a información oficial de la Lotería del Cauca.

✓ Sorteo Extraordinario

El cual se realizó el 16 de diciembre de 2017, con una única fracción por el mismo valor.

Con respecto a la información, donde se analiza el sorteo 2178 contra el 2179, donde en este último se desarrolló por primera vez en la historia de la empresa de un sorteo extraordinario fue bien visto por la clientela a nivel nacional, reflejando un repunte en ventas. Ver anexo n° 24

Las cinco (5) regiones (Valle, Cauca, Antioquia, Atlántico y Bogotá) las cuales representan más de la mitad de las ventas totales de la empresa, mirando una a una tenemos lo siguiente:

**Valle del Cauca.**

Crecimiento: Reporta un crecimiento del 30%, gracias a que las principales agencias (la sultana, occidental y Redcolsa) que venden más crecieron también (Ver Anexo n° 25). A pesar que esta región representa el 56% de las ventas totales, el anterior repunte es el más bajo frente a las cuatro (4) regiones.

Variación en el porcentaje de participación en ventas: Presenta una variación negativa del 7,5%, se dio porque sus agencias en su mayoría decrecieron, entre ellas están dos (2) principales agencias disminuyeron su participación. Ver anexo n° 24.



**Cauca.**

Crecimiento: Reporta un crecimiento del 79%, es la tercera de la cinco (5) regiones que representan más de la mitad del total de ventas, gracias a que las principales agencias crecieron, donde La Cauca es las que más creció con un 278%, seguido por Redca (132%) también (Ver Anexo n° 26).

Variación en el porcentaje de participación en ventas: Presenta una variación positiva del 2,91%, sin embargo Inverpubenza, quien es a la agencia más grande, para este sorteo 2179 su participación bajó en un 6,5%, seguido por L a Fortuna con un -2,2 y Conceloterías (-0,3%); La Cauca fue quién mejor le fue, aumentó su participación en un 7,3%. Ver Anexo n° 24.

**Antioquia.**

Crecimiento: Reporta un crecimiento del 134%, es la región que más creció, todo gracias a que las agencias crecieron, entre ellas está Los dólares con un 194%, seguido por Unired con un 191%.(Ver Anexo n° 27).

Variación en el porcentaje de participación en ventas: Presenta una variación positiva del 3,48%, sin embargo, algunas de la agencias distribuidoras presentan una tendencia negativa, como es el caso de Los Dólares, que para este sorteo fue la que más decreció con un 8,1%, junto

a Cb electrónica y Sí Paga. La agencia que tuvo un crecimiento más relevante frente a las demás fue Loticolombia con un 6,4%. Ver Anexo n° 24

### **Bogotá.**

Crecimiento: Reporta un crecimiento del 104%, es la segunda región que más creció, todo gracias a que las agencias crecieron, entre ellas está Sí Paga (2330), quien más creció con un 169%, seguido por Gelsa (2130) con un 103%.(Ver Anexo n° 28).

Variación en el porcentaje de participación en ventas: Presenta una variación positiva del 1,41 %, sin embargo, la mayoría de la agencias distribuidoras presentan una tendencia negativa, como es el caso de Gelsa (2130), que para este sorteo fue la que más decreció con un 27,2%. Ver Anexo n° 24

### **Atlántico**

Crecimiento: Reporta un crecimiento del 75%, es la penúltima región que menos creció, dentro de las cinco (5) regiones más importantes, dada que las agencias crecieron, entre ellas está Multiloterías, quien más creció con un 131%, seguido por Dimas Bravo(101%), y la que menos creció es Codesa (17%).(Ver Anexo n°29).

Variación en el porcentaje de participación en ventas: Presenta una variación positiva del 0,48 % , sin embargo, la segunda agencia comercializadora más importantes de este departamento decreció en un 12,3%( Superservicios). Ver Anexo n° 24

En general, se concluye que este sorteo extraordinario, el cual se hizo por primera vez en la historia de la empresa cumplió su objetivo principal, generando un crecimiento en las ventas en la mayoría de la regiones donde hoy se vende nuestro producto.

- **Publicidad.**

Actualmente la Lotería del Cauca realiza la publicidad mediante:

- ✓ Material publicitario: dummies, kit para loteros (camisetas, chalecos, gorras), pendones, volantes, afiches, agendas, lapiceros, etc. (Ver anexo n° 7)
- ✓ Plan de medios: Radio, prensa y Televisión.
- ✓ Redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram, página oficial, YouTube.

- **Fuerza de ventas.**

Está compuesta por las 84 agencias comercializadoras de nuestro producto, junto a sus loteros, y por parte de la empresa a cargo el área comercial quien hace el apoyo institucional a nivel nacional.

- **Relaciones Públicas**

La empresa actualmente enfoca el desarrollo de las relaciones públicas participando en eventos empresariales, ferias; en municipios. La presencia se hace principalmente por medio de patrocinios, donde la empresa hace donaciones y regalos para estos eventos.

En la parte administrativa, el manejo de relaciones públicas las realiza en primera instancia el señor gerente de la empresa y en segundo lugar el jefe comercial; son quienes tienen más contacto con las agencias distribuidoras y loteros.

#### **4.4 Distribución.**

La Lotería del Cauca actualmente maneja su distribución mediante los siguientes medios:

- Lotería tradicional.

Se puede adquirir su billete o su fracción de la Lotería del Cauca con su lotero de confianza, al igual que en todas las agencias comercializadoras a nivel nacional, o encuéntrelo en la calle con el tradicional porta billetes ofreciendo su número de la suerte.

- Lotería en línea.

Con todos los loteros o en su agencia, a través de Loticolombia, Lotired, Codesa, Gelsa a nivel nacional y podrás preguntar por su número preferido y recibes tu confirmación de manera electrónica.

- Lotería por Mensaje de texto.

Este es un canal nuevo que está implementando la empresa y consiste en: Adquirir tu Lotería del Cauca desde la comodidad y seguridad, a través de tu teléfono celular enviando mensajes al 27020. Visita [www.loteriamovil.co](http://www.loteriamovil.co) para mayor información. Servicio válido para operadores Claro, Movistar y Tigo

- Abonados.

Si usted es cliente oficial de Popayán y de cualquier ciudad del país, mediante este canal te permite escoger tu número favorito con tu serie y podrás tenerlo siempre, y así jugarlo cada ocho (8) días con tu Lotería del Cauca. Lo único que debe hacer es acercarte e inscribirte en las agencias comercializadoras.

## 5. APLICACIÓN Y RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

### 5.1 Clientes.

Se encuestó a un total de 96 personas a las que se les hizo doce (12) preguntas, y una vez tenido sus respuestas se decide a tabular y graficar, como resultado tenemos lo siguiente:

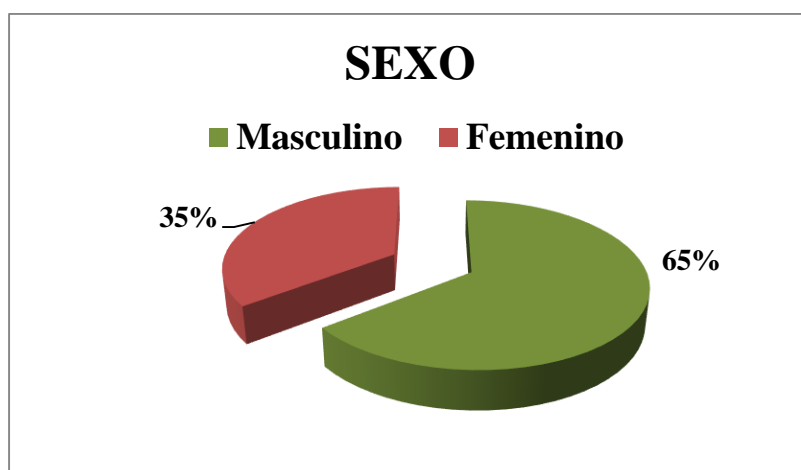


Ilustración 18: Encuesta a clientes:sexo

Fuente: Investigación propia de campo

### Análisis de datos:

Del total de los compradores encuestados, el 65% fueron hombres, y restante mujeres (35%).

### Interpretación.

Los resultados ante esta pregunta, muestra que la mayor parte de los encuestados son hombres, por lo que se deduce que son los que más adquieren el producto de la empresa; aunque las mujeres tienen un porcentaje menor, es muy relevante; este dato es esencial porque el género femenino cada vez se ve atraída por los juegos de suerte y azar, en especial al juego de lotería; por lo que es necesario direccionar estrategia enfocadas a este segmento, buscando mayor participación en la compra del producto.

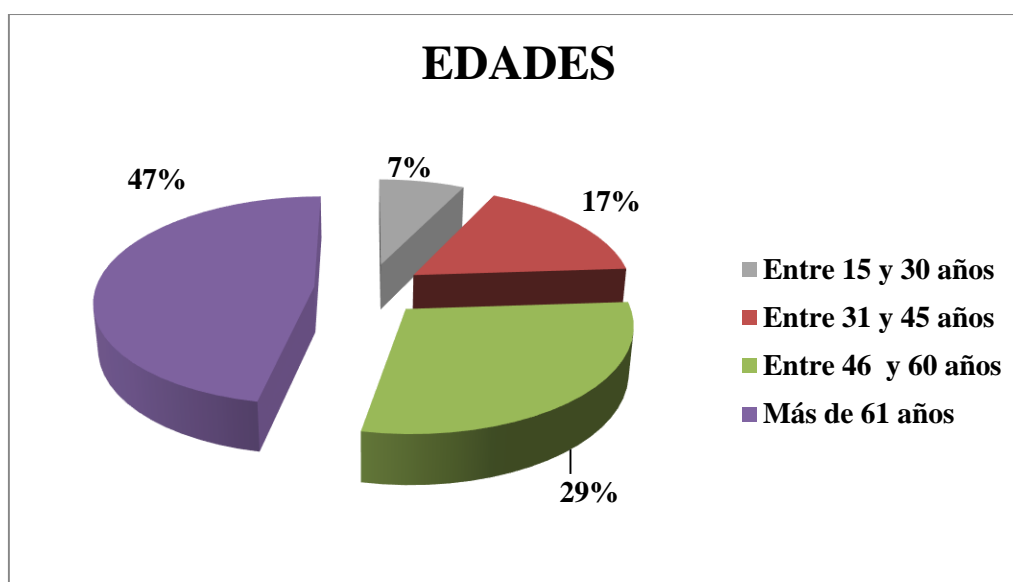


Ilustración 19: Encuesta a clientes: Edades

Fuente: Investigación propia de campo

**Análisis de datos:**

De las 96 encuestados que corresponde al 100%, el 47% de ellos tienen más de 61 años, el 29% se edades están entre los 46 y 60 años, seguido por las que se encuentran entre 31 y 45 años(17%) y con un7% las personas que están entre los 15 y 30 años.

**Interpretación.**

Actualmente la población demandante se encuentra por encima de los 61 años de edad, seguido por aquellas personas que están dentro del rango de edad de 46 y 60 años, es decir, que casi el 80% de nuestro mercado objetivo se encuentra por encima de los 46 años edad; este dato refleja que nuestros clientes pertenecen al segmento de quienes tienen el poder adquisitivo, algunos son pensionados y/o jubilados, o que tienen una estabilidad laboral, lo cual les permite comprar el producto; pero presenta un aspecto negativo y es esta población demandante está volviéndose cada vez más vieja y ante este panorama es necesario que la empresa empiece a estudiar otro tipo de segmento, como por ejemplo, aquellas personas que están en el rango de los 25 a los 40 años, con el fin de direccionar metodologías que busquen incentivar la compra del producto y así aumentar la participación de mercado.



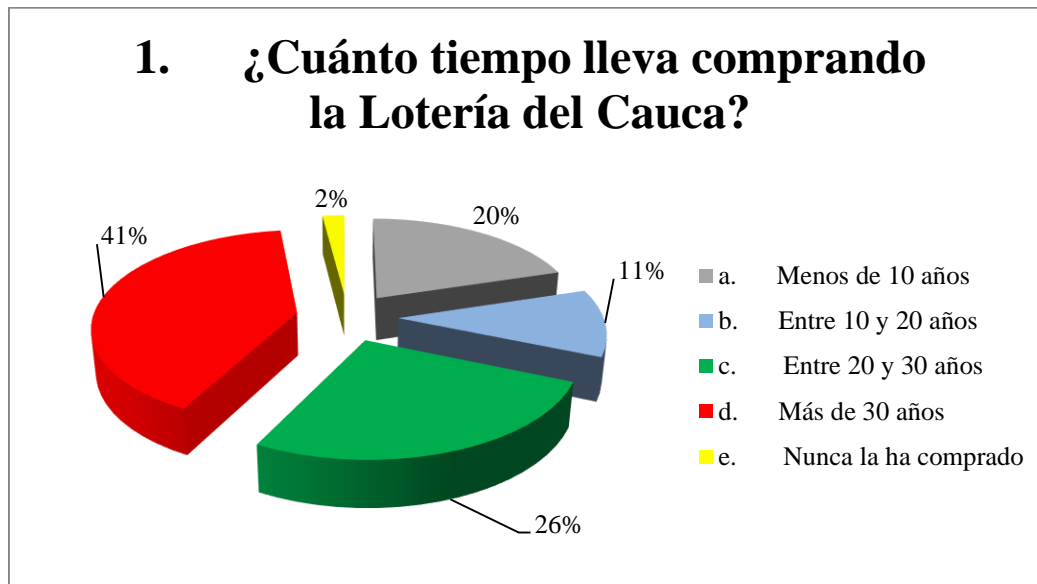


Ilustración 20: Pregunta 1: ¿Cuánto tiempo lleva comprando la lotería del cauca?

Fuente: Investigación propia de campo

### **Análisis de datos:**

Del 100% de los encuestados, el 41% manifiesta que más de 30 años son los que llevan comprándola, seguido del 26% que son los que llevan entre 20 y 30 años, luego están aquellos los de menos de 10 años y por último están los que hacen 10 y 20 años compran nuestro producto.

### **Interpretación.**

La mayoría de los compradores (sumando los rango A y B) son clientes, que a lo largo del tiempo han sido fieles al producto; aunque existe un dato relevante, y es que el tercer lugar están los que llevan menos de 10 años comprándola; este último dato es muy importante, porque

demuestra que en el producto de la lotería ha venido fortaleciéndose y cautivando la atención de este segmento e incentivando a comprarlo. Esta es una oportunidad para poder sacar provecho y así poder incrementar la participación en el mercado de loterías.

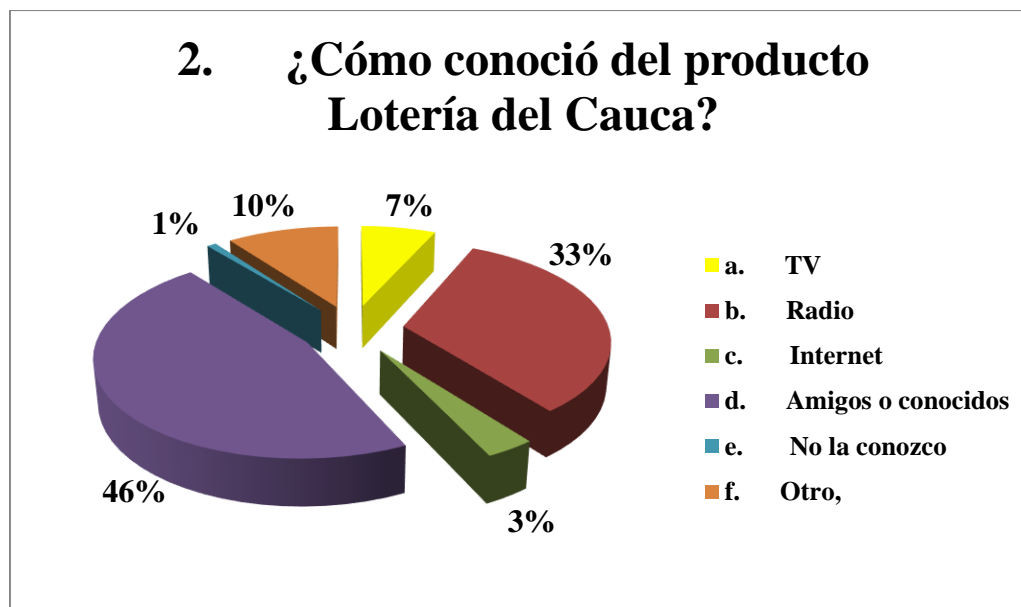


Ilustración 21: Pregunta 2: ¿Cómo conoció del producto Lotería del Cauca?

Fuente: Investigación propia de campo

### **Análisis de datos:**

El 46% de las personas manifestaron que a través de amigos o conocidos, tuvieron conocimiento de la lotería del cauca, seguido por la radio con un 33%, luego está Otro (loteros) con un 10%, posteriormente está la Tv con un 7%, Internet (3%).

### Interpretación.

El voz a voz, es el canal más efectivo para comunicar y poder promocionar un producto; tal como lo vemos reflejando en el anterior gráfico; son muchos los amigos y conocidos de los encuestados que conocieron de la lotería del Cauca recurriendo a comprarla, quizá pudo ser consecuencia de cierta influencia de aquellas personas que tuvieron buenas experiencias con el producto, es decir, ganaron alguno de los premios; luego está la radio, la cual según manifiestan los clientes que durante el tiempo cuando comenzaron a comprarla, el medio más conocido era este, aun así en la actualidad sigue teniendo cierta importancia para dar a conocer lo que ofrecemos. En tercer lugar está la opción de Otro, a la cual se refiere a loteros, los cuales trabajan en la calle y son los que divulgan el producto mediante el contacto directo con el cliente, de allí la importancia en capacitar y de hacer un acompañamiento empresarial para que los loteros puedan dar un mejor servicio al cliente.

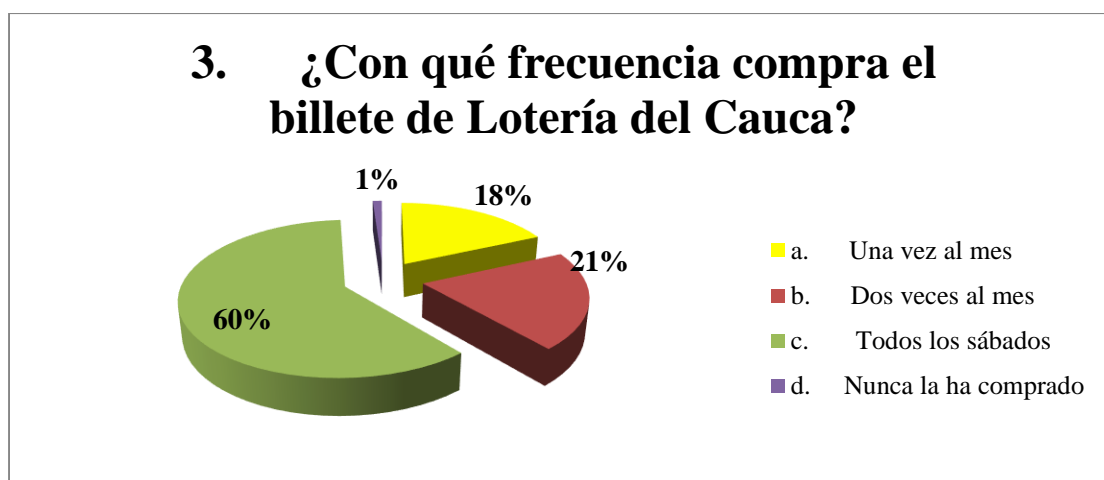


Ilustración 22: Pregunta 3: ¿Con qué frecuencia compra su billete de Lotería del Cauca?

Fuente: Investigación propia de campo

**Análisis de datos:**

El 60% manifiesta que compran su billete de lotería todos los sábados, seguido por la opción de dos veces al mes con un 21%, seguidamente está la opción de una vez al mes con un 18%.

**Interpretación.**

Según los datos arrojados, demuestran que en su mayoría las personas tienden a comprarla lotería del Cauca todos los sábados, lo cual muestra su fidelidad a la marca, y la gran acogida que tiene por parte de todos los clientes; este dato es muy importante porque permite ver quienes son los clientes fijos y así direccionar mecanismos que generen incentivos de felicitación a este segmento, buscando que puedan recomendar el producto ofrecido. Además, existe otra población la cual refiere que compra la lotería del Cauca dos veces al mes, es decir, que el 81% de los encuestados, tienen gran preferencia hacia el producto al momento de comprar lotería, todo esto se debe al fortalecimiento del plan de premios en los últimos años y la efectividad en ventas de los diferentes planes promocionales, medidos bajo la variable de ventas.

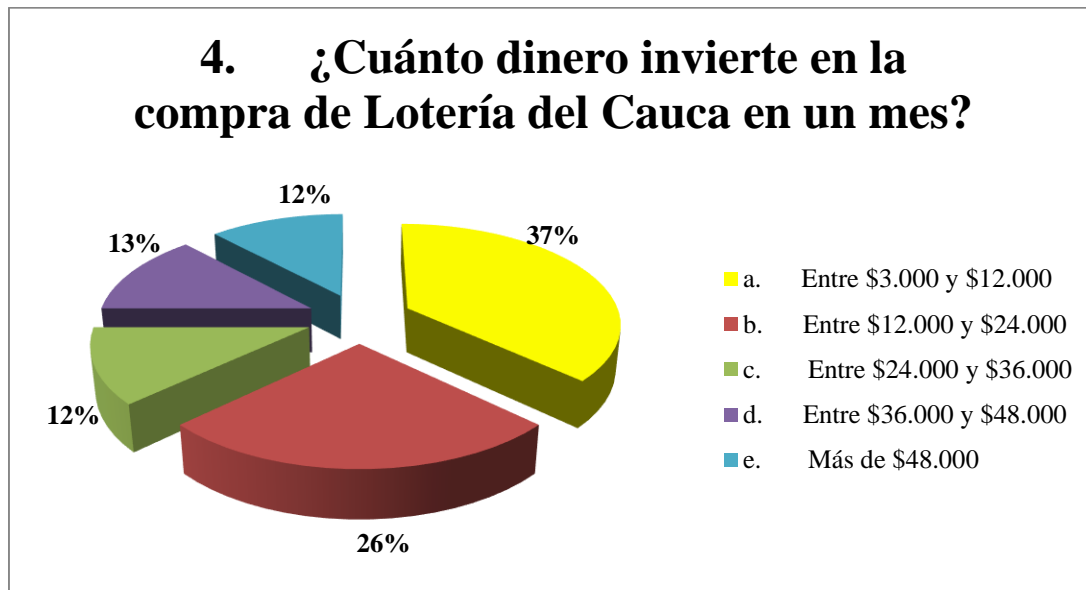


Ilustración 23: Pregunta 4: ¿Cuánto dinero invierte en la compra de Lotería del Cauca en un mes?

Fuente: Investigación propia de campo

#### **Análisis de datos:**

El 37% de los encuestados, invierten entre \$3.000 y \$12.000 al mes, seguidamente están lo que gastan entre \$12.000 y \$24.000 son el 26%, y aquellos que destinan más de \$48.000 son el 12%.

#### **Interpretación.**

Según la información recolectada, no existe un predominio de cierta respuesta a otra, sí se mira las que más predominan son las opciones A y B, presentando un rango de diferencia entre

ambas es del 11%, llegando a la conclusión que el 60% (sumando la opción A más la B) disponen de máximo \$24.000 para comprar su lotería del cauca al mes, es decir, que cada sábado gastan \$6.000 cada sorteo, dinero que alcanza para dos fracciones. Esta información refleja que las personas no disponen del dinero suficiente para comprar el billete completo, este tipo de segmento pertenecen personas de estrato 1 y 2, con ingresos menores; aunque el 40% restante disponen más de \$24.000 para invertir en juego de la lotería del cauca al mes, incluso existe una población del 12% que corresponde a la suma de más de \$48.000 al mes en la compra de la lotería, es decir, un billete cada sábado; a este segmento(40%) debemos implementar estrategias para aumentar su participación en la compra de la lotería del cauca, debido a que son personas que tienen el poder adquisitivo, ya que son quienes tienen ingresos altos.

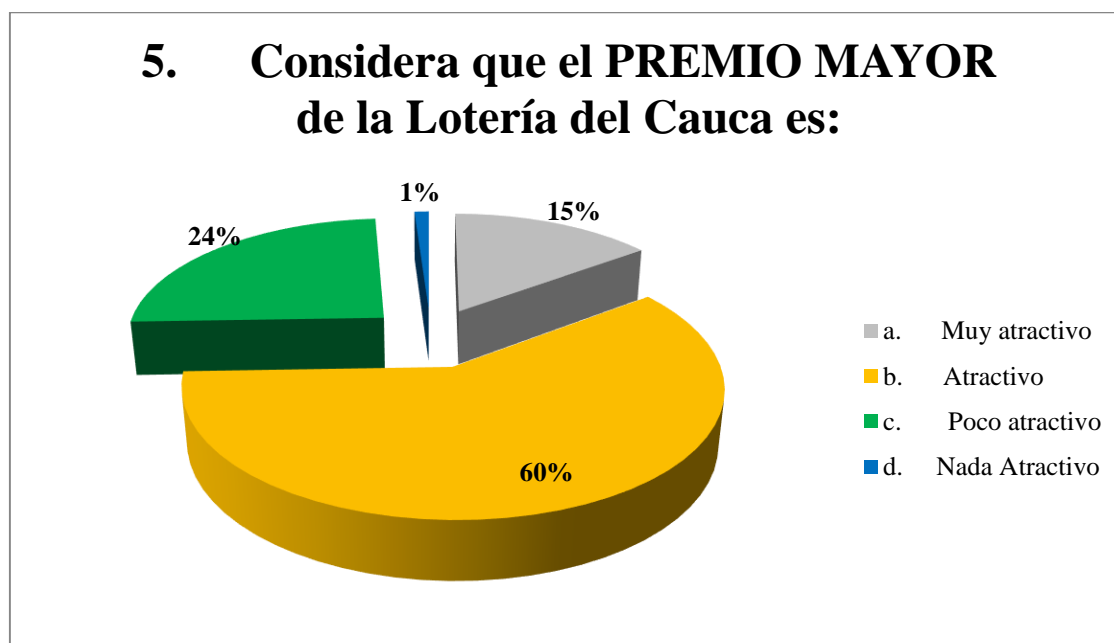


Ilustración 24: Pregunta 5: Considera que el Premio Mayor de la Lotería del Cauca es:

Fuente: Investigación propia de campo

**Análisis de datos:**

El 60% del total de encuestados dicen que el premio mayor es atractivo, el 24% manifiestan que es poco atractivo, el 15% muy atractivo y el 1% nada de atractivo.

**Interpretación.**

Se puede interpretar que más de la mitad de los clientes se encuentran conformes con el valor del premio mayor y lo ven como competitivo frente a las demás loterías, esta apreciación más otro porcentaje que dicen que es muy atractivo suman el 80%, lo cual lo tomamos como positivo y esto genera mayores ventas del producto; lo anterior se debe a que en los últimos años las diferentes administraciones se han preocupado por el mejoramiento del plan de premios y por lanzar mecanismos como planes promocionales que sí se lo analiza mediante la variable ventas, han tenido efectividad.

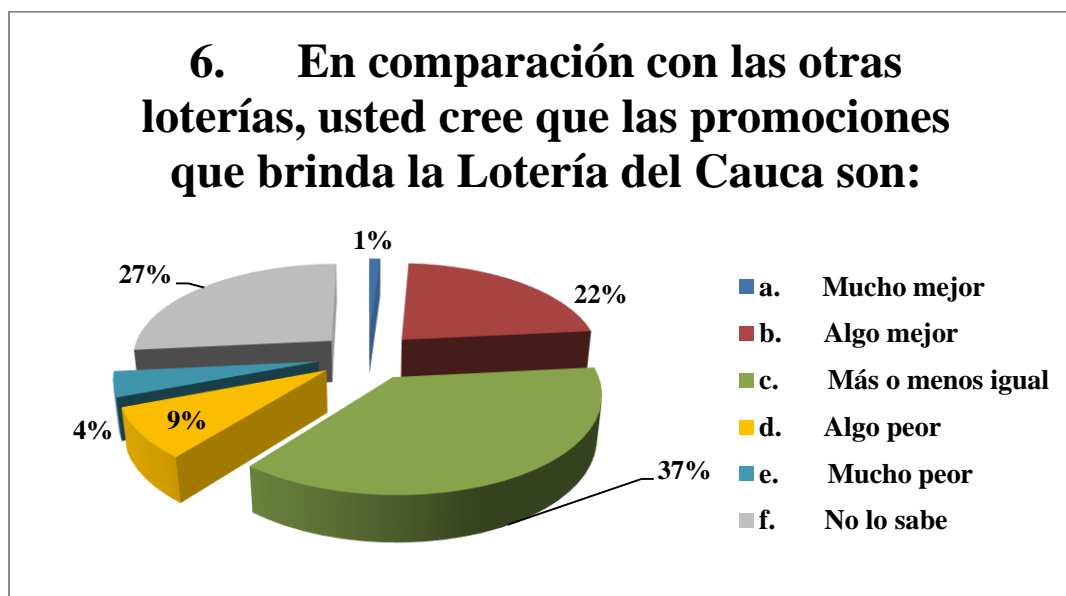


Ilustración 25: Pregunta 6: En comparación con las otras loterías, ¿usted cree que las promociones que brinda la Lotería del Cauca son:

Fuente: Investigación propia de campo

#### **Análisis de datos:**

El 37% de las personas dijeron que las promociones que brinda la lotería del cauca son más o menos igual; el 27% no sabe, el 22% algo mejor, algo pero es el 9% y el 4% mucho peor.

#### **Interpretación.**

Según relatan los encuestados, la metodología de las diferentes promociones implementados por parte de la lotería del cauca se asemeja a las demás loterías, mientras que otro porcentaje de clientes expresan que no lo saben. Todo esto tiene que ver con la falta de innovación en la



formulación de los planes promocionales, puesto que los premios a dar o la forma de ganarlos es igual o similar a los ofrecidos por la competencia.

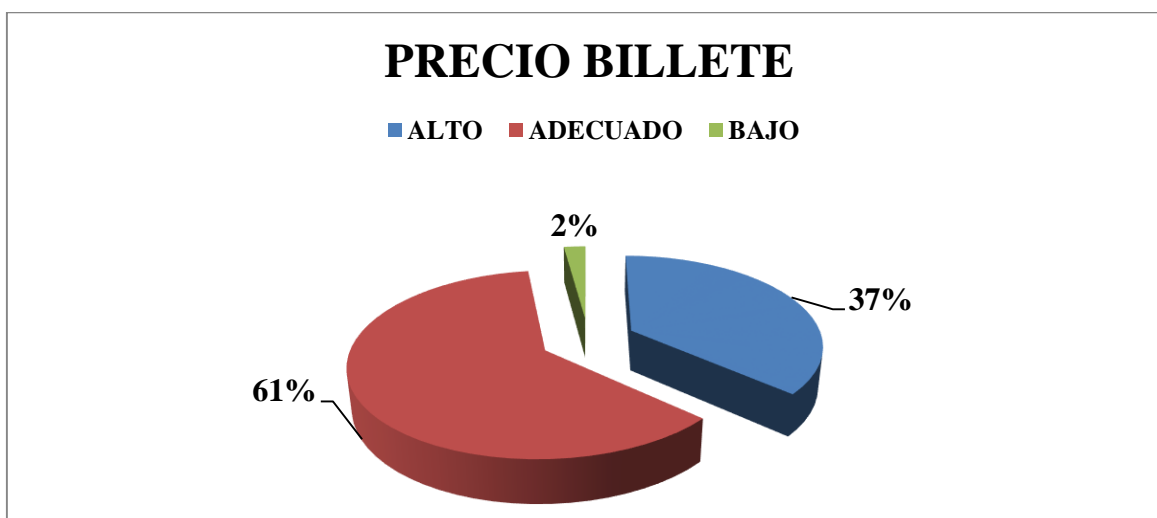


Ilustración 26: Pregunta 7: ¿Cómo considera que es el precio del billete y fracción?

Fuente: Investigación propia de campo

**Análisis de datos:**

Del 100% de los encuestados, el 67% dijeron que el precio de la fracción era adecuado, el 30% alto y el 3% bajo; mientras que en el caso del billete 61% adecuado, el 37% alto y el 2% era bajo.

**Interpretación.**

Se puede analizar que la mayor parte de las personas a las que se le aplicó la respectiva encuesta consideran que se encuentran satisfechos con el precio de la fracción y del billete, aunque recientemente subió el valor de estas, pero se ve soportado con el incremento del precio de la fracción. Con el reciente plan de premios muchos de los clientes se ven seducidos por el fortalecimiento hacia el premio mayor, lo cual repercute positivamente en el incremento de las ventas de la empresa

Y en menor porcentaje del total de personas encuestadas consideran que el valor de precio de la fracción y billete de a lotería del Cauca es alto frente a las otras loterías, sintiéndose no satisfechos, porque a pesar que se fortaleció el valor del premio mayor, tiene deficiencias en el número de premios secos y el bajo pago a las aproximaciones, repercutiendo según ellos en las ventas.

<b>8. ¿Qué le gusta y qué no le gusta de la Lotería del Cauca?</b>	Plan de premios, premio mayor, secos, aproximaciones, precio, aporta a la salud,.
<b>LE GUSTA:</b>	no cae ne popayán, pocos secos, pago aprox sin serie, descuento neto a pagar, inventivos al cliente, poca publicidad, cantidad de series, precio, planes promocionales más atractivos.
<b>NO LE GUSTA:</b>	

Ilustración 27: Pregunta 8: ¿Qué le gusta y qué no le gusta de la Lotería del Cauca?

Fuente: Investigación propia de campo

### **Interpretación.**

Las personas encuestadas manifestaron que entre las cosas positivas que presenta la empresa está su plan de premios, su aporte a la salud, secos, etcétera; aunque los aspectos negativos son muchos más, entre ellos están: incentivos a clientes, poca publicidad, planes promocionales atractivos, etc; esta información es de vital importancia porque le permite conocer a la empresa las fortalezas buscando potenciarlas y las oportunidades para aprovecharlas, al igual que las debilidades y amenazas para minimizarlas y hacer las correcciones necesarias para que el producto de la lotería del cauca se vuelva más competitivo y atractivo para los clientes y generar mayores ventas.

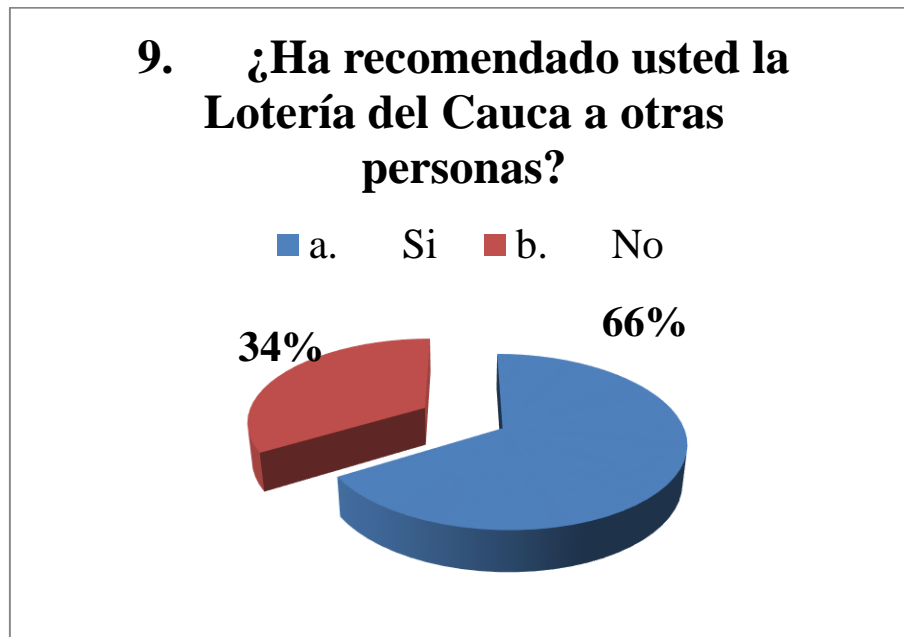


Ilustración 28: Pregunta 9: ¿Ha recomendado usted la Lotería del Cauca a otras personas?

Fuente: Investigación propia de campo

#### **Análisis de datos:**

Respecto a esta pregunta, el 66% de las personas encuestadas dicen haber recomendado la lotería del cauca y el 35% expresan que no la han recomendado.

#### **Interpretación.**

Según lo manifestado por la mayoría de las personas encuestadas que ha recomendado la lotería del cauca, gracias a que han ganado alguno de los premios como secos, parte del mayor; es el aporte que hace a la salud de los caucanos y colombianos, o simplemente porque es una empresa

local y como caucanos prefieren apoyar a empresas locales, sin olvidar que esta también genera empleo. Estas percepciones expresadas por los clientes, se debe verlas como oportunidades para lanzar planes promocionales con slogan que hagan referencia a la misión empresarial y a apoyar siempre a las empresas locales, para poder sembrar el sentido de pertenencia, lo que indirectamente se vería reflejado en el aumento de las ventas del producto.

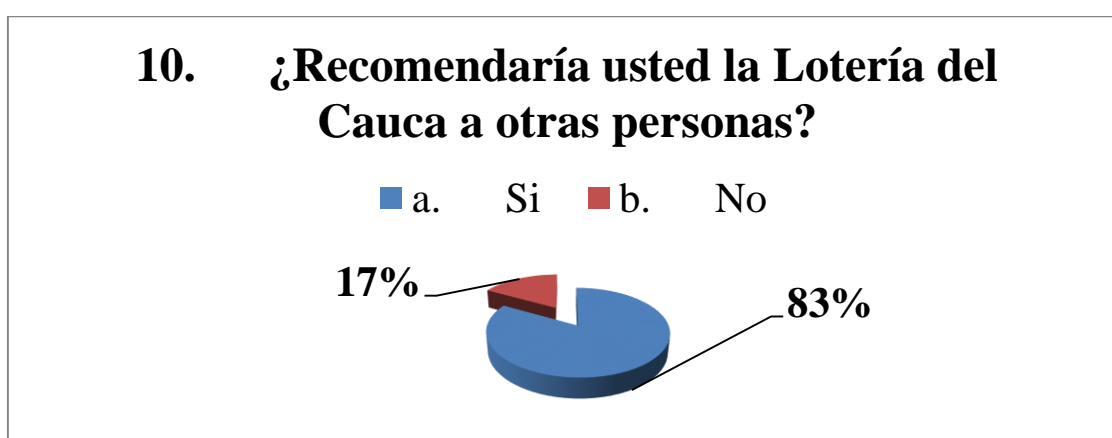


Ilustración 29: Pregunta 10: ¿Recomendaría usted la Lotería del Cauca a otras peronas?

Fuente: Investigación propia de campo

#### **Análisis de datos:**

El 83% de las personas encuestadas dicen que sí, mientras que el 17% manifiestan que no.

#### **Interpretación.**

Al ver el resultado ante la pregunta planteada, la gran mayoría de los encuestados respondieron que sí recomendarían la lotería, quizá obedece a que han ganado premios, o tienen

el sentido de pertenencia y el apoyo hacia lo nuestro, o también porque genera recursos para el financiamiento del sistema de salud nacional. Todo esto conlleva a que cada día más y más personas conozcan el producto, y puedan comprarlo. Esta respuesta dada por los clientes, podemos aprovecharlas para realizar campañas alusivas a recomendar el producto a otras personas por parte de aquellos que han ganado, generando confianza en la lotería del Cauca.

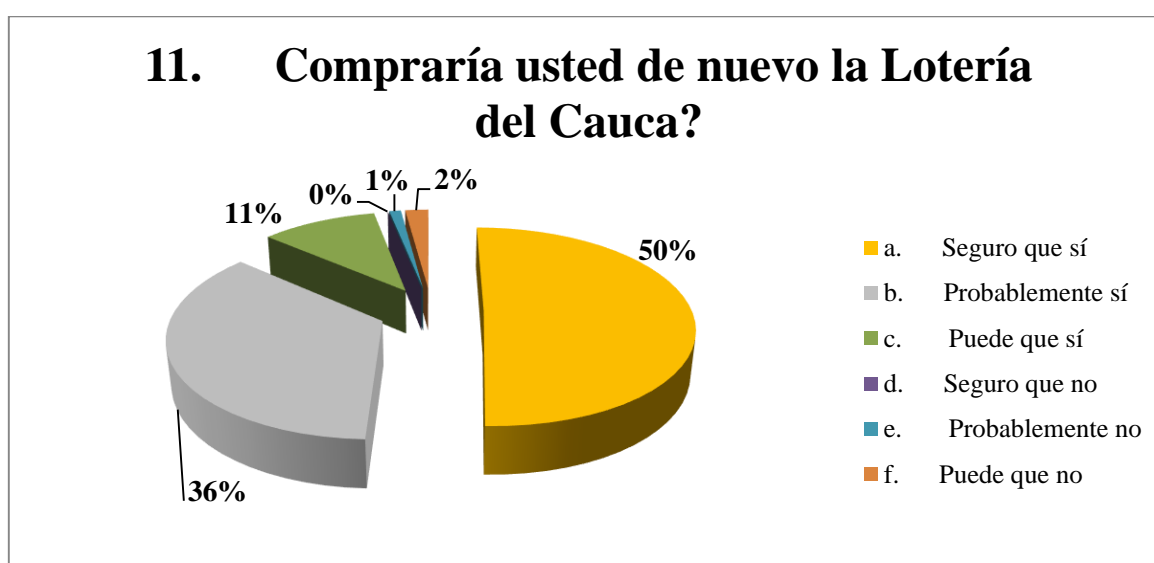


Ilustración 30: Pregunta 11: ¿Compraría usted nuevamente la Lotería del Cauca?

Fuente: Investigación propia de campo

#### **Análisis de datos:**

Del 100% de las personas, el 50% expresaron que seguro que sí, el 36% probablemente que sí, el 11% puede que sí, 2% que puede que no y el 1% probablemente que no.

### Interpretación.

La mitad de las personas encuestadas manifestaron que seguramente comprarán la lotería del Cauca, esos clientes son fijos, es decir, que si disponemos de 100 fracciones a la venta, la mitad ellas se venderán seguramente, y si sumamos las que probablemente sí nos daría un total de 86 fracciones vendidas del ejemplo anterior puesto como ilustración; lo anterior se debe al posicionamiento de la marca que cada día crece con el trabajo de las diferentes administraciones que buscan siempre crecer en el mercado de loterías, ofreciendo un mejor producto. Todo lo dicho se debe a que muchos de los clientes han ganado con la lotería del Cauca, lo que traduce en satisfacción y por ende a preferir su compra ante las demás.

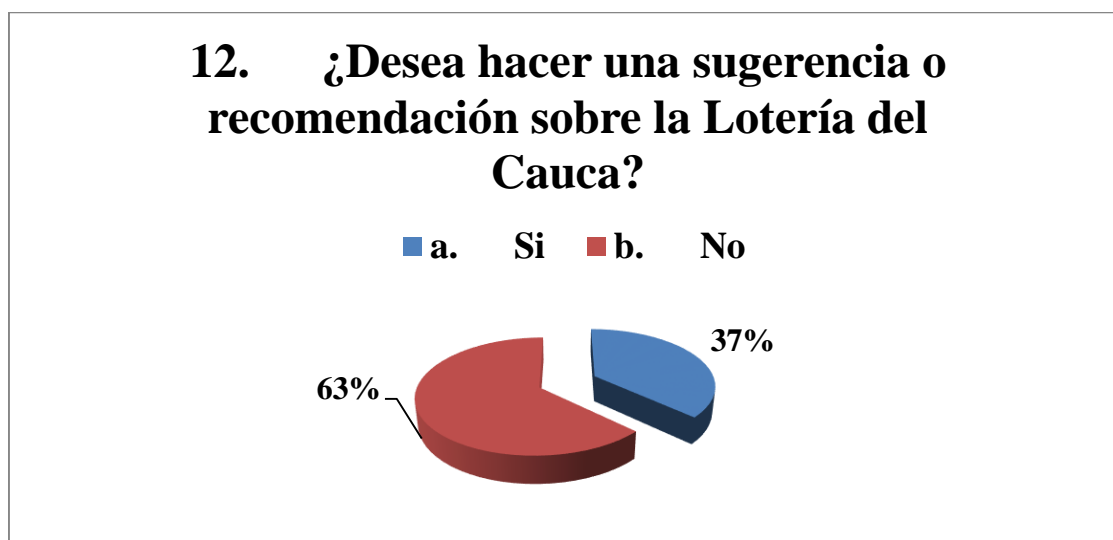


Ilustración 31: Pregunta 12: ¿Desea hacer una sugerencia o recomendación sobre la Lotería del Cauca?

Fuente: Investigación propia de campo

**Análisis de datos:**

El 63% de las personas que se encuestó respondieron que no, mientras que el 37% restante dijeron que sí, aportando su opinión.

**Interpretación.**

Aunque la mayoría respondieron que no, si hubo un porcentaje de personas que quisieron dar su recomendación o sugerencia hacia la lotería buscando que la empresa mejore; entre ellas está mejorar la atención al público en algunos puntos de venta, diseñar planes promocionales más atractivos, incentivos al cliente, mejor y pago a aproximaciones, etc. Toda esta información es de vital importancia, porque es necesario ver el punto de vista de los clientes, para corregir lo negativo y fortalecer aquellas cosas positivas.

**Conclusiones.**

- ✓ Quien más compra el juego de lotería son los hombres, con un 65%, mientras que el 35% restante corresponde a las mujeres.
- ✓ Quienes más compran la lotería son aquellas personas mayores de 61 años(47%) y en segundo lugar están entre el rango de 46 a 60 años (29%), seguidamente está con un 17 los de 31 y 45 años y por último está los que están entre 15 y 30 años con un 7%.



- ✓ El 41% de los encuestados llevan mas de 30 años comprando la lotería, luego están los que llevan entre 20 y 30 años(26%), seguidamente están los que con un 20% ( 10 y 20 años)
- ✓ Los amigos o conocidos(46%), seguido por la radio, con un 33%; estos son los medios por los cuales muchos de los encuestados conoció el producto de la lotería del cauca.
- ✓ El 60% de los encuestados compran su lotería del cauca todos los sábados, luego están los que compran 2 veces al mes(21%) y los que la compran 1 vez al mes(18%).
- ✓ Aproximadamente el 65% de las personas invierten hasta \$24.000 en lotería del cauca en un mes.
- ✓ El 60% de los encuestados consideran que el premio mayor es atractivo, el 24% de ellos dicen que es poco atractivo y el 15% dicen que es muy atractivo.
- ✓ El 37% de las personas creen que las promociones de la lotería del cauca son más o menos igual a otras loterías, el 27% dicen que no lo saben.
- ✓ Precio fracción: 67% es adecuado, el 30 dicen que es alto; precio billete: 61% de ellos dicen que es adecuado, el 37% dicen que es alto.
- ✓ Gusta: plan de premios, premio mayor, aporta a la salud, precio; No le gusta: no cae en popayán, pocos secos, aproximaciones sin serie, incentivos al cliente, poca publicidad, cantidad de series, precio.
- ✓ El 66% de los encuestados han recomendado la lotería del cauca y en un 83% la recomendarían.
- ✓ La mitad de las personas dijeron que seguramente comprarían la lotería y el 36% probablemente la comprarían.

## 5.2 Vendedores de Lotería.

Para este segundo actor, se elaboró un cuestionario de doce (12) preguntas aplicadas a cincuenta y cinco (55) vendedores de lotería, los cuales no arrojaron la siguiente información.

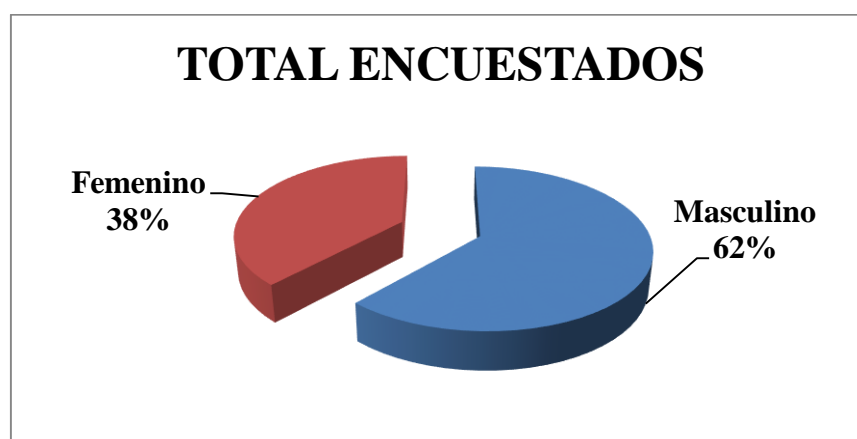


Ilustración 32: Vendedores de Lotería: total de encuestados.

Fuente: Investigación propia de campo

### Análisis de datos:

El 62% de los encuestados fueron hombres y el restante (38%) a mujeres.

### Interpretación.

Los vendedores de lotería en el municipio de Popayán están conformados en su mayoría por hombres, aunque cabe resaltar que las mujeres tienen una buena representación, la cual es inferior

al género masculino en este oficio, nos muestra que ellas se están involucrando e incursionando en el mundo laboral, permitiendo demostrar sus capacidades en todas las labores, además de eso, permite conocer quienes son sus vendedores para después adoptar políticas de inclusión, buscando como objetivo de evitar discriminación hacia este segmento , además generar motivación mediante estrategias que ayuden a que se sientan orgullosas y orgullosos de su labor.

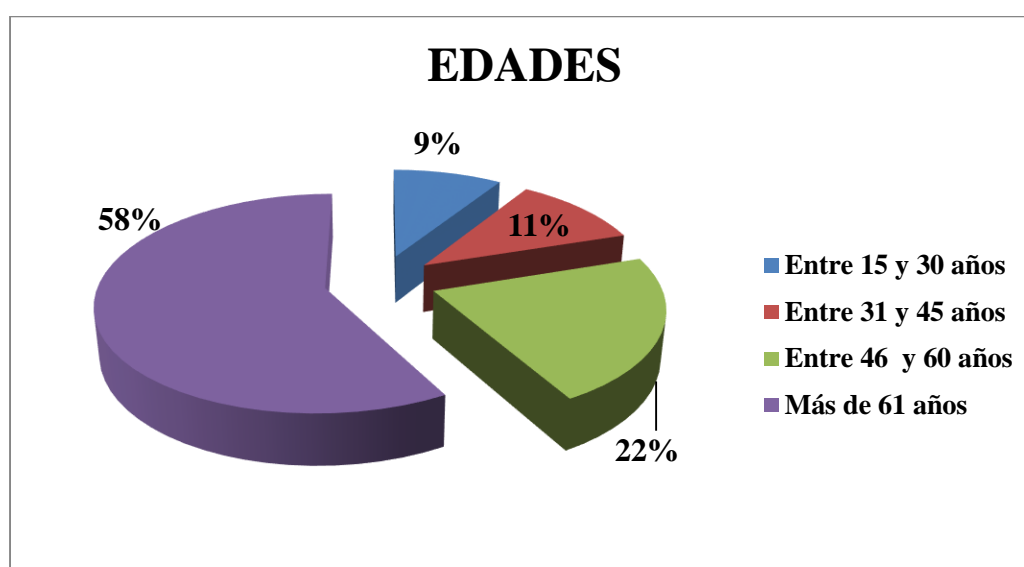


Ilustración 33: Encuesta a vendedores de lotería: edades

Fuente: Investigación propia de campo

#### **Análisis de datos:**

Del 100% de los encuestados, el 58% de ellos tienen y están por encima de los 61 años, el 22% están en el rango entre 46 y 60 años, luego están las personas entre el rango de los 31 y 45 de edad con un 11% de participación y finaliza con un 9% los que se encuentran lo que están entre los 15 y 30 años.

## **Interpretación**

Actualmente el panorama de los vendedores de lotería (Lotereros) es preocupante, porque como lo muestra el gráfico, la gran mayoría tienen o están por encima de los 60 años, es decir, son de la tercera edad, por lo cual persiste la dificultad en adelantar estrategias que sean eficaces, debido a que su poder de retentiva, física, etc., son barreras que no les permite entender y comprender más fácil lo que se les comunica en cuanto al conocimiento del producto y así transmitirlo de manera clara y precisa al cliente; seguido están las personas entre 46 y 60, esta población es relativamente más joven, aun así, si sumamos estas dos poblaciones, podemos concluir que alrededor del 80% de los vendedores de lotería se encuentran por encima de los 45 años de edad, que en términos generales, se tiene una fuerza de venta pasada de edad.

Ante este panorama, la empresa necesita implementar estrategias, buscando como finalidad atraer a segmentos de población joven, que tengan la vitalidad y la capacidad de generar relaciones con el cliente mucho más fuertes; pero para llegar a este punto, es necesario estudiar a este segmento, para determinar sus expectativas, gustos, preferencias y así adoptar estrategias efectivas y atractivas para que se vinculen al oficio de vendedores.

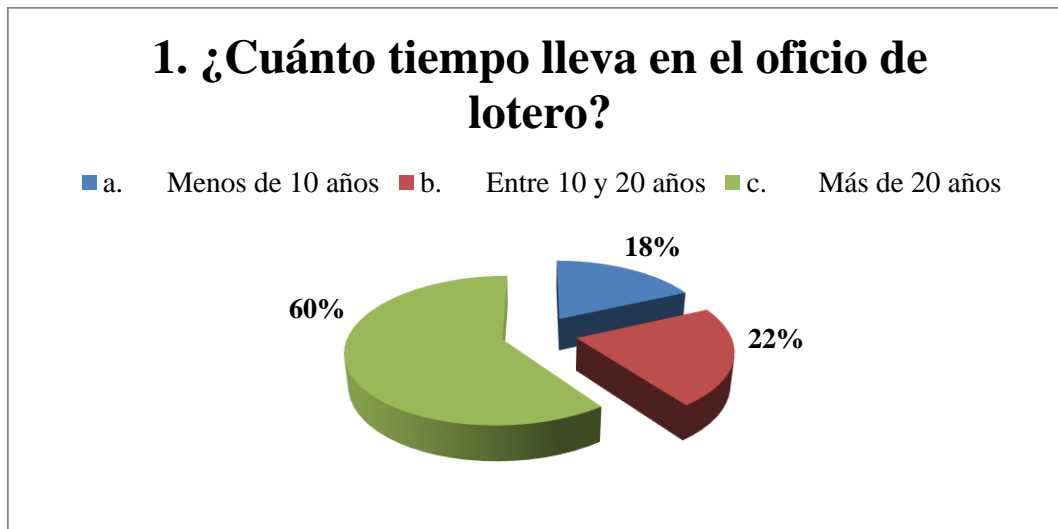


Ilustración 34: Pregunta 1: ¿Cuánto tiempo lleva en el oficio de lotero?

Fuente: Investigación propia de campo

### **Análisis de datos:**

El 60% de los encuestados dicen llevar en este oficio más de 20 años, entre 10 y 20 años son el 22% y el 18% los que llevan menos de 10 años.

### **Interpretación.**

La mayoría de los vendedores de lotería llevan ejerciendo este oficio más de 20 años, y aún siguen vigentes en él, tal vez porque según lo relataban es la única fuente de empleo, y debido a sus edades no pueden emplearse en otra ocupación. Lastimosamente este oficio no es bien visto y hasta menospreciado por la juventud de ahora, quizá porque esta población pueden sentir

vergüenza al ofrecer el producto, también porque este oficio no les genera estabilidad laboral, o simplemente no existen estrategias convincentes y adecuadas para esta población.

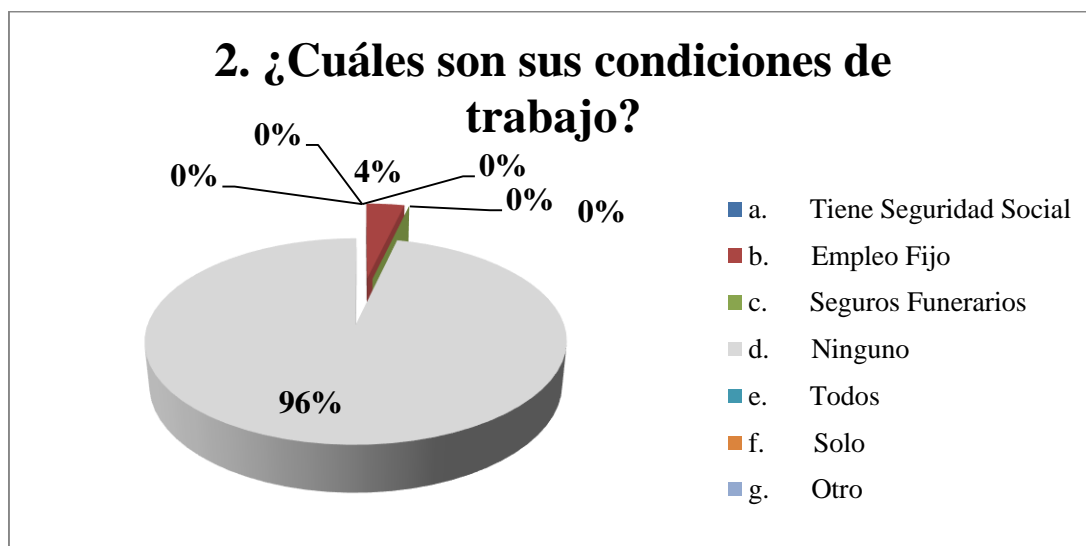


Ilustración 35: Pregunta 2: ¿Cuáles son sus condiciones de trabajo?

Fuente: Investigación propia de campo

### **Análisis de datos:**

El 96% de los encuestados manifiestan no tener ninguna de las posibilidades que les preguntamos, el 4% de ellos dicen tener empleo fijo.

### **Interpretación.**

La realidad actual que presentan los vendedores de lotería, en su gran mayoría manifiestan no tener seguridad social, empleo fijo, seguros; solo una mínima parte dicen tener, cabe decir que

este porcentaje pueden ser algunas personas que trabajan con las dos únicas empresas que le brindan un sueldo fijo como lo es acertemos y juguemos, en puntos localizados.

Este panorama puede ser la causa porque muchas de las personas no se ven atraídas por este oficio; las empresas deberían considerar la forma de poder brindarles formas para generar un mejor bienestar social, puede ser mediante una contribución aunque sea mínima a estas problemáticas presentes en el grupo de vendedores de lotería de la ciudad de Popayán, como por ejemplo: vinculación a salud, donde la empresa, agencia y vendedores aporten en un porcentaje de dinero en la compra de un seguro de salud.

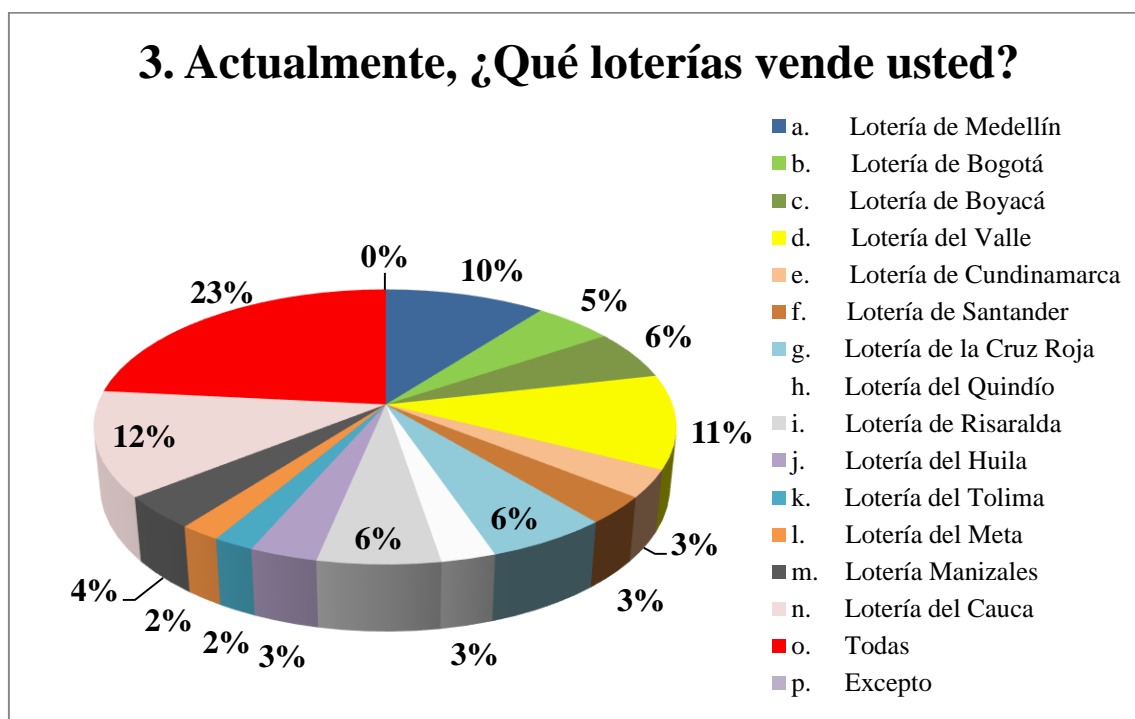


Ilustración 36: Pregunta 3: Actualmente, ¿Qué loterías vende usted?

Fuente: Investigación propia de campo

**Análisis de datos:**

El 23% del total de los encuestados dicen vender todas las loterías, sigue la lotería del cauca con el 12%, luego está la lotería del valle (11%), y la lotería de Medellín (10%). Estos son los datos más relevantes, puesto que las otras lotería no son tan aceptadas por los clientes.

**Interpretación.**

Actualmente en el departamento del cauca, existe mercado para todas las loterías, muchos de los clientes ven con agrado que existan muchas opciones de compra; esta situación hace que las loterías a diario implementen métodos buscando mejorar la participación de mercado. Sin embargo, existe la posibilidad de que algunos vendedores vendan ciertas loterías, porque según ellos son las que más se venden, las que sobresalen son: Cauca, Valle, Medellín, Risaralda, Cruz roja, Bogotá.

Ante este panorama, la lotería del cauca, necesita implementar metodologías innovadoras que pueda diferenciarse de la competencia, para así pueda incrementar sus ventas y pueda abarcar más mercado.



<p><b>4. De las anteriores loterías que usted vende, ¿Cuál o cuáles le genera más rentabilidad?</b></p>	<p>Lotería del Valle, Lotería del Cauca y Lotería de Medellín.</p>
---	--

Ilustración 37: Pregunta 4: De las anteriores loterías que usted vende, ¿Cuál o cuáles le genera más ganancia?

Fuente: Investigación propia de campo

### **Interpretación.**

La respuesta dada en la anterior pregunta corrobora lo dicho en la pregunta n° 3, donde se refleja que existe 3 loterías que más venden los loteros y ellas son la lotería del cauca, valle y Medellín, se debe a que sus planes de premios son más atractivos para los clientes, o también porque existe más promoción y publicidad de su producto frente a la demás.

La lotería del cauca es una de la las tres más vendidas en la ciudad de Popayán, todo esto es gracias a la efectividad(medido por la variable ventas) de los planes promocionales como por ejemplo el “2 y 3” y el super millonario de navidad y el fortalecimiento del plan de premios donde las ventas incrementaron.

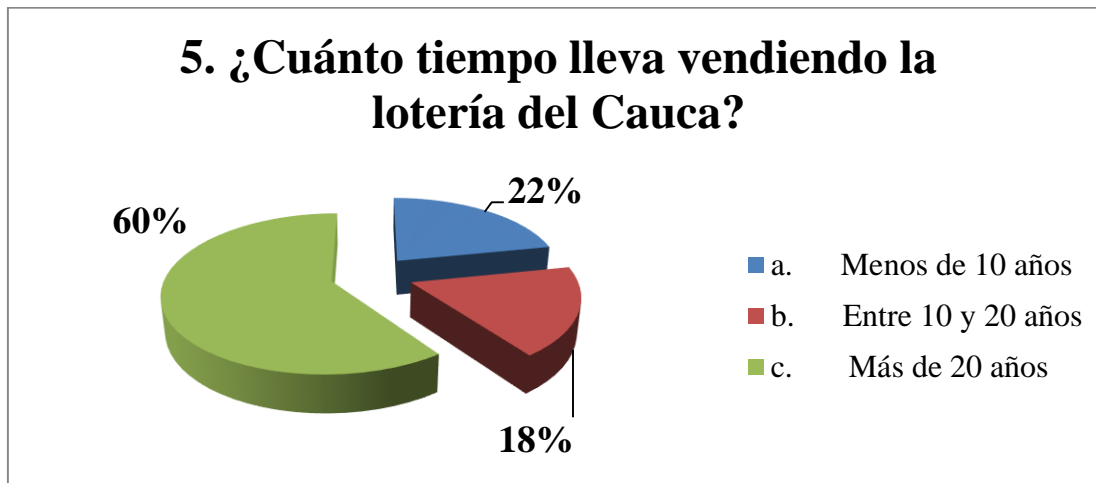


Ilustración 38: Pregunta 5: ¿Cuánto tiempo lleva vendiendo la lotería del cauca?

Fuente: Investigación propia de campo

#### **Análisis de datos:**

El 60% de los vendedores de lotería expresan que más de 20 años, 22% está en el rango menos de 10 años y el 18% entre 10 y 20 años.

#### **Interpretación.**

Según los datos arrojados, se puede ver que la mayoría de los vendedores encuestados llevan ejerciendo el oficio por más de 20 años, lo que traduce en fidelidad a la marca y que a lo largo de todos este tiempo le ha generado rentabilidad la venta del producto, sin embargo, algunos de los relatos manifestaban que cada vez este oficio es poco valorado por la juventud y que el auge de otros juegos hacen que cada día se vea afectada las ventas; además, el gremio de loterías nunca se

han preocupado por formalizar el oficio, causando que muchos loteros abandonen el trabajo y la dificultad que otras personas tendrían para pertenecer al gremio de vendedores de lotería.

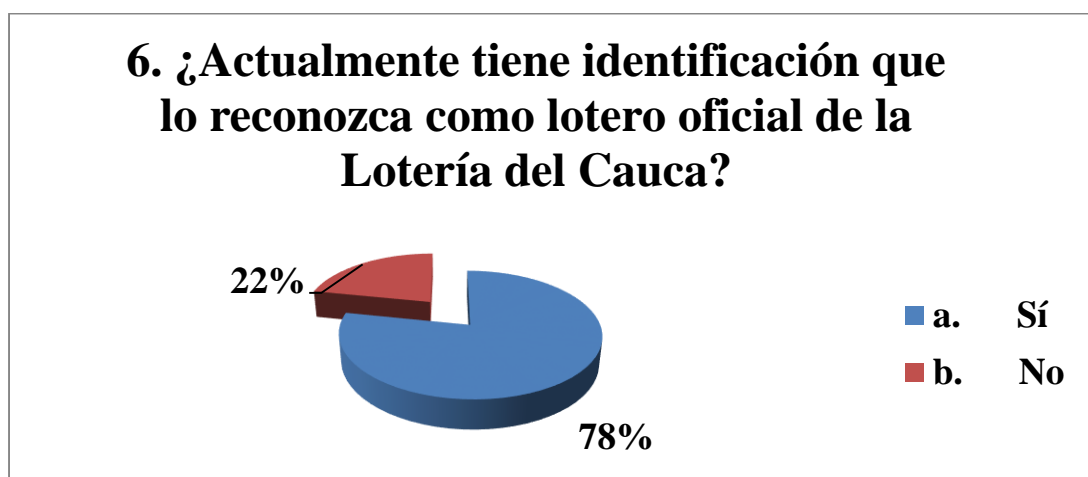


Ilustración 39: Pregunta 6: Actualmente tiene identificación que lo reconozca como lotero oficial de la lotería del cauca?

Fuente: Investigación propia de campo

### **Análisis de datos.**

Del total de encuestados, el 78% dijeron que tiene la identificación que los reconoce como loteros oficiales de la empresa, mientras que el 22% respondieron que no.

### **Interpretación.**

Existe una circunstancia que preocupa, la mayoría de las personas encuestadas respondieron que tenían identificación que los acredita como vendedores oficiales de la empresa, al igual se

evidenció que muchos no portaban dicho carnet; esto podría repercutir negativamente en las ventas del producto, porque muchos de los clientes no podrían reconocerlos fácilmente lo que generaría desconfianza a la hora de comprar la lotería. Además manifestaban que en ciertos lugares(entidades estatales y demás empresas) donde querían ofrecer el producto no les permitían el ingreso, y esto sería consecuencia de no portar dicho carnet que los acredite como vendedores de lotería.

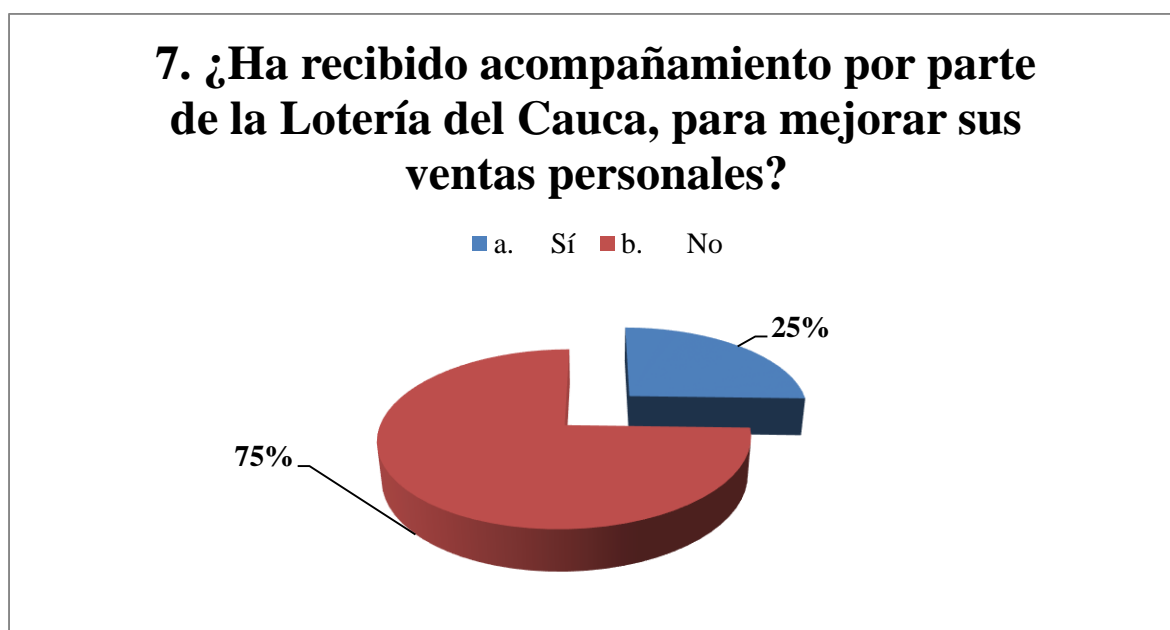


Ilustración 40: Pregunta 7: ¿Ha recibido acompañamiento por parte de la lotería del cauca para mejorar sus ventas?

Fuente: Investigación propia de campo

### 8. Si respondió a la pregunta anterior SI, ¿Cómo califica el acompañamiento por parte de la Lotería del Cauca?

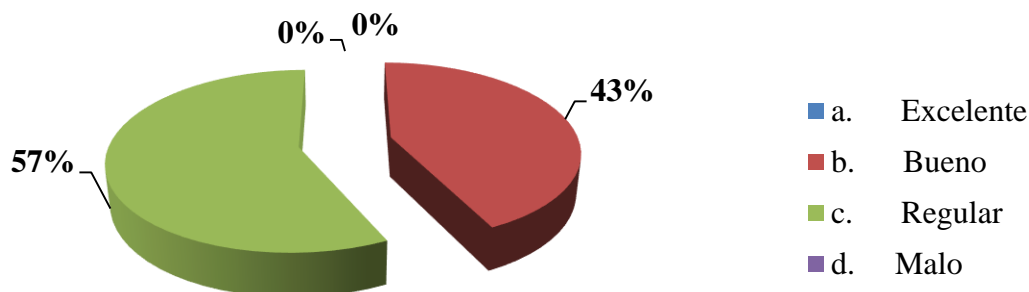


Ilustración 41: Pregunta 8: Si respondió a la pregunta anterior SI, ¿Cómo califica el acompañamiento por parte de la lotería del cauca?

Fuente: Investigación propia de campo

#### **Análisis de datos (pregunta 7 y 8).**

El 75% de los encuestados manifestaron que no han recibido acompañamiento por parte de la empresa, mientras que el 25% de ellos dijeron que sí. Ahora del total de persona que respondieron SI (pregunta n°8), el 57% de ellos respondieron que regular y el 43% buena.

#### **Interpretación (pregunta 7 y 8).**

Existe un vacío en cuanto a lo que se refiere al apoyo institucional por parte de la empresa, fueron pocas las que respondieron que sí, se referían con capacitaciones, las cuales son importante pero no suficientes, se necesita implementar otras metodologías que impulse de

manera efectiva y completa este apoyo, como por ejemplo ir junto con ellos a entidades y empresas para presentarlos y hacerles promoción y publicidad al producto generando ventas en aquellos sitios, estar en constante comunicación con ellos para conocer su pensamiento y generar motivación y solución ante problemas que puedan presentarse diariamente.

En cuanto a la pregunta número 8, hay una calificación casi pareja entre los que contestaron regular y buena, quizá pudo suceder que quién impartió dichas capacitaciones no estaba bien entrenado, o utilizó un léxico muy técnico, lo que dificultó entender y comprender toda la información por parte de los vendedores de lotería.

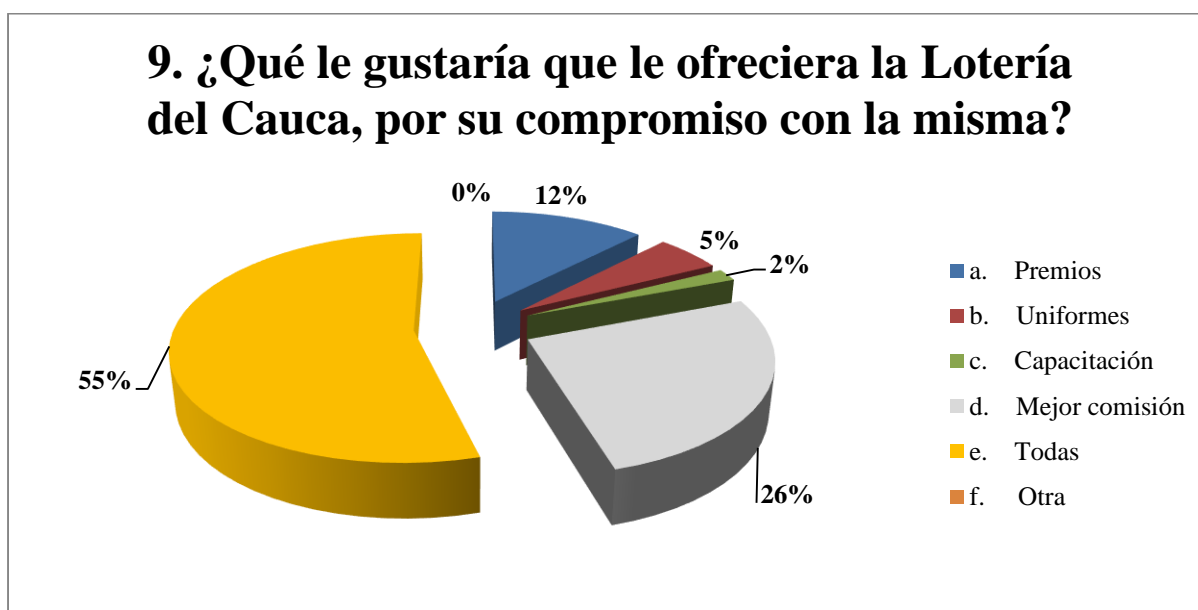


Ilustración 42: Pregunta 9: ¿Qué le gustaría que le ofreciera la lotería del cauca, por su compromiso con la misma?

Fuente: Investigación propia de campo

### **Análisis de datos.**

El 55% respondió que todas, seguido por el mejor comisión (26%), luego está premios (12%), posteriormente está uniformes (5%) y capacitación (2%).

### **Interpretación.**

Como se evidencia más de la mitad respondieron todas, porque la unión de todas estas posibilidades generen mayor motivación por parte de los loteros, sintiendo el apoyo y el hacerlos sentir importantes para la empresa. Todo esto traerá como consecuencia un mejoramiento en las ventas de la lotería del cauca.

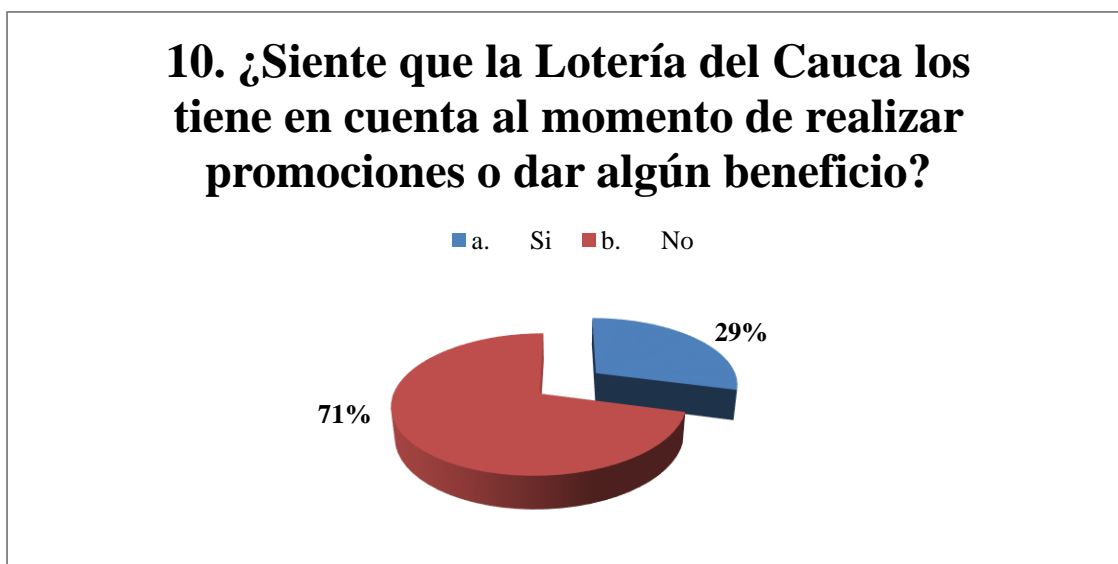


Ilustración 43: Pregunta 10: ¿Siente que la lotería del cauca los tiene en cuenta al momento de realizar promociones o dar algún beneficio?

Fuente: Investigación propia de campo

### **Análisis de datos.**

El 71% de los encuestados expresaron que no los tienen en cuenta al momento de realizar promociones o dar algún beneficio, mientras que el 29 dijeron que sí.

### **Interpretación.**

La gran mayoría de las personas dijeron que no, según lo percibido al momento de plantear esta pregunta es que porácticamente se realizan planes promocionales hacia ellos y en algunos casos no contaron con la opinión de ellos, siendo poco atractivos; por lo tanto se necesita replantear la metodología en la realización de estos, primero se debe hacer un diagnóstico, partiendo de las necesidades de ellos y contar con su apreciación.

<p><b>11. ¿Qué cosas resalta y que cosas debe mejorar la Lotería del Cauca?</b></p>
---

<p><b>11.1 Resalta</b></p>
----------------------------

<p>Plan de premios, genera trabajo, premio mayor, secos, chance patojo, precio, número de fracciones.</p>
---

<p><b>11.2 Debe Mejorar</b></p>
---------------------------------

<p>Trato al lotero, más publicidad y promoción de producto, mejorar la comisión, bonificación premio mayor sin serie, gerencia más abierta al lotero, sacar planes promocionales a clientes, mayor acompañamiento institucional, mejorar el pago a aproximaciones y secos, dar dotación de distintivos de la empresa, material publicitario que sirva de enganche en la ventas, generar un seguro para la billetería entregada a loteros.</p>
---

Ilustración 44: Pregunta 11: ¿Qué cosas resalta y qué cosas debe mejorar la lotería del cauca?

Fuente: Investigación propia de campo



### Interpretación.

Frente a esta pregunta, se les hizo una pregunta abierta, buscando no limitar sus respuestas, buscando conocer su opinión, haciendo el análisis, fueron mucho más las cosas a mejorar que lo bueno, es necesario que desde la gerencia replantee algunas decisiones que según el gremio de vendedores de lotería tendrían que mejorar, entre ellas está el bajo rubro del presupuesto para hacer promoción y publicidad, es muy corto y no alcanza a hacer esta tarea de forma eficiente y eficaz. Toda esta información es de vital importancia conocerla para que la empresa tome los correctivos necesarios para minimizar las debilidades y fortalecer lo positivo, buscando que la lotería del Cauca se posicione más fuerte en el mercado de juegos de suerte y azar.

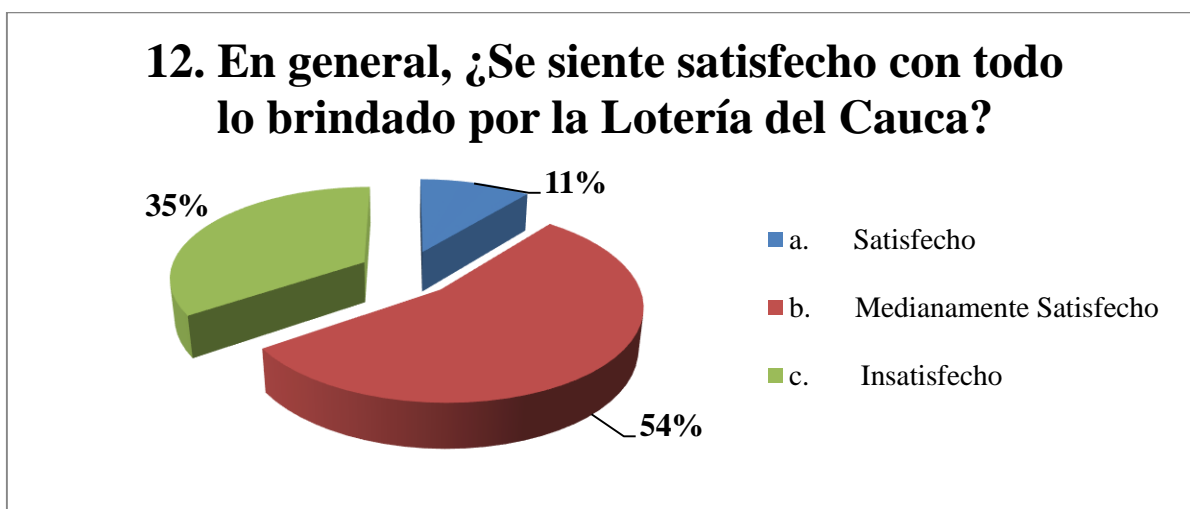


Ilustración 45: Pregunta 12: En general, ¿Se siente satisfecho con todo lo brindado por la lotería del cauca?

Fuente: Investigación propia de campo

**Análisis de datos.**

El 54% de los vendedores de lotería dicen sentirse medianamente satisfecho, el 35% insatisfechos y el 11% satisfechos.

**Interpretación.**

Frente a esta pregunta, la anterior gráfica refleja el nivel de satisfacción por parte de los vendedores de lotería, en su mayoría se sienten medianamente satisfechos; tan solo el 11% de los encuestado se sienten satisfechos, esto es un panorama preocupante, porque la mayoría de los vendedores se sienten que la empresa existen ciertos incumplimientos y falta de políticas que incentiven y promuevan la generación de mejores ventas, mediante el acompañamiento y el reconocimiento a la labor desarrollada por este gremio; esta insatisfacción de lotero repercute negativamente en la la imagen de la empresa, generando impactos negativos en las ventas empresariales y el crecimiento organizacional en el mercado de loterías.

**Conclusiones.**

- ✓ La mayoría de los vendedores de lotería son hombres (62%) y el 38% son mujeres.
- ✓ Actualmente los loteros, en su mayoría pertenecen a quienes están por más de 61 años(58%), luego están los de 46 y 60 años(22%), seguido están los de 31 y 45 años con el 11% y por último están los de 15 y 30 años con un 9%.

- ✓ El 60% llevan más de 20 años en el oficio de lotero, el 22% entre 10 y 20 años y el 18% menos de 10 años.
- ✓ El 96% de esta población carece de seguridad social, de un empleo u otro beneficio.
- ✓ El 23% de los vendedores dicen vender todas las loterías.
- ✓ La lotería del Valle, Cauca y Medellín son las loterías más vendidas.
- ✓ En su mayoría de los encuestados tienen identificación que los acredita como loteros oficiales de la lotería del cauca.(78%).
- ✓ El 75% de los encuestados dicen no haber recibido acompañamiento por parte de la empresa para mejorar sus ventas personales.
- ✓ El 33% del total dijeron querer tener en su trabajo premios, uniformes, capacitación y mejor comisión.
- ✓ El 55% expresan que les gustaría que le ofreciera premios, uniformes, capacitaciones, mejor comisión.
- ✓ El 71% de los encuestados, dicen que la empresa no los tiene en cuenta al momento de realizar promociones o dar algún beneficio.
- ✓ Les Gusta: plan de premios, genera trabajo, premio mayor, chance patojo, número de fracciones, precio; No les Gusta: trato al lotero, más publicidad y promoción del producto, mejorar la comisión, bonificación premio mayor sin serie, gerencia de puertas abiertas, acompañamiento empresarial, mejorar el pago a aproximaciones y secos, dotación, material publicitario que sirva como de enganche, generar un seguros para billetería, salud y funerarios.

- ✓ El 54% de los vendedores de lotería se sienten medianamente satisfecho con todo lo brindado por la lotería del cauca, el 35% dicen sentirse insatisfechos y el 11% satisfechos.

### **5.3 Gerente de la Lotería del Cauca.**

Este tercer enfoque, se le hizo una entrevista al actual gerente de la Lotería del Cauca, Doctor: Miguel Eduardo Muñoz Guevara, quien es el responsable de coordinar y dirigir el rumbo de la empresa, buscando su opinión y mirar el punto de vista frente al contexto empresarial en el que se mueve. El total de preguntas fueron trece (13), a continuación veremos su respuesta a cada una de ellas.

**Actualmente, desde su conocimiento como gerente de la Lotería del Cauca, ¿cómo analiza el mercado de juegos de lotería en el departamento del cauca?**

**M.E.M.G:** El departamento tiene 42 municipios, de ellos tenemos 5 municipios en los cuales se pueden hacer este trabajo de buena forma, y por unos factores; el primero: es la entrega de billetería, con una geografía topográfica muy quebrada, lo cual nos impide la celeridad necesaria para entregarla a tiempo, por lo que el mercado de lotería se realice sobre los municipios que están sobre la vía panamericana y zona norte donde se facilita en muy buena parte de ellos.

Partiendo de esa base, no nos da la posibilidad de un cubrimiento total, sino son ciertos municipios como Popayán, al norte piendamó, Santander de quilichao, puerto tejada, villa rica, miranda, corinto; y hacia la zona sur el municipio del bordo, y una mínima parte bolívar; eso nos

da la posibilidad de que únicamente el 14% de la lotería de venta en el departamento del cauca, y así sucede con el resto de loterías, y la gran concentración tanto de loterías como de juegos de azar están distribuidos en estos municipios que tienen mucho más acceso en la parte vial, internet, lo que facilita su desarrollo; de ahí lo veo la representación del 14%; este porcentaje es el indicativo que viene teniendo desde hace varios años.

**¿Cómo analiza a la lotería del cauca dentro del mercado de loterías en el departamento?**

**M.E.M.G:** El mercado de loterías aquí en nuestro departamento es aceptable, yo creo que todas las loterías mantienen el mismo equilibrio entre el 10 y 14% de las ventas generales que se tienen, eso nos indica que hay una franja de compradores de lotería; eso nos indica que realmente que el mercado se mantiene estable. Este año vamos a establecer una política de mercado, buscando un mayor consumo de nuestra lotería.

**Con respecto al siguiente dato: El departamento del cauca representa el 14% de las ventas totales de la lotería del cauca, desde su cargo, ¿por qué se está presentando?**

**M.E.M.G:** Tal vez no se ha hecho una tarea un tanto más agresiva en la parte de mercadeo aquí en nuestro departamento, entonces se ha mantenido constante esta venta.

**¿Qué se ha hecho y se está haciendo para mejorar el dato anterior?, y cómo gerente, ¿Qué consideras que hizo falta para obtener mejores resultados en las ventas?**

**M.E.M.G:** Pienso que lo que ha hecho falta es la caracterización de la lotería como propia, que se le dé un sentido de pertenencia, de que los caucanos la sientan como imagen a consolidar.

Con el área de mercadeo se va a hacer la campaña que lleva por nombre “con orgullo caucano compro y gano con mi lotería del cauca”, es decir, darle un mensaje a las personas que es la lotería propia; adicional al este mensaje que trae el plan de premios porque en los 2 últimos años se ha vuelto interesante, porque cuando uno participa en un juego, lo que uno quiere es ganar un buen premio; hay otras loterías que tienen unos buenos premios significativos y la lotería del cauca se había venido quedando atrás, se demoró 42 años para llegar a \$1.500 millones, nosotros en 1 año la pasamos a \$3.000 millones, al año y medio a \$3.333 millones y próximamente vamos a aumentar el premio mayor; porque realmente vemos que lo que es más llamativo y atractivo es el premio que se ofrece, entonces, queremos darle un posicionamiento aquí en el departamento del cauca con esta campaña, para que todos la sintamos como propia y que realmente podamos apoyar a una empresa caucana con muchas posibilidades de ganar. La publicidad regional será distinta a la nacional.

La lotería del cauca la tenían como una empresa a la cual se le guardaba fidelidad, por eso se mantenía, a hoy queremos que sea una empresa comercial, que produzca unos resultados positivos y generando resultado a quienes la venden y transfiriendo recursos a la salud, pero que veamos que es una empresa de éxito.

**¿Crees que las personas del área comercial, es el idóneo para desempeñar las funciones asociadas al cargo?, ¿por qué?**

**M.E.M.G:** En la empresa hay personas que llevan 10, 12 y 15 años y realmente lo que pienso y lo he manifestado en todas partes, es que el perfil de la personas no nos da para el desarrollo de

la empresa (comercial) como debiera ser. No existen los perfiles, la capacitación y la técnica con la que se tiene que manejar esta empresa, entonces, trabajamos con lo que tenemos actualmente y hacia futuro tenemos que buscar mejores posibilidades para mejorar el perfil. Yo estoy seguro de que con personas con la cuales se pueda desarrollar una actividad comercial y de mercadeo con un perfil técnico, seguramente la empresa va a mejorar en su rendimiento en un 25 y 30% más de lo que lo estamos haciendo actualmente.

**Cuando se tiene distribuidores a nivel nacional y no hay posibilidad de tener contacto directo con ellos diariamente, ¿Cómo mantiene una buena comunicación?**

**M.E.M.G:** Aquí la comunicación es constante, se puede hacer de muchas formas; de forma personal, telefónica y a través de las redes.

La parte personal con los distribuidores la hemos venido haciendo constantemente, con los viajes o las visitas que realiza la gerencia a los diferentes departamentos, estableciendo un contacto directo con los distribuidores, buscando realizar promocionales para que haya una mejor venta, esto lo podemos observar el año pasado que basándonos en esos promocionales las ventas mejoraron \$5.000 millones que no es una cifra pequeña, pasando de un presupuesto de los \$27.000 a \$31.000, esto nos indica que hubo un trabajo y que se pudo cumplir las metas, por encima de lo presupuestado.

**Con todos los distribuidores y vendedores de lotería, donde no se tiene una relación laboral formal, ¿cómo los integras y motivas a cumplir metas de venta y rentabilidad?**

**M.E.M.G:** Con cada uno de los distribuidores, nosotros tenemos unos contratos en los cuales hay unos compromisos por parte de ellos, donde no hay una exigencia máxima, porque si no se podrían alejar, dándole posibilidades para el cumplimiento de metas, Se da a través de promocionales, brindando a los vendedores de loterías dividendos mayores, raspas, rifas, desayunos y almuerzos a los vendedores, todo esto nos posibilita de que encontremos nuevos atractivos para que se interesen y cumplan las ventas, así ganamos todos.

**Como gerente, nómbrame dos oportunidades, dos amenazas, dos fortalezas, dos debilidades de la lotería del cauca.**

**M.E.M.G:**

Oportunidades: Seguir conquistando el mercado nacional, llegando a los sitios donde la lotería del cauca no ha llegado.

Amenazas: Otras loterías puedan cubrir algunos de los mercados que nosotros ya tenemos,

Fortalezas: Fidelidad por parte de los compradores, otra es la transparencia, cancelación de premios con oportunidad, cumplimiento a distribuidores, vendedores y clientes.

Debilidades: La parte administrativa para poder hacer la tarea muchísimo mejor.

**¿Cómo califica su gestión durante el tiempo que lleva como gerente de la empresa?**

**M.E.M.G:** La gestión se mide por resultados, los cuales están en los balances del año 2016 y 2017; han sido satisfactorios, sea ejecutado el presupuesto del 2016 en un 97%, el 2017 en un



105%; estos son indicativos, además del incremento del presupuesto donde se pasó de los \$ 4.000 millones a los \$5.000 millones. En la parte administrativa hubo una mejoría muy sensible en cumplimiento de funciones, labores, rendimiento.

**¿Cuáles han sido los logros más importantes en su administración?, y ¿se han cumplido con las ventas propuestas por su administración?**

**M.E.M.G:** El logro más importante es haber llegado a todos los hogares de los colombianos mediante la transmisión del sorteo por el canal uno, mostrándonos como una empresa seria, de confianza. En la última encuesta de IVOPE (Empresa que mide rating), encontramos que noticias uno tiene un 7% de recordación dentro de los colombianos, como uno de los noticieros más vistos en los fines de semana, y en la parte comercial dentro de los tres comerciales más recordados está el de la lotería del cauca con el mismo 7%; este es un indicativo de que ya nos posicionamos en la mente de los colombianos. Seguidamente llegar a cumplir la meta del año pasado, donde se pasó de los \$4.000 millones a los \$5.000 millones. Luego está la organización de la parte administrativa.

**¿Cuáles son los principales retos a futuro con la lotería del cauca?**

**M.E.M.G:** Primero es seguir posicionando la lotería en el cauca, segundo: seguir posicionando a nivel nacional y conquistar nuevos mercados, sobretodo en la costa atlántica, y en las grandes capitales y regiones como Bogotá, Antioquia, atlántico, valle, el eje cafetero, chocó y los santanderes, estos retos de conquistar nuevos mercados van acompañados de mejorar los premios que tenemos, entre más atractivo sea los premios más será la compra; el 30% de los

sorteos se nos van en premios, lo cual es un porcentaje bastante alto, y esto es atractivo para que los clientes sigan comprando la lotería del cauca.

### **Conclusiones.**

- ✓ El principal mercado de la lotería del cauca son los municipios que están sobre la vía panamericana, y los del norte.
- ✓ El mercado de loterías en el departamento del cauca es aceptable.
- ✓ No se ha hecho una tarea agresiva en la parte de mercadeo.
- ✓ Los caucanos no tienen el sentido de pertenencia, por eso se pretende lanzar una campaña promocional llamada “con orgullo caucano compro y gano con mi lotería del cauca” para hacerle sentir propia.
- ✓ El perfil de las personas del área comercial no está de acuerdo al cargo.
- ✓ Se mantiene una comunicación constante con los distribuidores a través de diferentes formas como: personalmente, telefónica y redes sociales.
- ✓ La integración y motivación a loteros se hacen mediante planes promocionales, rifas, desayunos, et.
- ✓ Una de las oportunidades es llegar a otros mercados, gracias a la gran acogida de el plan de premios.
- ✓ Una de las amenazas es que otras loterías puedan cubrir nuestro mercado.
- ✓ Una de las fortalezas es la fidelidad que existe por parte de nuestros compradores.

- ✓ Una de las debilidades es la parte administrativas, debido a que muchos no tienen el perfil del cargo.
- ✓ La gestión ha sido satisfactoria, porque se incrementó del presupuesto (\$1.000 millones) a 2017, ejecución del 105% en el año anterior, etc.
- ✓ El logro más importante es haber llegado a todos los hogares colombianos mediante la transmisión del sorteo en el canal uno, generando confianza en los clientes.
- ✓ Haber hecho por primera vez un sorteo extraordinario de forma satisfactoria y positiva.
- ✓ Los principales retos es seguir posicionando la marca, mejorar el plan de premios.

#### **5.4 Entrevista a Gerentes y/o propietarios de las agencias comercializadoras de loterías en el departamento de cauca.**

Como último actor están los gerentes y/o propietarios de las agencias comercializadoras en el departamento del cauca, como los son: Inverpubenza, la caucanita, conceloterías del cauca, acertemos (la fortuna) y juguemos (redca); buscando su punto de vista y así formular propuesta de mejora en la cual se vean favorecidos todos los actores que intervienen en el mercado de loterías.

##### **5.4.1 Inverpubenza**

En este aparte de entrevistó al señor Mauricio Parada, quien es el actual gerente y propietario de esta agencia comercializadora, el cual respondió lo siguiente:

**Actualmente, ¿Qué loterías vende usted?**

**M.P.:** Vendo todas las loterías, son 13 loterías nacionales y 3 extras nacionales que hay.

**De las anteriores loterías que usted vende, ¿Cuál o cuáles le genera más rentabilidad?, ¿por qué?**

**M.P.:** La lotería del cauca es la que ocupa el primer lugar, estamos en un rango de 30% de los ingresos de la agencia, el 21% corresponde a la lotería del valle, el 9% a la lotería de Medellín, en un 8% a la lotería de Boyacá.

**Actualmente desde su conocimiento como gerente de una distribuidora de loterías, ¿cómo analiza el mercado de juegos de loterías en el departamento del cauca?**

**M, P:** El mercado de loterías dentro del sector de todos los juegos de suerte y azar; hay una fuerte competencia, pero gracias a una dinámica donde las loterías han podido modernizar sus productos sacando sorteos extraordinarios con única fracción, han visto aumentar sus ventas.

**¿Cómo analiza a la lotería del cauca dentro del mercado de loterías en el departamento de cauca?**

**M.P.:** La lotería del cauca es una empresa muy representativa e importante para el departamento, de igual manera para nosotros que formamos parte de ese trabajo que se hace y de trabajar fuertemente por ella, y allí donde buscamos que la lotería sea la que más se vende en nuestra región.

**Con respecto al siguiente dato: El departamento del cauca representa el 14% de las ventas totales de la lotería del cauca en el año 2017, desde su cargo, ¿Qué crees que está pasando?**

**M.P.:** Este es un dato donde mucha gente cree que el 14% es muy bajo. Pero si hacemos la comparación que el valle tiene aproximadamente 8 millones de habitantes y el cauca aproximadamente 2 millones de habitantes, la proporción es de 1 a 4 o 1 a 5 en habitantes, lo que significaría que nosotros vendemos un billete en Popayán y en el valle deberían venderse cinco. Si nosotros vemos el porcentaje del 56% se vende en el valle y el 14% en el departamento de cauca, estamos diciendo ue la proporción es de 1 a 4, significa que hay un 1% que afecta y que viene a crearse el sentido de pertenencia y región, que a muchos no hay ese sentido de regionalismo por parte del caucano en comprar su lotería del cauca. Haciendo este análisis que a esa diferencia de población, podemos decir que de ese porcentaje que hay, estamos diciendo que está vendiéndose un 20% más que corresponde al valle de acuerdo a la proporción por geográfica por habitante.

**Desde su conocimiento, ¿Qué consideras que hizo falta para obtener mejores resultados en las ventas en el ámbito local?**

**M.P.:** Más promoción y dinámica por la lotería y el acompañamiento que gana a sus distribuidores y loteros, no que salgan a hacer competencia. A veces cuando la lotería hace campañas de comercialización pone a sus funcionarios, y eso está bien que tengan el sentido de pertenencia, pero están buscando su beneficio personal y el lotero siente. Porque es el que ha puesto el pecho durante muchos años, aguantándose maltrato de los clientes cuando no ganan, y

resulta que muchos de los funcionarios le quitan le quitan la venta de los pocos billetes que puedan vender, cuando considero que debería acompañarlo (lotero), ayudándolo a vender y que ganen.

**¿Cómo califica la gestión de la actual administración de la lotería? Y ¿por qué?**

**M.P.:** En cabeza del doctor Miguel Eduardo Muñoz, pienso que bien, es una persona dinámica y se ha empoderado de la empresa porque tiene actitud comercial, no significa con esto que toda la actitud comercial la tengan todas los funcionarios de la empresa; y pienso que debía desarrollarse más esta actitud a nivel interior de la lotería del cauca.

**¿Qué cosa resalta y que cosas debe mejorar la lotería del cauca?**

**M.P.:**

RESALTA: Que la lotería del cauca está dentro de las loterías medianas, estamos por encima de la del Huila, Tolima, Manizales, Quindío, Risaralda; casi que igual que Cruz roja, Cundinamarca; estar dentro de los primeros cinco loterías, para un departamento chico relativamente pienso que es muy bueno.

DEBE MEJORAR: Debe tener mayor explosividad comercial, es decir, más pujantes y echados para adelante, no ser tan pasivos y tranquilos, siempre motivando a su canal de ventas.

**Con sus vendedores de lotería, donde no se tiene una relación laboral formal, ¿cómo los integras y motivas a cumplir metas de venta y rentabilidad?**

**M.P.:** Esta no es una pregunta fácil de responderla, porque nuestros loteros se han envejecido, están tan encerrados en su cascarón que prácticamente no entiende lo que es una motivación de venta. Se han hecho intentos, como charlas, conferencias y parte motivacional con ellos, pero la edad no les permite la capacidad de entendimiento y no ha sido fácil; desafortunadamente está en contra de canal de ventas, y los que hemos hecho es la gestión con las loterías, cada vez que conseguimos un patrocinio, un evento de cualquier lotería, que han venido a visitarnos, logrando traer incentivos y funcionarios que expliquen el plan de premios, eso motiva e inclusive hay loterías que se han ganado el aprecio y el cariño de los loteros porque han traído material, los tienen en cuenta, aparte de eso les traen charlas y los actualizan en el plan de premios.

**En general, ¿Se siente satisfecho con todo lo brindado por la lotería del cauca?**

**M.P.:** En general sí, porque al final de cuentas es la lotería más importante pero no dejan de tener sus baches como el de no haber realizado en diciembre la fiesta de loteros, sabemos que hay razones pero también sabemos que ese frente de trabajo no debe de dejar de trabajar, que hay que motivarlos y seguir adelante con ellos porque son el soporte y la base de los ingresos de la lotería. Yo creo que la lotería está en deuda con los loteros y viéndolos como gente ignorante, torpe y discriminándolos, si no que unirnos y apoyarlos.

**Conclusiones.**

- ✓ Actualmente vende todas las loterías.
- ✓ Las loterías que genera más rentabilidad son Cauca, Valle, Medellín y Boyacá.
- ✓ En el mercado de lotería hay una fuerte competencia entre ellas y los demás juegos de azar, pero la implantación de sorteos extraordinarios han sido importantes para su diferenciación.
- ✓ La representación del cauca en el 14% de las ventas totales de la lotería del cauca es buena.
- ✓ Para obtener mejores ventas es necesario más promoción y acompañamiento a sus distribuidoras y loteros.
- ✓ La gestión de la actual administración es buena, porque el gerente tiene actitud comercial, aunque los funcionarios no la tienen.
- ✓ La que más resalta es que la lotería ya está dentro de las cinco loterías más importantes.
- ✓ Debe mejorar el ámbito comercial, teniendo siempre motivados al canal de ventas.
- ✓ La integración y motivación en cumplimiento de ventas es difícil hacerlos, ya que los vendedores de lotería, en su mayoría se han envejecido.
- ✓ Se siente satisfecho, aunque presenta ciertos baches que deben mejorar.



#### **7.4.2 Conceloterías del Cauca.**

En este aparte de entrevistó a la señora Leidy Esmeralda Lasso, quien es el actual gerente y propietaria de esta agencia comercializadora, el cual respondió lo siguiente:

**Actualmente, ¿Qué loterías vende usted?**

**L.E.L:** Todas las del país, incluyendo todas las extras.

**De las anteriores loterías que vende usted, ¿Cuál o cuáles le genera más rentabilidad y por qué?**

**L.E.L:** Lotería del Cauca, lotería del Valle y lotería por ser del territorio son más vendibles y la lotería de Medellín por el premio.

**Actualmente desde su conocimiento como gerente de una distribuidora de loterías, ¿cómo analiza el mercado de juegos de loterías en el departamento del cauca?**

**L.E.L:** Muy saturado, mucha competencia en cuestión de rifas y el chance influye mucho en la venta de lotería porque lo juegan a cualquier hora.

**¿Cómo analiza a la lotería del cauca dentro del mercado de loterías en el departamento del Cauca?**

**L.E.L:** Es muy competitiva por el premio mayor que subió a 3.333 millones de pesos y la gente busca el premio más alto para poder ganar más.

**Con respecto al siguiente dato: El departamento del Cauca representa el 14% de las ventas totales de la lotería del Cauca, desde su cargo, ¿Qué crees que está pasando?**

**L.E.L:** no se puede comparar dos departamentos, porque el Cauca es más pequeño mientras que el Valle es más grande, hay más fuentes de empleo, es una ciudad principal y lo otro que tiene mucha confiabilidad la lotería del Valle que la del cauca, porque la lotería años atrás tuvo muchos inconvenientes con el premio mayor, hacían fraude, pero ha cambiado un poco por que ahora se pasa por canal de televisión.

**¿Qué considera que hizo falta para obtener mejores resultados en el ámbito local?**

**L.E.L:** Buscar iniciativas para incentivar más al vendedor, darle una buena promoción al comprador que es el que trae su dinero y darle una facilidad y promocionales, e incentivar al cliente con estrategias comerciales.

**¿Cómo califica la gestión del actual administración y de su área comercial de la lotería del cauca?**

**L.E.L:** Debe mejorar.

**¿Actualmente que cosas resalta y que debe mejorar la lotería del Cauca?**

**L.E.L:**

Resalta: Que es una empresa grande, brinda empleo.

Debe mejorar: La inconformidad de los vendedores, desean incentivos.

**Con todos sus vendedores de lotería, donde no se tiene una relación laboral formal, ¿cómo los integras y motivas a cumplir metas de venta y rentabilidad?**

**L.E.L:** Primero que todo diciéndoles que no hablen mal de la lotería pues de eso vivimos, cuando hay una promoción les informamos, porque si no les decimos de lo que hay a favor pues ellos no van a saber, divulgamos, los motivamos que traten de vender toda la lotería y de buscar nuevos clientes.

**¿En general se siente satisfecho con todo lo brindado por la lotería del Cauca? ¿Por qué?**

**L.E.L:** SI, Porque nos beneficiamos, nos da trabajo.

### **Conclusiones.**

- ✓ Vende todas las loterías.
- ✓ Las que le genera más rentabilidad son la lotería del cauca, valle y Medellín.
- ✓ El mercado de loterías está muy saturado.
- ✓ La lotería del cauca es muy competitiva, debido al premio mayor actual.
- ✓ El porcentaje del 14% que representa las ventas del cauca hacia la lotería es buena.
- ✓ Para incrementar las ventas en el ámbito local, se necesita incentivar al vendedor de lotería, más promoción.
- ✓ Se siente satisfecha con la administración actual, aunque debe mejorar
- ✓ Lo que más resalta es que la lotería del cauca es una empresa que brinda empleo.
- ✓ Bebe mejorar la inconformidad de los loteros.

- ✓ Se brinda motivación teniéndolos al tanto de promociones presentes y se les dice que eviten hablar mal de la lotería,
- ✓ En general, se siente satisfecha por todo lo brindado, porque genera trabajo.

### **7.4.3 La Caucanita.**

En este aparte de entrevistó al señor Arnulfo López Muñoz, quien es el actual gerente y propietaria de esta agencia comercializadora, el cual respondió lo siguiente:

**Actualmente, ¿Qué loterías comercializa en su empresa?**

**A.L.M:** Lotería del cauca, lotería del Valle, devolvimos las otras loterías por poca rentabilidad.

**De las anteriores loterías que vende usted, ¿Cuál o cuáles le genera más rentabilidad y por qué?**

**A.L.M:** Lotería del Cauca, porque estamos en casa.

**Actualmente, desde su conocimiento como gerente de una distribuidora de loterías, ¿Cómo analiza el mercado de juegos de Lotería en el departamento del Cauca?**

**A.L.M:** Bien parados, anteriormente habían atrasos, pero van bien.

**Con respecto al siguiente dato: El departamento del Cauca representa el 14% de las ventas totales de la lotería del Cauca, desde su cargo, ¿Qué crees que está pasando?**

**A.L.M:** Es lógico porque si comparamos la poblacional de Valle y Cauca, el valle tiene una población del 80% más, es una ciudad industrial, se vende mucho premio y a raíz de eso pasa esto.

**¿Qué considera que hizo falta para obtener mejores resultados en el ámbito local?**

**A.L.M:** Lo que se aspira dentro de una gerencia es mejorar las ventas y eso lo hace el producto que tenga mejor publicidad, se va a vender.

**¿Cómo califica la gestión del actual administración y de su área comercial de la lotería del cauca?**

**A.L.M:** No es fácil tener este producto en lo alto, han logrado ganar un buen espacio, han abierto apertura a nivel nacional, con esfuerzo.

**¿Actualmente que cosas resalta y que debe mejorar la lotería del Cauca?**

**A.L.M:** Todas las loterías están por igual en el producto y no hay una más que otra.

**Con todos sus vendedores de lotería, donde no se tiene una relación laboral formal, ¿cómo los integras y motivas a cumplir metas de venta y rentabilidad?**

**A.L.M:** Uno va a pedir un crédito al banco y no se lo dan, porque es de alto riesgo, es difícil porque manejamos una poblacional estrato uno y a ellos no hay quien los respalden para que vendan el producto, no hay garantías del vendedor y además es una población toda adulta.

**¿En general se siente satisfecho con todo lo brindado por la lotería del Cauca? ¿Por qué?**

**A.L.M:** Satisfecho, porque tiene buena acogida entre los clientes, aunque hay que mejorar ciertos factores.

### **Conclusiones.**

- ✓ Las loterías que comercializa están la del cauca y valle,
- ✓ La lotería que más genera rentabilidad esta la del cauca y enseguida la del valle.
- ✓ La lotería del cauca está bien parada frente a las demás loterías.
- ✓ Ese 14% están bien, porque el análisis se debe hacer frente a la población actual del cauca.
- ✓ Para aumentar las ventas en el ámbito local es necesario mayor y mejor publicidad.
- ✓ La gestión por la actual administración es buena, ya que logro ganar más mercado a nivel nacional.
- ✓ La motivación se hace difícil porque los vendedores de lotería son adultos y un poco viejos.
- ✓ En general se siente satisfecho con la lotería del cauca.

## 6. MATRIZ DOFA

Una vez tenido las respuestas de los cuatro actores que intervienen en mercado de la lotería del cauca, como lo son: Vendedores de Lotería, clientes, gerentes y/o dueños de las agencias distribuidoras y el gerente de la empresa en estudio; y junto a la información secundaria, se procede a conocer las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, expuestas en la matriz dofa ( Ver anexo n° 31); seguidamente se plantearán posibles estrategias a implementar, las cuales se enumeraran a continuación:

## 7. OBJETIVOS DE MARKETING

Incrementar las ventas en el municipio de Popayán en un 6% con respecto al total registrado en el año 2017 por el departamento de cauca. El un periodo de los siguientes doce(12) meses.

### 7.1 Clientes

**Objetivo:** Aumentar la fidelación a la marca de los clientes actuales, buscando la recompra del producto y el aumento de la ventas en el municipio de Popayán.

### 7.1.1 Estrategias

**FA1. Capacitación y acompañamiento constante a la fuerza de ventas, para fidelizar aún más al cliente.** Minimizar las amenazas A1, A2 y A5 con nuestras fortalezas F1, F3, F5, F6, F8, F9, F10 y F13.

#### ¿Cómo se haría?

El gerente y su área comercial debe estar en continua comunicación con sus loteros, realizando capacitaciones constantes sobre el plan de premios, atención al cliente, estrategias de ventas, motivación y en otras áreas donde los vendedores tengan falencias; como también brindarles el acompañamiento para que ellos puedan llegar a sitios donde no les permiten ir a vender y promocionar el producto. Todo esto genera más sentido de pertenencia por parte de ellos, desarrollo de capacidades desconocidas, hacerlos sentir importantes para la empresa, generando motivación, amor a su oficio; buscando el bienestar común e indirectamente buscando la fidelización de cliente final.

**FA2. Fortalecer las relaciones con el cliente mediante promocionales atractivos.** Minimizar las amenazas A1, A2, y A5 con nuestras fortalezas F1, F3, F5, F6, F8, F9, F10 y F13.



### ¿Cómo se haría?

Como se evidenció en el resultado del trabajo de campo que la lotería casi no realiza promociones a clientes, es necesario que la empresa comience a desarrollar estrategias de acercamiento al cliente, con el fin de buscar su fidelización y atraer clientes potenciales.

Existen muchos métodos, pero el premiar la fidelidad, es una de las estrategias del marketing en la actualidad, mostrando el grado de satisfacción hacia él, ofreciendo ofertas, promociones, concursos, cupones, bonos, etc.; de esta manera le hacemos sentir importante y único para la empresa. Por ejemplo se podría emplear los bonos: Dirigido para aquellos clientes que compran todos los sábados. Comprador que presente un número N de billetes de los anteriores sorteos, se le dará un bono (pesos) para redimirlo en el siguiente sorteo, y así podrá llevar su billete a menor precio.

### Ejemplo.

- *Porque premiamos tu fidelidad, esto es para TI.*
- *Presenta tus billetes de lotería del cauca, concernientes a los Últimos cuatro sorteos y recibes un bono de descuento de \$2.000 en la siguiente compra.*

**FA3. Capacitar al área comercial en estrategias comerciales innovadoras.** Minimizar las amenazas A1, A2, y A5 con nuestras fortalezas F1, F3, F5, F6, F8, F9, F10, F11 y F13.

### **¿Cómo se haría?**

La capacitación debe hacerse en ambos sentidos hacia afuera y hacia adentro. Hacia a fuera de parte de la empresa hacia sus loteros, y hacia adentro por parte de personal especializado en cierta área a los funcionarios de la empresa. Entre más capacitado este el personal del área comercial en conocimientos respectivos al cargo, más se verá reflejando en el desarrollo de competencia que le ayuden a la empresa a abarcar nuevos mercados, fidelizar al cliente, etc., en pro de crecimiento empresarial.

Por eso es necesario contratar personas con experiencia y conocimientos específicos en desarrollo d estrategias comerciales, servicio al cliente, etc. Para poder capacitar a todos los integrantes del área comercial de la empresa.

## **7.2 Producto**

**Objetivo:** Implementar nuevos mecanismos que ayuden al producto ser más competitivo y de fácil recordación.

**FO4. *Cambiar el slogan empresarial, enfocado más a la misión.*** Aprovechando la oportunidad 8 (O8), junto a las fortalezas de la organización, en especial F4 y F9

### ¿Cómo se haría?

Haciendo una modificación al slogan actual, enfocado más al aporte de recursos a la salud podría ayudar a fidelizar aún más al cliente e indirectamente a incrementar la ventas de la empresa.

#### Ejemplo:

- *MÁS Cauca.....MÁS Salud.*
- *Generando recursos a al salud de los colombianos.*
- *Nuestra Apuesta es la SALUD.*

**FA4. Desarrollo de un plan de contingencia, en caso de aumentos de obligaciones tributarias.** Minimizar la amenaza A3, mediante las fortalezas F3 y F9.

### ¿Cómo se haría?

Sería recomendable que la empresa adopte un mecanismo de contingencia que puede solucionar incrementos tributarias y demás modificaciones de ley que se presenten, mediante la destinación de recursos del presupuesto mínimo para cubrir esta eventualidad.

**DO1. Obtener financiamiento para fortalecer el departamento comercial.** Superar las amenazas D3, D4, D10, D11, D12 y D13 mediante la oportunidad O3 y O2.

**¿Cómo se haría?**

Debido a que la lotería presenta algunas deficiencias en ciertos campos. Pero gracias a su posicionamiento en el mercado y su presencia a nivel nacional, podría recurrir a créditos bancarios para suplir necesidades carentes en la actualidad. Con estos recursos y su adecuada administración podríamos fortalecer la tarea de mercadeo y publicidad, entre otros; y así mejor posicionamiento y reconocimiento en el país.

**DO4. *Generar un seguro para el bienestar del lotero.*** Mitigar la debilidad D8 mediante la oportunidad O4.

**¿Cómo se haría?**

Como se evidenció en el trabajo de campo, mediante la encuesta a loteros, presentan algunas carencias, donde nos decían que sería bueno que se tuviera unos seguros tanto para la billetería, en caso de pérdida, funerarios y de salud.

Para aquellos loteros que no tienen afiliación a salud, realizar la gestión con las EPS para vincularlos a ellas; en cuanto a seguros funerarios y de billetería; entre el vendedor, agencia y empresa comprar los seguros, donde cada actor destine un porcentaje o un monto para la adquisición de estos.

### Ejemplo.

Para el último sorteo del año 2017, se vendieron un aproximado de 8,255 billetes de lotería en el departamento de Cauca, multiplicado por el valor del billete \$12.000 , nos da un total de \$99.054.000, a este valor le restamos el 20% que se gana el lotero en cada venta de billete, nos da como resultado \$19.810.800. La Agencia distribuidora tiene el 5% de comisión. En general, la Lotería del Cauca tiene un 75% del valor del billete vendido.

Se podría darles el 18% al lotero de comisión, la Agencia con el 4% y la Lotería participaria con un 5% de valor del billete. El 2%(loteros) más 1%(agencias) más el 5%(Empresa) suman el 8% del valor del billete vendido. Este porcentaje estaría dispuesto para cubrir ciertos percances de pérdida de billetería, servicios de salud y funararia para los loteros.

**DA2. Ampliar modalidades de juego, que permitan un producto o servicio más atractivo que minimice la compra de las apuestas Informales.** Mitigar la debilidad D10 previniendo la amenaza A1, A2, A5.

### **¿Cómo se haría?**

Es de rescatar y valorar el nivel de riesgo que hizo el actual gerente al lanzar por primera vez en la historia de la lotería un sorteo extraordinario, a pesar que no se logró la meta de ventas, pero en general fue positivo logrando un incremento en ellas; aunque los clientes manifestaron que

staba relativamente alto el precio, por ser de única fracción. Sería recomendable seguir en este camino, buscando innovar en metodologías de juegos para cautivar al cliente.

Según el resultado del trabajo de campo respecto a que tanto dinero destina al mes en la compra de lotería, dijeron que máximo \$24.000, es decir, \$6.000 cada sábado. De acuerdo a esta información y relacionándola con el resultado de sorteo extraordinario de única fracción, sería bueno estudiar la posibilidad de realizar otro sorteo extraordinario, bajo la modalidad de un billete de 2 fracciones (bi fraccional).

### **7.3 Promoción y publicidad**

**Objetivo:** Aumentar la promoción y publicidad con mecanismos y metodologías que ayuden llegar de una manera directa a todos los clientes, abarcando nuevos segmentos y fortaleciendo los actuales encaminados a aumentar las ventas locales.

**FO3. *Buscar el patrocinar al Universitario de Popayán.*** Aprovechar las fortalezas F8, F9 y F10, junto a las oportunidades O4, O8 y O2.

#### **¿Cómo se haría?**

Esta alianza empresarial, donde la lotería del Cauca podría ser uno de los sponsors del equipo de fútbol, buscando que en el uniforme lleve el logo de la empresa y slogan resaltando el aporte a salud. Gracias a que el equipo es profesional y disputa la segunda categoría del fútbol profesional

colombiano, el cual debe ir a jugar partidos a nivel nacional generando difundir la marca, mayor recordación y posicionamiento, incentiva el engagement, etc.; todo lo anterior se convierte en incremento de ventas.

**FO5. *Desarrollo de una APP para la adquisición de la compra de lotería.*** Aprovechando la oportunidad 6 (O6) usando todas nuestras fortalezas, en especial F1, F3, F4, F5, F8-F10.

### **¿Cómo se haría?**

Hoy en día, prácticamente todas las personas cuentan con dispositivos móviles personales con los cuales interactúan y la gran mayoría realizan sus tareas mediante sus teléfonos, como pagar, comprar, entre otras; es aquí donde las empresas pueden estar aún más cerca de sus clientes y crear otro canal de venta; todo esto le ayuda a la empresa fortalecer la marca, usabilidad, mayor visibilidad, fidelizar más al cliente actual, captar clientes potenciales, nuevo canal de ventas, etc. Esta APP que se encuentre en Play Store, Apple Store.

**DO2. *Mejor aprovechamiento de las tic's para promocionar la lotería.*** Superar las debilidades D1, D3, D4 mediante las oportunidades O6, O8 y O2.

### **¿Cómo se haría?**

Actualmente la empresa cuenta con que todos sus agentes internos y externos cuentan con teléfonos móviles (Smartphone) y/o convencionales, lo que se les facilita la comunicación constante, a todos se puede compartirle información del producto. Una de las aplicaciones más

utilizadas es WhatsApp, con ella hacer grupos de amigos para promocionar la lotería, asimismo envió de planes promocionales, eventos, publicidad de recordación, resultados y demás información de interés; y a las personas con teléfonos convencionales se podría mediante mensaje texto, notas de voz, haciéndoles conocer de nuestro producto.

Se podría instalar un televisor LCD en recepción, con el fin de entretener al cliente mientras es atendido, con toda la información del producto y de la empresa como: misión, visión, resultados, plan de premios, puntos de venta, slogan, etc. Al igual que aprovechar de las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, YouTube.

**DO3. *Toda la publicidad empresarial destaque la misión de la lotería.*** Superar la debilidad D3 mediante la oportunidad O8.

### **¿Cómo se haría?**

Ante la debilidad presente es necesario que tanto el gerente como el área comercial redefinan el tipo de publicidad a divulgar; a esta publicidad se le anexa mensajes acerca de la importancia en generar recursos a la salud comprando la lotería, con esto se está promoviendo la importancia de comprar su fracción y/o billete de lotería e indirectamente se incrementarían las ventas de la organización.



Ejemplo:

- *¿Sabías que al comprar tu LOTERÍA DEL CAUCA, estás contribuyendo con el financiamiento a la salud de los colombianos?*
- *Entre más lotería del Cauca compres, más serán los recursos destinados a financiar la salud de todos los caucanos.*

**DA1. Creación de un sub departamento en el área comercial de marketing.** Mitigar las debilidades D3, D7, D10 previniendo las amenazas A1, A2, A5, A8.

### **¿Cómo se haría?**

Se debería crear este un nuevo departamento y tener una persona con competencias en mercadeo, quien se encargue de hacer estudio de mercado, desarrollo de estrategias, identificación de nuevas oportunidades de negocio, marketing digital, etc. Todo lo anterior buscando una sinergia junto al jefe comercial lograr mejorar el posicionamiento en el mercado y evitar y/o mitigar las posibles amenazas que afecten el crecimiento.

**DA3. Proveer de material publicitario al lotero, que sirva como gancho para generar venta.** Mitigar las debilidades D11, D12 para prevenir las amenazas A1, A2, A5.

### **¿Cómo se haría?**

Brindarles a los loteros herramientas que sirvan de gancho para generar la venta, como por ejemplo llaveros, lapiceros y demás distintivos de la empresa, para que el cliente se motive a comprar su billete de lotería. Todo esto ayuda a que las ventas mejoren y ganen todas las partes, porque si el lotero vende, se ve beneficiado él, la agencia y la empresa, además fideliza al cliente y genera una característica diferenciadora de la competencia.

## **7.4 Distribución**

**Objetivo:** Idear metodología que ayuden a llegarle más fácilmente el producto al cliente para que pueda adquirirlo.

**FO1. *Aumentar la participación en el mercado:*** aprovechar todas las fortalezas de la lotería (F1 a F13), junto con la oportunidades O2, O4 , O5 y O8, con el propósito de ampliar el radio de acción en regiones en las que aún no se tiene presencia institucional e incluso en las regiones donde actualmente se está.

### **¿Cómo se haría?**

Estableciendo nuevas zonas de distribución en áreas geográficas donde no se ha llegado, lo anterior se haría mediante campaña publicitaria intensiva, es decir, destacando las fortalezas empresariales y además, en dicha publicidad resaltar la misión organizacional, el destacar la generación de recursos a la salud puede ayudar a incrementar las ventas de la empresa.

También se podría implementar la táctica de realizar planes promocionales a corto plazo que promocióne la marca, mediante una gran variedad de incentivos como premios, concursos, descuentos, buscando estimular al consumidor

**FO2. Vincular al cesante y desempleado al oficio de lotero.** Aprovechar las fortalezas, en especial la F1, F2, F3, F4, F8, F9 y F10; junto a las oportunidades O1 y O7.

### **¿Cómo se haría?**

Incentivar a este segmento de población que se vincule como lotero, mediante tácticas como por ejemplo a aquellos estudiantes universitarios y de instituciones de educación superior (SENA, Cenal, esacauca, etc.), quienes por su estudio, no pueden trabajar o cumplir ciertos horarios de trabajo, además porque las personas tienen ciertas preferencias a conseguir dinero de una manera más fácil. Todo lo anterior amerita buscar técnicas de agrado hacia este oficio.

Por ejemplo a estudiantes: darles un porcentaje adicional a su ganancia para que puedan pagar sus estudios, esto dependería del tope de ventas propuesto por la empresa para acceder a este beneficio. Esta sería una manera de enganchar a este grupo, de esta forma incentivamos al joven a educarse, genera trabajo y por último se renovarían la fuerza de ventas de la lotería.

Ejemplo:

El porcentaje de ganancia del vendedor de lotería por cada billete vendido es el 20%(\$2.400), para poder hacerle el diario, debería venderse alrededor de 10 billetes para que el día le saliera por valor de \$24.000. Es decir, que en el mes debería venderse 300 billetes de lotería aproximadamente; es decir. Un salario mensual de \$720.000 multiplicado por 6 meses(lo que dura un semestre en un instituto educativo) es igual a \$4.320.000, este anterior valor es su ganancia en los seis meses-

Si el vendedor de lotería, presenta a la empresa su constancia de matrícula a alguna institución educativa o presenta su constancia de estudio podrá acceder al beneficio de apoyo financiero para adelantar sus estudios.

Sí el Vendedor de Lotería, reporta en los seis meses cumple con la meta de vender 1800 billetes de lotería, la empresa le dá una bonificación del 5% del total vendido, es decir, \$1.080.000.

**FO6. Alianzas con clientes de empresas para generar ventas mediante la modalidad de *abonados*.** Aprovechar las oportunidades O4, O5, gracias a nuestras fortalezas F1, F3, F4, F5, F8, F9 y F10. Mediante la modalidad de outboud marketing (marketing tradicional).

### **¿Cómo se haría?**

Mediante esta modalidad, se puede hacer convenios con empresas estatales y demás empresas, llevando el producto a todos los clientes de ellas, con el fin de dar a conocer el producto y adquirirlo.

### **La forma a desarrollar esta estrategia sería:**

Presentar paquetes para que el cliente tenga diferentes formas: FULL (todo el año), descuento especial, y rifas de premios especiales solo para este tipo de clientes más regalo especial por su abono, MEDIUM (6 meses o cada 15 días todo el año), con descuento menor más rifa de premios al final del año y SMALL (3 meses o 1 vez al mes todo el año) con descuento menor más regalo especial. Este regalo especial puede utilizarse como gancho para atraer con más facilidad al cliente. Estos compradores pagarían por nómina, esta sería la forma idónea para que el cliente pueda pagar. Lo anterior se podría aplicar a personas pensionadas y/o jubiladas. A todas las empresas que más clientes abonados tengan se les dará un estímulo.

### **Ejemplo.**

Persona que tome el plan Full, el precio del billete normal tiene un valor de \$12.000, pero a estas personas hacerles un descuento en el valor de \$2.000, es decir, que el billete les saliera a \$10.000, dejaría a la empresa una entrada de dinero de \$ 520.000 por persona al año, además este cliente entrará a participar de regalos,rifas(viajes, bonos, etc) exclusivas para este segmento.

**FA5. Alianzas estratégicas con empresas mayoristas con convenios de exclusividad en los precios.** Minimizar la amenaza A8, mediante las fortalezas F1, F3, F4, F5, F8, F9, F10 y F13.

### **¿Cómo se haría?**

Se debe desarrollar un canal nuevo, distinto a los tradicionales, es decir, llegar al cliente mediante alianzas con empresas de diferente razón social, las cuales son muy frecuentadas. Por ejemplo: droguerías, almacenes de cadena, tiendas de barrios, minimarket, etc., Por medio de estas podemos llevarle la lotería más fácil, así que cuando el cliente vaya a comprar cierto producto a estos sitios, indirectamente podrán ver la publicidad de la lotería y comprarla.

**FO5. Desarrollo de una APP para la adquisición de la compra de lotería.** Aprovechando la oportunidad 6 (O6) usando todas nuestras fortalezas, en especial F1, F3, F4, F5, F8-F10.

## **8. PLAN DE ACCIÓN**

Para poder llevar a cabo cada uno de las estrategias de marketing, es necesario idear un plan de acción, el cual nos ayudará a cumplir más acertivamente cada una de ellas. ( Ver anexo n° 32)

## **9. PRESUPUESTO**

Se anexa presupuesto base, cabe decir que fue elaborado en supuestos, ante esto puede estar sujeto a modificaciones.( Ver anexo n° 33)

## 10. CONCLUSIONES

- ✓ La lotería del Cauca, a partir del respectivo estudio realizado por el investigador de proyecto, evidenciado por toda la información primaria recogida a través de las entrevistas y encuestas e información secundaria más inmediatas, dejan apreciar un diagnóstico empresarial interno y externo. Este estudio permitió reconocer fortalezas, amenazas, oportunidades y debilidades; una vez conocidas se planteó unas posibles estrategias que mejoren en aquellos puntos negativos y fortalecer los positivos de la empresa.
  
- ✓ La lotería del Cauca, en los últimos años y gracias a la gestión y buena administración tanto del gerente actual y de sus antecesores ha venido creciendo y posicionando su producto en el mercado de lotería a nivel nacional.
  
- ✓ Según se evidenció en la entrevista hecha al señor gerente, se cree que si todo el personal administrativo tuviera el perfil idóneo a su cargo, la empresa mejoraría positivamente en todos los campos logrando aún más posicionarse en el mercado.
  
- ✓ Se pretende afianzar la confianza de los clientes hacia la empresa, buscando resaltar la importancia que tiene este actor dentro del cumplimiento de la misión empresarial y es la de generar recursos a la salud, además de brindarle una posibilidad de ganar dinero que ayude a cumplir ciertos sueños.

- ✓ La capacitación al personal de ventas, mejorará la calidad en la atención en los clientes

## **11. RECOMENDACIONES**

- ✓ Queremos mejorar las ventas de la lotería del Cauca manteniendo la imagen de empresa seria que han venido construyendo por años. Para esto queremos apoyarnos con estrategias publicitarias que permitan que la gente logre una mejor recordación de la marca, posicionamiento, confianza, etc., todo esto encaminado a incrementar las ventas.
- ✓ El oficio de ser vendedor de lotería, es menospreciado y que en la actualidad quien lo ejerce son aquellas personas que relativamente pertenecen a la tercera edad, lo cual es muy difícil lograr una capacitación eficaz; por eso es necesario atraer nuevas generaciones, adoptando estrategias que fomenten la la motivación y su vinculación a este oficio.
- ✓ Busca generar mejores condiciones laborales y de vida para los vendedores de lotería, forjando un trabajo lleno de compromiso y fidelidad con la lotería del Cauca, por medio de una gran inversión y esfuerzo, otorgando a su capital humano la posibilidad de desarrollar sus labores motivados para todo este personal ambulante.



- ✓ Es muy importante que la lotería de Cauca invierta cierta cantidad de su presupuesto en capacitación para sus loteros, teniendo en cuenta temas tales como; servicio al cliente, estrategias de venta y motivación y
  
- ✓ mejorar el acompañamiento institucional en generar nuevos campos para la venta del producto.
  
- ✓ Crear estrategias motivacionales para los loteros que son los intermediarios entre la lotería y los clientes; mostrar interés por la labor que ellos diariamente realizan en la calle, ofrecer un valor agregado y diferencial que haga que prefieran vender lotería del cauca antes de cualquier otra Lotería.

## 12. BIBLIOGRAFIA

Alcaldía de Bogotá. (s.f.). *LEY 643 DE 2001*. Recuperado el 26 de 08 de 2017, de LEY 643 DE

2001: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=4168>

Alcaldía de Bogotá. (2001 de 01 de 16). *Ley 643 de 2001*. Obtenido de Ley 643 de 2001:

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=4168>

Alcaldía, Popayán. (2017). *Nuestra Geografía*. Recuperado el 09 de 09 de 2017, de Nuestra

Geografía: <http://www.popayan.gov.co/ciudadanos/popayan/nuestra-geografia>

andi. (s.f.). *Colombia: Balance 2014 y perspectivas 2015*. Recuperado el 18 de 10 de 2015, de

Colombia: Balance 2014 y perspectivas 2015:

<http://www.andi.com.co/SitEco/Documents/Balance%202014%20y%20perspectivas%202015.pdf>

Banco BBVA. (01 de 07 de 2015). *Precios que suben y que bajan. ¿cuáles son los motivos?*

Recuperado el 20 de 05 de 2018, de Precios que suben y que bajan. ¿cuáles son los

motivos?: <https://www.bbva.com/es/precios-que-hoy-suben-y-manana-bajan-cuales-son-los-motivos/>

Beneficencia del Valle. (s.f.). *Informe de rendición pública de cuentas 2016*. Recuperado el 10 de

02 de 2018, de Informe de rendición pública de cuentas 2016.:

<http://www.benevalle.gov.co/sites/default/files/PDF/2017/07/informe-de-gestion-beneficencia-del-valle-ano-2016.pdf>

Beneficencia del valle. (s.f.). *Rendición pública de cuentas - Primer semestre 2016*. Recuperado

el 10 de 02 de 2018, de Rendición pública de cuentas - Primer semestre 2016.:

<http://www.benevalle.gov.co/sites/default/files/PDF/2017/07/revista-informe-de-gestion-ano-2016..pdf>

Beneficiencia del Valle del Cauca. (s.f.). *Rendición de cuentas 2015*. Recuperado el 11 de 02 de 2018, de Rendición de cuentas 2015.:

<http://www.benevalle.gov.co/sites/default/files/PDF/2013/12/Rendicion-de-Cuentas-2015.pdf>

Cámara de Comercio del Cauca. (01 de 01 de 2017). *Entorno socioeconómico del departamento del cauca 2017*. Obtenido de Entorno socioeconómico del departamento del cauca 2017.:

[https://www.cccauca.org.co/public/archivos/documentos/estudios-economicos/boletin\\_enero\\_0.pdf](https://www.cccauca.org.co/public/archivos/documentos/estudios-economicos/boletin_enero_0.pdf)

Cauca, L. d. (s.f.). *Normas*. Recuperado el 26 de 08 de 2017, de Normas:

<http://www.loteriadelcauca.com.co/index.php/la-loteria/normas>

Coljuegos. (26 de 08 de 2017). *Juegos de Suerte y Azar en Colombia*. Recuperado el 26 de 08 de 2017, de Juegos de Suerte y Azar en Colombia:

[http://www.coljuegos.gov.co/publicaciones/juegos\\_de\\_suerte\\_y\\_azar\\_\\_pub](http://www.coljuegos.gov.co/publicaciones/juegos_de_suerte_y_azar__pub)

colombiano, p. (s.f.). *historia del cauca*. Recuperado el 07 de 11 de 2015, de historia del cauca:

<http://pacificocolombiano.webnode.com.co/news/historia-del-cauca/>

Dane. (2015). *Pirámide de población total según sexo y grupos quinquenales de edada 2015 en Popayán Cauca*. Recuperado el 19 de 05 de 2018, de Pirámide de población total según sexo y grupos quinquenales de edada 2015 en Popayán Cauca.:

<https://geoportal.dane.gov.co/midaneapp/pob.html>

- DANE. (2015). *Población por edad y sexo - Popayan* . Recuperado el 09 de 09 de 2017, de Población por edad y sexo - Popayan : <https://geoportal.dane.gov.co/midaneapp/pob.html>
- DANE. (10 de 2016). *Informe coyuntura económica regional*. Obtenido de Informe coyuntura económica regional.: [https://www.dane.gov.co/files/icer/2015/ICER\\_Cauca2015.pdf](https://www.dane.gov.co/files/icer/2015/ICER_Cauca2015.pdf)
- DANE. (10 de 2016). *Informe de coyuntura económica regional*. Obtenido de Informe de coyuntura económica regional.: [https://www.dane.gov.co/files/icer/2015/ICER\\_Cauca2015.pdf](https://www.dane.gov.co/files/icer/2015/ICER_Cauca2015.pdf)
- Dane. (10 de 2016). *Informe de coyuntura económica regional*. Recuperado el 20 de 05 de 2018, de Informe de coyuntura económica regional.: [https://www.dane.gov.co/files/icer/2015/ICER\\_Cauca2015.pdf](https://www.dane.gov.co/files/icer/2015/ICER_Cauca2015.pdf)
- Dane. (10 de 2016). *Informe de coyuntura económica regional*. Recuperado el 20 de 05 de 2018, de Informe de coyuntura económica regional.: [https://www.dane.gov.co/files/icer/2015/ICER\\_Cauca2015.pdf](https://www.dane.gov.co/files/icer/2015/ICER_Cauca2015.pdf)
- Dane. (01 de 05 de 2016). *La inflación más alta delos últimos 7 años*. Recuperado el 20 de 05 de 2018, de La inflación más alta delos últimos 7 años.: <https://www.dinero.com/economia/articulo/la-inflacion-alta-ultimos-anos/217685>
- Dane. (2017). *Gran encuesta integrada de hogares 2017*. Recuperado el 20 de 05 de 2018, de Gran encuesta integrada de hogares 2017.: [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ml\\_depto/Boletin\\_dep\\_17.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ml_depto/Boletin_dep_17.pdf)

Dane. (10 de 2016). *Informe de coyuntura económica regional*. Obtenido de Informe de coyuntura económica regional.:

[https://www.dane.gov.co/files/icer/2015/ICER\\_Cauca2015.pdf](https://www.dane.gov.co/files/icer/2015/ICER_Cauca2015.pdf)

Dirección de la cultura física y el deporte. (s.f.). *Técnicas e Instrumentos de la metodología de la Investigación*. Recuperado el 06 de 09 de 2017, de Técnicas e Instrumentos de la metodología de la Investigación:

[http://brd.unid.edu.mx/recursos/Taller%20de%20Creatividad%20Publicitaria/TC03/lecturas%20PDF/05\\_lectura\\_Tecnicas\\_e\\_Instrumentos.pdf](http://brd.unid.edu.mx/recursos/Taller%20de%20Creatividad%20Publicitaria/TC03/lecturas%20PDF/05_lectura_Tecnicas_e_Instrumentos.pdf)

Effective Management. (s.f.). *Plan de Marketing*. Recuperado el 03 de Septiembre de 2017, de

Plan de Marketing: [http://www.euskadi.eus/gobierno-vasco/contenidos/informacion/kiroleskola/eu\\_kirolesk/adjuntos/El%20plan%20de%20Marketing.pdf](http://www.euskadi.eus/gobierno-vasco/contenidos/informacion/kiroleskola/eu_kirolesk/adjuntos/El%20plan%20de%20Marketing.pdf)

electronico, c. c. (22 de 05 de 2015). *Compre por Internet y hágalo con seguridad*. Recuperado el 18 de 10 de 2015, de Compre por Internet y hágalo con seguridad:

<http://ccce.org.co/noticias/compre-por-internet-y-hagalo-con-seguridad>

Eumed. (2017). *PLAN DE MARKETING*. Recuperado el 02 de septiembre de 2017, de PLAN DE

MARKETING: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2009b/534/PLAN%20DE%20MARKETING.htm>

EUMED.NET. (s.f.). *fundamentos de mercadotecnia*. Recuperado el 26 de 08 de 2017, de

fundamentos de mercadotecnia: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1364/mercadotecnia-naturaleza.html>

EUMED.NET. (s.f.). *Fundamentos de Mercadotecnia*. Recuperado el 26 de 08 de 2017, de

Fundamentos de Mercadotecnia: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1364/mercadotecnia-venta.html>

Eumed.net. (s.f.). *Plan de Marketing*. Recuperado el 26 de 08 de 2017, de Plan de Marketing:

<http://www.eumed.net/libros-gratis/2009b/534/PLAN%20DE%20MARKETING.htm>

FECOLJUEGOS. (17 de 09 de 2017). *La Industrias de los juegos y azar se reiventan en*

*Colombia*. Obtenido de La Industrias de los juegos y azar se reiventan en Colombia.:

<http://www.fecoljuegos.com.co/noticias/la-industria-de-los-juegos-de-azar-se-reinventan-en-colombia/>

Fritz, S. (2011). *Fundamentals of Therapeutic Massage*. Barcelona: Paidotribo.

Gobernación del Cauca. (26 de 12 de 2017). *Diagnóstico de sondiciones economicas y sociales,*

*municipio Patía*. Obtenido de Diagnóstico de sondiciones economicas y sociales,

municipio Patía.: <https://www.cauca.gov.co/sites/default/files/informes/patia.pdf>

Gobernación del Cauca. (2018). *Marco fiscal a mediano plazo 2018-2027*. Recuperado el 20 de

05 de 2018, de Marco fiscal a mediano plazo 2018-2027.:

[http://www.cauca.gov.co/sites/default/files/historico\\_presupuesto/marco\\_fiscal\\_2018-2027.pdf](http://www.cauca.gov.co/sites/default/files/historico_presupuesto/marco_fiscal_2018-2027.pdf)

Gobernación del Cauca. (2018). *Marco fiscal de mediano plazo 2018 - 2027*. Recuperado el 20

de 05 de 2018, de Marco fiscal de mediano plazo 2018 - 2027:

[http://www.cauca.gov.co/sites/default/files/historico\\_presupuesto/marco\\_fiscal\\_2018-2027.pdf](http://www.cauca.gov.co/sites/default/files/historico_presupuesto/marco_fiscal_2018-2027.pdf)

Gobernación del Cauca. (2018). *Marco fiscal de mediano plazo 2018 - 2027*. Recuperado el 20 de 05 de 2018, de Marco fiscal de mediano plazo 2018 - 2027.:

[http://www.cauca.gov.co/sites/default/files/historico\\_presupuesto/marco\\_fiscal\\_2018-2027.pdf](http://www.cauca.gov.co/sites/default/files/historico_presupuesto/marco_fiscal_2018-2027.pdf)

Gobernación del Cauca. (2018). *Reseña histórica*. Recuperado el 19 de 05 de 2018, de Reseña histórica: <http://www.cauca.gov.co/noticias/resena-historica>

internacional, f. m. (13 de 10 de 2015). *De la retórica a la realidad: Los objetivos de desarrollo exigen medidas decisivas*. Recuperado el 18 de 10 de 2015, de De la retórica a la realidad: Los objetivos de desarrollo exigen medidas decisivas:

<http://www.imf.org/external/spanish/index.htm#>

Lotería del Cauca. (2016). *Informe de Gestión 2016*. Recuperado el 26 de 12 de 2017, de Informe de Gestión 2016: <http://www.loteriadelcauca.com.co/images/INFORME-DE-GESTION-2016.pdf>

Lotería del Cauca. (2017). *Informe de Gestión (Enero - Agosto) 2017*. Obtenido de Informe de Gestión (Enero - Agosto) 2017.:

[http://www.loteriadelcauca.com.co/images/stories/rendiciondecuentas/Inf\\_Gerencia/INFO\\_RME\\_GESTION\\_2017-08.pdf](http://www.loteriadelcauca.com.co/images/stories/rendiciondecuentas/Inf_Gerencia/INFO_RME_GESTION_2017-08.pdf)

Lotería del Cauca. (01 de 11 de 2017). *Mapa de Procesos*. Obtenido de Mapa de Procesos:

<http://www.loteriadelcauca.com.co/index.php/calidad/mapa-de-procesos>

Lotería del Cauca. (2017). *Normas*. Recuperado el 26 de 08 de 2017, de Normas:

<http://www.loteriadelcauca.com.co/index.php/la-loteria/normas>

loteria del cauca. (1 de 11 de 2017). *Nuestra Empresa*. Obtenido de Nuestra Empresa:

<http://www.loteriadelcauca.com.co/index.php/la-loteria/nuestra-empresa>

Lotería del Cauca. (2017). *Nuestra Empresa*. Recuperado el 10 de 09 de 2017, de Nuestra

Empresa: <http://www.loteriadelcauca.com.co/index.php/la-loteria/nuestra-empresa>

loteria del cauca. (01 de 11 de 2017). *Objetivos de Calidad*. Obtenido de Objetivos de Calidad:

<http://www.loteriadelcauca.com.co/index.php/calidad/objetivos-de-calidad>

Lotería del Cauca. (1 de 11 de 2017). *Organigrama Lotería del Cauca*. Obtenido de Organigrama

Lotería del Cauca: <http://www.loteriadelcauca.com.co/index.php/calidad/organigrama>

lotería del cauca. (1 de 11 de 2017). *Política de calidad*. Obtenido de Política de calidad:

<http://www.loteriadelcauca.com.co/index.php/calidad/politica-de-calidad>

Lotería del Cauca. (2016). *Informe de Gestión 2016*. Obtenido de Informe de Gestión 2016.:

<http://www.loteriadelcauca.com.co/images/INFORME-DE-GESTION-2016.pdf>

Lotería del Cauca. (2017). *Informe de Gestión (Enero - Agosto) 2017*. Obtenido de Informe de

Gestión (Enero - Agosto) 2017.:

[http://www.loteriadelcauca.com.co/images/stories/rendiciondecuentas/Inf\\_Gerencia/INFO  
RME\\_GESTION\\_2017-08.pdf](http://www.loteriadelcauca.com.co/images/stories/rendiciondecuentas/Inf_Gerencia/INFO<br/>RME_GESTION_2017-08.pdf)

Lotería del Valle . (s.f.). *Plan de premios*. Recuperado el 10 de 02 de 2018, de Plan de premios.:

<https://www.loteriadelvalle.com/plan-de-premios-0>

McGraw-Hill Internacional. (2003). *Proceso de investigación*. Recuperado el 09 de 09 de 2017,

de Proceso de investigación: <http://metodos->

[comunicacion.sociales.uba.ar/files/2014/04/Hernandez-Sampieri-Cap-1.pdf](http://comunicacion.sociales.uba.ar/files/2014/04/Hernandez-Sampieri-Cap-1.pdf)



medicina. (31 de 05 de 2015). *Los Spa en Europa*. Recuperado el 18 de 10 de 2015, de Los Spa en Europa: <http://m.sb-10.com/medicina/584/index.html?page=3>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (02 de 11 de 2017). *Perfil Económico: Departamento de Cauca*. Obtenido de Perfil Económico: Departamento de Cauca.: [http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=77510&name=Perfil\\_departamento\\_Cauca.pdf&prefijo=file](http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=77510&name=Perfil_departamento_Cauca.pdf&prefijo=file)

Ministerio de Comercio, Industria y turismo. (02 de 11 de 2017). *Perfil económico del Departamento del Cauca*. Obtenido de Perfil económico del Departamento del Cauca.: [http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=77510&name=Perfil\\_departamento\\_Cauca.pdf&prefijo=file](http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=77510&name=Perfil_departamento_Cauca.pdf&prefijo=file)

Portal de Relaciones Públicas. (s.f.). *Plan de marketing*. Recuperado el 03 de Septiembre de 2017, de Plan de marketing: <http://www.rrppnet.com.ar/plandemarketing.htm>

PROCOLOMBIA. (s.f.). *SOCIEDAD ANONIMA*. Recuperado el 07 de 11 de 2015, de SOCIEDAD ANONIMA: <http://www.inviertaencolombia.com.co/como-invertir-test/pasos-para-instalarse/constituir-una-sociedad/sociedad-anonima-y-limitada.html>

Revista Argentina de Humanidades y Ciencias Sociales. (2009). *Técnicas de muestreo y determinación del tamaño de la muestra en investigación cuantitativa*. Recuperado el 09 de 09 de 2017, de Técnicas de muestreo y determinación del tamaño de la muestra en investigación cuantitativa: [http://www.sai.com.ar/metodologia/rahycs/rahycs\\_v7\\_n2\\_06.htm](http://www.sai.com.ar/metodologia/rahycs/rahycs_v7_n2_06.htm)

Revista Bolivianas. (Julio de 2011). *Técnicas de recopilación de datos en la investigación científica*. Recuperado el 09 de 09 de 2017, de Técnicas de recopilación de datos en la

investigación científica: [http://www.revistasbolivianas.org.bo/scielo.php?pid=S2304-37682011000700008&script=sci\\_arttext](http://www.revistasbolivianas.org.bo/scielo.php?pid=S2304-37682011000700008&script=sci_arttext)

Revista Científica Javeriana. (01 de 04 de 2007). *UNA VISIÓN CONTEMPORÁNEA*. Recuperado el 01 de septiembre de 2017, de UNA VISIÓN CONTEMPORÁNEA:  
<http://www.redalyc.org/pdf/205/20503205.pdf>

Revista Cubana de Psicología. (2002). *EVOLUCIÓN DE LA TEORIA ADMINISTRATIVA*. pag 262. Recuperado el 02 de Septiembre de 2017, de EVOLUCIÓN DE LA TEORIA ADMINISTRATIVA. pag 262: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rcp/v19n3/12.pdf>

Revista Dinero. (03 de 04 de 2014). *Los juegos de azar preferidos en colombia*. Obtenido de Los juegos de azar preferidos en colombia.: <http://www.dinero.com/pais/articulo/los-juegos-azar-preferidos-colombia/192849>

Revista Dinero, (Suerte legal). (14 de 09 de 2017). *Las loterías amplían su plan de premios*. Obtenido de Las loterías amplían su plan de premios.: <http://www.dinero.com/edicion-impresa/informe-especial/articulo/las-loterias-amplian-su-plan-de-premios/249814>

Revista Dinero. (07 de 12 de 2016). *Cuanto destina los colombianos en juegos de suerte y azar*. Obtenido de Cuanto destina los colombianos en juegos de suerte y azar.:  
<http://www.dinero.com/pais/articulo/recaudo-por-operaciones-de-juegos-de-suerte-y-azar-en-colombia/239785>

Revista Dinero. (01 de 05 de 2016). *La Infación más alta de los últimos siete años*. Obtenido de La Infación más alta de los últimos siete años.:  
<http://www.dinero.com/economia/articulo/la-inflacion-alta-ultimos-anos/217685>

- Revista Dinero. (14 de 09 de 2017). *Las loterías amplían su plan de premios*,. Obtenido de Las loterías amplían su plan de premios,: <http://www.dinero.com/edicion-impresa/informe-especial/articulo/las-loterias-amplian-su-plan-de-premios/249814>
- Revista Escuela de Administración de Negocios. (2012). *La gestión del Marketing que conecta con los sentidos*. Recuperado el 01 de septiembre de 2017, de La gestión del Marketing que conecta con los sentidos.: <http://www.redalyc.org/pdf/206/20625032010.pdf>
- Revistas Científica Scielo. (Septiembre de 2010). *Una aproximación al concepto de gerencia (concept termino ADMINISTRACION)*. Recuperado el 02 de septiembre de 2010, de Una aproximación al concepto de gerencia (concept termino ADMINISTRACION): [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1414-81452010000300027](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-81452010000300027)
- SUPERSOCIEDADES. (11 de 1998). *SOCIEDAD ANONIMA*. Recuperado el 06 de 11 de 2015, de SOCIEDAD ANONIMA: <http://www.supersociedades.gov.co/superintendencia/normatividad/conceptos/conceptos-juridicos/Normatividad%20Conceptos%20Juridicos/7172.pdf>
- Universidad Autónoma del Carmen. (2004). *Generalidades sobre metodología de la investigación*. Recuperado el 09 de septiembre de 2017, de Generalidades sobre metodología de la investigación: [http://www.unacar.mx/contenido/gaceta/ediciones/metodologia\\_investigacion.pdf](http://www.unacar.mx/contenido/gaceta/ediciones/metodologia_investigacion.pdf)
- Universidad Católica Boliviana San Pablo. (JULIO de 2007). *PERSPECTIVAS*, pag 46. Recuperado el 02 de SEPTIEMBRE de 2017, de PERSPECTIVAS, pag 46: <http://www.redalyc.org/pdf/4259/425942331004.pdf>

Universidad de Medellín. (2011). *Diseños muestrales en la investigación*. Recuperado el 19 de 05 de 2018, de Diseños muestrales en la investigación:

<http://revistas.udem.edu.co/index.php/economico/article/view/1410/1467>

Universidad del Zulia - Venezuela. (2 de Junio de 2013). *Fuerza de ventas determinante de la competitividad empresarial*. Recuperado el 02 de Septiembre de 2017, de Fuerza de ventas determinante de la competitividad empresarial.:

<http://www.redalyc.org/pdf/280/28026992014.pdf>

Universidad La Salle. (24 de Febrero de 2010). *Antecedentes y Origenes de las Escuelas y facultades en Colombia, pag 106*. Recuperado el 02 de septiembre de 2017, de Antecedentes y Origenes de las Escuelas y facultades en Colombia, pag 106:

<https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=8&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjV2fuGsIfWAhUGYyYKHYIMAtwQFghXMAc&url=https%3A%2F%2Frevistas.lasalle.edu.co%2Findex.php%2Fgs%2Farticle%2Fdownload%2F933%2F840&usg=AFQjCNE7isMvO93u20YINcmRioTeeYEQ>

Universidad Nacional Autónoma de México. (2014). *Métodos y técnicas de investigación*. Recuperado el 07 de septiembre de 2017, de Métodos y técnicas de investigación:

[http://arquitectura.unam.mx/uploads/8/1/1/0/8110907/metodos\\_y\\_tecnicas.pdf](http://arquitectura.unam.mx/uploads/8/1/1/0/8110907/metodos_y_tecnicas.pdf)

Universidad Nacional de Santiago del Estéreo. (2008). *Metodología de la Investigación I*.

Recuperado el 09 de Septiembre de 2017, de Metodología de la Investigación I:

<http://blog.uca.edu.ni/jmedina/files/2011/06/Proceso-de-investigacion-Cientifica1.pdf>

### 13. ANEXOS

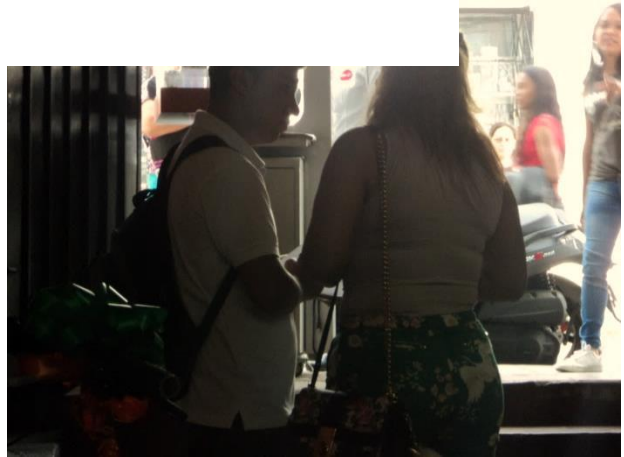
Anexo 1: Registro fotográfico con vendedores de lotería





Fuente: Propia

Anexo 2: Registro Fotográfico con clientes



Fuente: Propia

Anexo 3: Registro fotográfico con el actual gerente de la lotería del cauca



Fuente: Propia

Anexo 4: Registro fotográfico con el gerente de Inverpubenza



Fuente: Propia



Anexo 5: Registro fotográfico con el gerente de la agencia L a Caucanita



Fuente: Propia

Anexo 6: Registro fotográfico de la agencia Conceloterías del cauca.



Fuente: Propia

Anexo 7: Material Publicitario de la Lotería del Cauca



## Anexo 8: Formato de encuesta a vendedores de lotería

**PLAN DE MARKETING, LOTERÍA DEL CAUCA.****ENCUESTA: Vendedores de Lotería**

Reciba un cordial saludo, como estudiantes de la carrera de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Autónoma del Cauca y Fundación Universitaria de Popayán, le solicito su amable y gentil colaboración respondiendo con la mayor sinceridad las siguientes preguntas de la siguiente encuesta.

**NOTA: Toda la información recolectada en la siguiente encuesta será utilizada únicamente para el desarrollo de esta tesis, con estricta confidencialidad.**

<b>SEXO:</b>	Masculino	_____
	Femenino	_____
<b>EDAD:</b>	Entre 15 y 30 años	_____
	Entre 31 y 45 años	_____
	Entre 46 y 60 años	_____
	Más de 61 años	_____

**1. ¿Cuánto tiempo lleva en el oficio de lotero?**

<b>a.</b>	Menos de 10 años	_____
<b>b.</b>	Entre 10 y 20 años	_____
<b>c.</b>	Más de 20 años	_____

**2. ¿Cuáles son sus condiciones de trabajo?**

<b>a.</b>	Tiene Seguridad	_____
<b>b.</b>	Empleo Fijo	_____
<b>c.</b>	Seguros Funera	_____
<b>d.</b>	Ninguno	_____
<b>e.</b>	Todos	_____
<b>f.</b>	Solo	_____
<b>g.</b>	Otro	_____

¿Cuál? \_\_\_\_\_

**3. Actualmente, ¿Qué loterías vende usted?**

<b>a.</b>	Lotería de Medellín	_____
<b>b.</b>	Lotería de Bogotá	_____
<b>c.</b>	Lotería de Boyacá	_____
<b>d.</b>	Lotería del Valle	_____
<b>e.</b>	Lotería de Cundinamarca	_____
<b>f.</b>	Lotería de Santander	_____
<b>g.</b>	Lotería de la Cruz Roja	_____
<b>h.</b>	Lotería del Quindío	_____
<b>i.</b>	Lotería de Risaralda	_____
<b>j.</b>	Lotería del Huila	_____
<b>k.</b>	Lotería del Tolima	_____
<b>l.</b>	Lotería del Meta	_____
<b>m.</b>	Lotería Manizales	_____
<b>n.</b>	Lotería del Cauca	_____
<b>o.</b>	Todas	_____
<b>p.</b>	Excepto	_____

**4. De las anteriores loterías que usted vende, ¿Cuál o cuáles le genera más rentabilidad?**

--	--

**5. ¿Cuánto tiempo lleva vendiendo la lotería del Cauca?**

- a. Menos de 10 años \_\_\_\_\_
- b. Entre 10 y 20 años \_\_\_\_\_
- c. Más de 20 años \_\_\_\_\_

**6. ¿Actualmente tiene identificación que lo reconozca como lotero oficial de la Lotería del Cauca?**

- a. Sí \_\_\_\_\_
- b. No \_\_\_\_\_

**7. ¿Ha recibido acompañamiento por parte de la Lotería del Cauca, para mejorar sus ventas personales?**

- a. Sí \_\_\_\_\_

¿Cuál?

--

- b. No \_\_\_\_\_

**8. Si respondió a la pregunta anterior SI, ¿Cómo califica el acompañamiento por parte de la Lotería del Cauca?**

- a. Excelente \_\_\_\_\_
- b. Bueno \_\_\_\_\_
- c. Regular \_\_\_\_\_
- d. Malo \_\_\_\_\_

**9. ¿Qué le gustaría que le ofreciera la Lotería del Cauca, por su compromiso con la misma?**

- a. Premios \_\_\_\_\_
- b. Uniformes \_\_\_\_\_
- c. Capacitación \_\_\_\_\_
- d. Mejor comisión \_\_\_\_\_
- e. Todas \_\_\_\_\_
- f. Otra \_\_\_\_\_

¿Cuál? \_\_\_\_\_

**10. ¿Siente que la Lotería del Cauca los tiene en cuenta al momento de realizar promociones o dar algún beneficio?**

- a. Sí \_\_\_\_\_
- b. No \_\_\_\_\_

**11. ¿Qué cosas resalta y que cosas debe mejorar la Lotería del Cauca?**

**11.1 Resalta**

--

**11.2 Debe Mejorar**

--

**12. En general, ¿Se siente satisfecho con todo lo brindado por la Lotería del Cauca?**

- a. Satisfecho \_\_\_\_\_
- b. Medianamente Satisfecho \_\_\_\_\_
- c. Insatisfecho \_\_\_\_\_

Fuente: Propia

## Anexo 9: Formato de encuesta para clientes

**PLAN DE MARKETING, LOTERÍA DEL CAUCA.****ENCUESTA: Clientes**

Reciba un cordial saludo, como estudiantes de la carrera de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Autónoma del Cauca y Fundación Universitaria de Popayán, le solicito su amable y gentil colaboración respondiendo con la mayor sinceridad las siguientes preguntas de la siguiente encuesta.

**NOTA: Toda la información recolectada en la siguiente encuesta será utilizada únicamente para el desarrollo de esta tesis, con estricta confidencialidad.**

<b>SEXO:</b>	Masculino	_____
	Femenino	_____
<b>EDAD:</b>	Entre 15 y 30 años	_____
	Entre 31 y 45 años	_____
	Entre 46 y 60 años	_____
	Más de 61 años	_____
<b>1. ¿Cuánto tiempo lleva comprando la Lotería del Cauca?</b>		
a.	Menos de 10 años	_____
b.	Entre 10 y 20 años	_____
c.	Entre 20 y 30 años	_____
d.	Más de 30 años	_____
e.	Nunca la ha comprado	_____
<b>2. ¿Cómo conoció del producto Lotería del Cauca?</b>		
a.	TV	_____
b.	Radio	_____
c.	Internet	_____
d.	Amigos o conocidos	_____
e.	No la conozco	_____
f.	Otro,	_____
	¿Cuál	_____
<b>3. ¿Con qué frecuencia compra el billete de Lotería del Cauca?</b>		
a.	Una vez al mes	_____
b.	Dos veces al mes	_____
c.	Todos los sábados	_____
d.	Nunca la ha comprado	_____
<b>4. ¿Cuánto dinero invierte en la compra de Lotería del Cauca en un mes?</b>		
a.	Entre \$3.000 y \$12.000	_____
b.	Entre \$12.000 y \$24.000	_____
c.	Entre \$24.000 y \$36.000	_____
d.	Entre \$36.000 y \$48.000	_____
e.	Más de \$48.000	_____
<b>5. Considera que el PREMIO MAYOR de la Lotería del Cauca es:</b>		
a.	Muy atractivo	_____
b.	Atractivo	_____
c.	Poco atractivo	_____
d.	Nada Atractivo	_____

**6. En comparación con las otras loterías, usted cree que las promociones que brinda la Lotería del Cauca son:**

- a. Mucho mejor \_\_\_\_\_
- b. Algo mejor \_\_\_\_\_
- c. Más o menos igual \_\_\_\_\_
- d. Algo peor \_\_\_\_\_
- e. Mucho peor \_\_\_\_\_
- f. No lo sabe \_\_\_\_\_

**7. ¿Cómo considera que es el precio de la fracción y billete de la Lotería del Cauca?**

7.1. Fracción

7.2. Billete

ALTO
ADECUADO
BAJO
ALTO
ADECUADO
BAJO

**8. ¿Qué le gusta y qué no le gusta de la Lotería del Cauca?**

LE GUSTA:	_____	_____	_____
	_____	_____	
NO LE GUSTA:	_____	_____	_____
	_____	_____	

**9. ¿Ha recomendado usted la Lotería del Cauca a otras personas?**

- a. Si \_\_\_\_\_
- b. No \_\_\_\_\_

**10. ¿Recomendaría usted la Lotería del Cauca a otras personas?**

- a. Si \_\_\_\_\_
  - b. No \_\_\_\_\_
- ¿Por qué? \_\_\_\_\_

**11. Compraría usted de nuevo la Lotería del Cauca?**

- a. Seguro que sí \_\_\_\_\_
- b. Probablemente sí \_\_\_\_\_
- c. Puede que sí \_\_\_\_\_
- d. Seguro que no \_\_\_\_\_
- e. Probablemente no \_\_\_\_\_
- f. Puede que no \_\_\_\_\_

**12. ¿Desea hacer una sugerencia o recomendación sobre la Lotería del Cauca?**

- a. Si \_\_\_\_\_
- ¿Cuál?, \_\_\_\_\_
- b. No \_\_\_\_\_

Anexo 10: formato de entrevista para el actual gerente de la lotería del cauca.

## **PLAN DE MARKETING, LOTERÍA DEL CAUCA.**

### **ENTREVISTA**

**Miguel Eduardo Muñoz Guevara**  
**GERENTE LOTERÍA DEL CAUCA**

Reciba un cordial saludo, como estudiante de la carrera de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Autónoma del Cauca, le solicito su amable y gentil colaboración respondiendo con la mayor sinceridad las siguientes preguntas de la siguiente entrevista.

**NOTA: Toda la información recolectada en la siguiente entrevista será utilizada únicamente para el desarrollo de esta tesis, con estricta confidencialidad.**

1. Actualmente, desde su conocimiento como gerente de lotería del cauca, ¿Cómo analiza el mercado de juegos de Lotería en el departamento del Cauca?
2. ¿Cómo analiza a la lotería del cauca dentro del mercado de loterías en el departamento?
3. Con respecto al siguiente dato: El departamento del Cauca representa el 14% de las ventas totales de la lotería del Cauca, desde su cargo, ¿Por qué se está presentado?
4. ¿Qué se ha hecho y se está haciendo para mejorar el anterior dato?
5. Como gerente, ¿Qué considera que hizo falta para obtener mejores resultados en las ventas?
6. ¿Crees que las personas del área comercial, es el idóneo para desempeñar las funciones asociadas al cargo?, y ¿por qué?
7. Cuando se tiene distribuidores a nivel nacional y no hay posibilidad de tener contacto directo con ellos diariamente, ¿Cómo mantiene una buena comunicación?
8. Con todos los distribuidores y vendedores de lotería, donde no se tiene una relación laboral formal, ¿cómo los integras y motivas a cumplir metas de venta y rentabilidad?
9. Como gerente, nómbrame dos Oportunidades, Amenazas, Fortalezas, Debilidades, de la Lotería del Cauca
10. ¿Cómo califica su gestión durante el tiempo que lleva como Gerente de la empresa?
11. ¿Cuáles han sido los logros más importantes en su administración?
12. ¿Se han cumplido con las ventas propuestas por su administración?
13. ¿Cuáles son los principales retos a futuro con la Lotería del Cauca?

Fuente: Propia

Anexo 11: Formato de entrevista para gerentes y/o dueños de agencias comercializadoras en el cauca.

## **PLAN DE MARKETING, LOTERÍA DEL CAUCA.**

### **ENTREVISTA**

#### **Agencias Comercializadoras en el departamento del Cauca**

**NOMBRE DISTRUBUIDORA:** \_\_\_\_\_

**NOMBRE DEL GERENTE:** \_\_\_\_\_

Reciba un cordial saludo, como estudiante de la carrera de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Autónoma del Cauca, le solicito su amable y gentil colaboración respondiendo con la mayor sinceridad las siguientes preguntas de la siguiente entrevista.

**NOTA: Toda la información recolectada en la siguiente entrevista será utilizada únicamente para el desarrollo de esta tesis, con estricta confidencialidad.**

1. Actualmente, ¿Qué loterías vende usted?
2. De las anteriores loterías que usted vende, ¿Cuál o cuáles le genera más rentabilidad?, y ¿ Por qué ?
3. Actualmente, desde su conocimiento como gerente de una distribuidora de loterías, ¿Cómo analiza el mercado de juegos de Lotería en el departamento del Cauca?
4. ¿Cómo analiza a la lotería del cauca dentro del mercado de loterías en el departamento de cauca?
5. Con respecto al siguiente dato: El departamento del Cauca representa el **14%** de las ventas totales de la lotería del Cauca en el año 2017, desde su cargo, ¿Qué crees que está pasando?
6. Desde su conocimiento, ¿Qué considera que hizo falta para obtener mejores resultados en las ventas en al ámbito local?
7. ¿Cómo califica la gestión de la actual administración de la lotería del cauca?, y ¿por qué?.
8. ¿Qué cosas resalta y que cosas debe mejorar la Lotería del Cauca?
- 8.1 Resalta
- 8.2 Debe Mejorar
9. Con todos sus vendedores de lotería, donde no se tiene una relación laboral formal, ¿cómo los integras y motivas a cumplir metas de venta y rentabilidad?
10. En general, ¿Se siente satisfecho con todo lo brindado por la Lotería del Cauca?

Fuente: Propia



## Anexo 12: Participación en ventas de cada región donde se vende la lotería del cauca.

	LOTERIA DEL CAUCA							
	Marzo - Julio	PRECIO FRACCION	Agosto - Diciembre	PRECIO FRACCION	CRECIMIENTO		PARTICIPACIÓN MERCADO	
	PLAN DE PREMIOS \$3.000 MILLONES	\$ 2.000	PLAN DE PREMIOS \$ 3.333 MILLONES	\$ 3.000	EN DINERO	EN FRACCIONES	PREMIO MAYOR \$3.000 MILLONES	PREMIO MAYOR \$3.000 MILLONES
	Cant Fracciones	En dinero	Cant Fracciones	En dinero				
VALLE	3.592.255	\$ 7.184.510.000	2.441.179	\$ 7.323.537.000	2%	-32%	54,39%	54,48%
CAUCA	881.656	\$ 1.763.312.000	664.054	\$ 1.992.162.000	13%	-25%	13,35%	14,82%
ANTIOQUIA	519.696	\$ 1.039.392.000	349.480	\$ 1.048.440.000	1%	-33%	7,87%	7,80%
BOGOTA	362.002	\$ 724.004.000	217.210	\$ 651.630.000	-10%	-40%	5,48%	4,85%
ATLANTICO	251.140	\$ 502.280.000	162.859	\$ 488.577.000	-3%	-35%	3,80%	3,63%
NARIÑO	154.972	\$ 309.944.000	96.539	\$ 289.617.000	-7%	-38%	2,35%	2,15%
BOLIVAR	114.922	\$ 229.844.000	75.751	\$ 227.253.000	-1%	-34%	1,74%	1,69%
HUILA	104.461	\$ 208.922.000	73.315	\$ 219.945.000	5%	-30%	1,58%	1,64%
CORDOBA	30.630	\$ 61.260.000	51.470	\$ 154.410.000	152%	68%	0,46%	1,15%
RISARALDA	77.213	\$ 154.426.000	51.365	\$ 154.095.000	0%	-33%	1,17%	1,15%
CALDAS	53.644	\$ 107.288.000	47.022	\$ 141.066.000	31%	-12%	0,81%	1,05%
QUINDIO	70.078	\$ 140.156.000	47.005	\$ 141.015.000	1%	-33%	1,06%	1,05%
CHOCO	48.176	\$ 96.352.000	33.451	\$ 100.353.000	4%	-31%	0,73%	0,75%
TOLIMA	43.059	\$ 86.118.000	28.857	\$ 86.571.000	1%	-33%	0,65%	0,64%
PUTUMAYO	34.845	\$ 69.690.000	26.662	\$ 79.986.000	15%	-23%	0,53%	0,60%
CAQUETA	30.636	\$ 61.272.000	14.523	\$ 43.569.000	-29%	-53%	0,46%	0,32%
SUCRE	23.652	\$ 47.304.000	14.379	\$ 43.137.000	-9%	-39%	0,36%	0,32%
CUNDINAMARCA	18.971	\$ 37.942.000	14.298	\$ 42.894.000	13%	-25%	0,29%	0,32%
META	15.370	\$ 30.740.000	13.145	\$ 39.435.000	28%	-14%	0,23%	0,29%
CASANARE	15.840	\$ 31.680.000	10.756	\$ 32.268.000	2%	-32%	0,24%	0,24%
SANTANDER	12.460	\$ 24.920.000	10.042	\$ 30.126.000	21%	-19%	0,19%	0,22%
ARAUCA	15.181	\$ 30.362.000	8.968	\$ 26.904.000	-11%	-41%	0,23%	0,20%
BOYACA	9.145	\$ 18.290.000	7.207	\$ 21.621.000	18%	-21%	0,14%	0,16%
MAGDALENA	4.942	\$ 9.884.000	5.539	\$ 16.617.000	68%	12%	0,07%	0,12%
NORTE DE SANTANDER	7.153	\$ 14.306.000	5.021	\$ 15.063.000	5%	-30%	0,11%	0,11%
SAN ANDRES	5.252	\$ 10.504.000	3.772	\$ 11.316.000	8%	-28%	0,08%	0,08%
GUAVIARE	7.004	\$ 14.008.000	2.886	\$ 8.658.000	-38%	-59%	0,11%	0,06%
AMAZONAS	2.404	\$ 4.808.000	2.310	\$ 6.930.000	44%	-4%	0,04%	0,05%
CESAR	2.064	\$ 4.128.000	1.690	\$ 5.070.000	23%	-18%	0,03%	0,04%
VAUPES	45	\$ 90.000	54	\$ 162.000	80%	20%	0,00%	0,00%
VICHADA	96.000	\$ 192.000.000	39	\$ 117.000	-100%	-100%	1,45%	0,00%
GUAJIRA	11	\$ 22.000	4	\$ 12.000	-45%	-64%	0,00%	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>6.604.879</b>	<b>\$ 13.209.758.000</b>	<b>4.480.852</b>	<b>\$ 13.442.556.000</b>	<b>2%</b>	<b>-32%</b>		

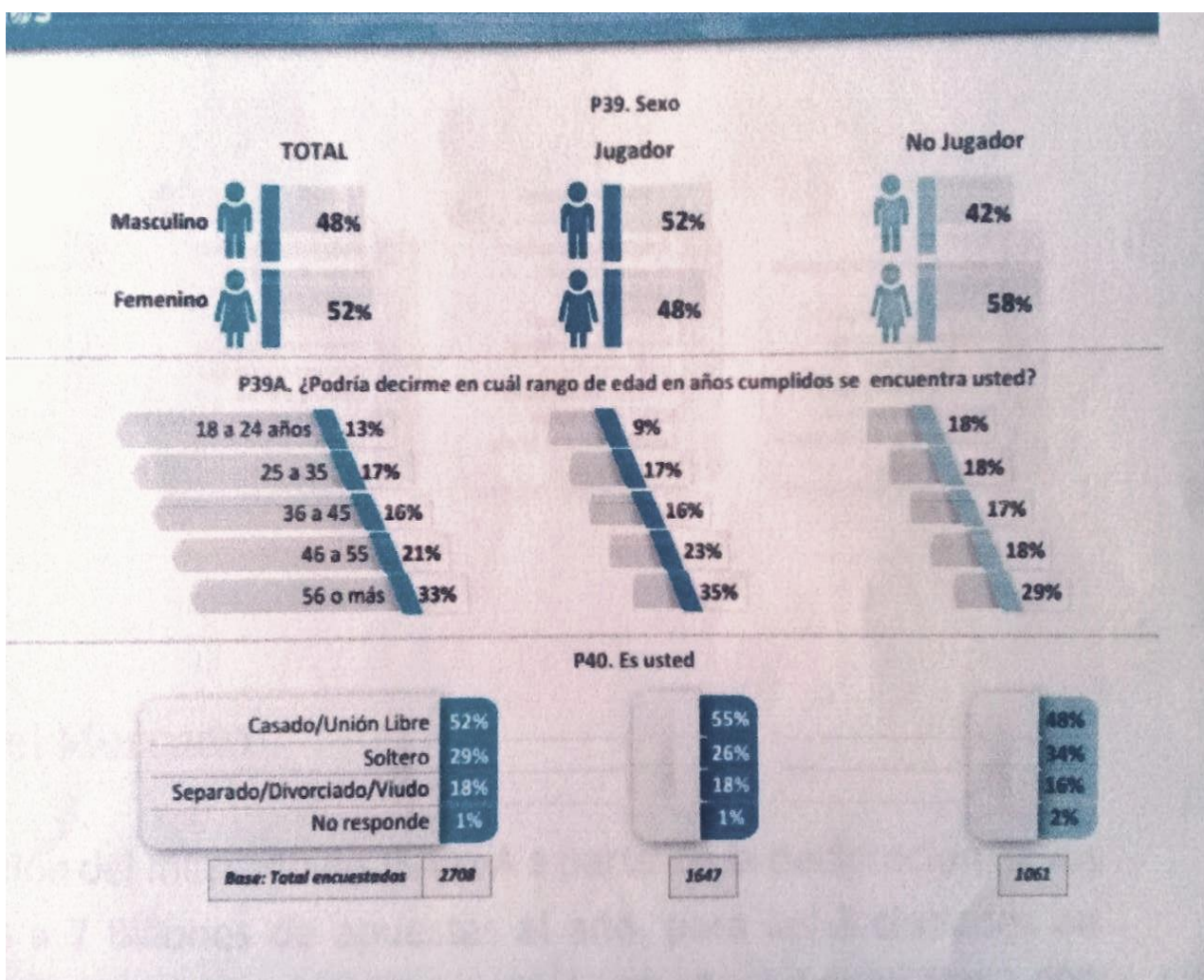
Fuente: Análisis Propia

Anexo 13: Escrutinio 2017 lotería del cauca.

<b>LOTERIA DEL CAUCA</b>					
			<b>REPORTE ESCRUTINIO</b>		
<b>MES</b>	<b>DIA</b>	<b>SORTEO</b>	<b>TOTAL GANADORES</b>	<b>PREMIO BRUTO</b>	
<b>2017</b>	<b>ENERO</b>	7	2130	32,040	\$ 120,288,869
		14	2131	27,232	\$ 108,107,881
		21	2132	29,574	\$ 228,806,873
		28	2133	38,910	\$ 3,160,792,094
	<b>FEBRERO</b>	4	2134	30,393	\$ 91,927,662
		11	2135	31,096	\$ 126,422,897
		18	2136	40,163	\$ 221,254,456
		25	2137	28,727	\$ 184,985,404
	<b>MARZO</b>	4	2138	30,740	\$ 176,977,834
		11	2139	28,826	\$ 159,302,421
		18	2140	26,564	\$ 110,310,243
		25	2141	28,191	\$ 282,800,766
	<b>ABRIL</b>	1	2142	38,521	\$ 455,078,124
		8	2143	24,241	\$ 90,092,449
		15	2144	21,112	\$ 101,962,362
		22	2145	25,187	\$ 82,773,036
		29	2146	39,953	\$ 150,932,209
	<b>MAYO</b>	6	2147	62,491	\$ 370,212,996
		13	2148	33,931	\$ 138,466,603
		20	2149	29,350	\$ 147,966,162
		27	2150	19,777	\$ 71,542,185
	<b>JUNIO</b>	3	2151	32,008	\$ 167,454,691
		10	2152	21,371	\$ 80,498,667
		17	2153	28,134	\$ 112,828,132
		24	2154	33,635	\$ 102,138,313
	<b>JULIO</b>	1	2155	30,197	\$ 112,382,811
		8	2156	37,787	\$ 129,379,199
		15	2157	23,174	\$ 127,886,905
		22	2158	26,197	\$ 168,788,831
		29	2159	23,384	\$ 91,726,736
	<b>AGOSTO</b>	5	2160	23,291	\$ 126,187,839
		12	2161	17,315	\$ 79,872,310
19		2162	30,711	\$ 180,609,714	
26		2163	26,210	\$ 209,729,920	
<b>SEPTIEMBRE</b>	2	2164	18,233	\$ 99,021,263	
	9	2165	37,635	\$ 268,240,475	
	16	2166	22,890	\$ 164,123,011	
	23	2167	19,597	\$ 113,636,321	
<b>OCTUBRE</b>	30	2168	16,811	\$ 73,880,918	
	7	2169	22,296	\$ 137,155,703	
	14	2170	18,206	\$ 102,282,766	
	21	2171	25,712	\$ 152,190,355	
<b>NOVIEMBRE</b>	28	2172	18,412	\$ 118,740,593	
	4	2173	31,128	\$ 154,960,155	
	11	2174	38,175	\$ 165,567,842	
	18	2175	17,452	\$ 172,842,168	
<b>DICIEMBRE</b>	25	2176	28,593	\$ 243,685,675	
	2	2177	26,939	\$ 167,438,105	
	9	2178	19,211	\$ 237,434,340	
	16	2179	7,071	\$ 184,181,529	
	23	2180	25,807	\$ 221,806,082	
	30	2181	23,095	\$ 135,995,812	
<b>TOTAL 2017</b>			<b>1,437,696</b>	<b>\$ 11,183,670,707</b>	

Fuente: Análisis Propia

## Anexo 14: Segmentación de la Lotería del Cauca, Plan de Marketing 2016.



Fuente: Plan de Marketing lotería del cauca 2016

## Anexo 15: Plan de Premios de la Lotería del Valle a 2017

<b>PLAN DE PREMIOS LOTERÍA DEL VALLE</b>
--

CANTIDAD	IDENTIFICACION DE PREMIO	
1	Premio Mayor	\$ 4,000,000,000
1	Premio Seco	\$ 200,000,000
1	Premio Seco	\$ 100,000,000
2	Premio Seco	\$ 50,000,000
12	Premio Seco	\$ 20,000,000
40	Premio Seco	\$ 10,000,000

	APROXIMACIONES AL MAYOR CON SERIE	BILLETE
1	Mayor invertido	\$ 7,000,000
9	Tres primeras cifras	\$ 7,000,000
9	Tres últimas cifras	\$ 7,000,000
9	Dos primeras cifras y última	\$ 7,000,000
90	Dos últimas cifras	\$ 1,000,000
81	Dos primeras cifras	\$ 1,000,000
891	Mayor en Cualquier orden	\$ 120,482
1090		

	APROXIMACIONES AL MAYOR EN DIFERENTE SERIE	BILLETE
229	Mayor diferente serie	\$ 3,000,000
458	Secos de 200 y 100 en diferente serie	\$ 120,482
12,366	Secos en diferente serie	\$ 25,301
229	Mayor invertido diferente serie	\$ 120,482
2,061	Tres primas cifras al mayor	\$ 83,133
2,061	Dos primeras cifras y última	\$ 83,133
2,061	Tres últimas cifras del mayor	\$ 83,133
18,549	Dos primeras cifras	\$ 18,072
20,610	Dos últimas cifras del mayor	\$ 18,072
204,039	última cifra del mayor	\$ 14,458

262,663

<b>TOTAL PLAN DE PREMIOS</b>	<b>\$ 10,768,657,831</b>
------------------------------	--------------------------

Fuente: Lotería del Cauca 2017

## Anexo 16: Plan de premios de la Lotería del Cauca a 2017.

<b>PLAN DE PREMIOS LOTERÍA DEL CAUCA 2017</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>IDENTIFICACION DE PREMIO</b>		
<b>1</b>	Premio Mayor	\$	<b>3,333,000,000</b>
<b>1</b>	Premio Seco	\$	<b>100,000,000</b>
<b>2</b>	Premio Seco	\$	<b>50,000,000</b>
<b>1</b>	Premio Seco	\$	<b>33,000,000</b>
<b>17</b>	Premio Seco	\$	<b>12,000,000</b>
<b>21</b>			
	<b>APROXIMACIONES AL MAYOR CON SERIE</b>	<b>BILLETE</b>	<b>FRACCION</b>
<b>23</b>	Mayor en Cualquier orden	\$ 1,480,000	\$ 370,000
<b>9</b>	Tres primeras cifras	\$ 2,400,000	\$ 480,000
<b>9</b>	Tres últimas cifras	\$ 2,400,000	\$ 480,000
<b>9</b>	Dos primeras y última	\$ 2,400,000	\$ 480,000
<b>891</b>	última Cifra	\$ 24,000	\$ 6,000
<b>90</b>	Dos últimas cifras	\$ 120,000	\$ 30,000
<b>81</b>	Dos primeras cifras	\$ 120,000	\$ 30,000
<b>1112</b>			
	<b>APROXIMACIONES AL MAYOR EN DIFERENTE SERIE</b>	<b>BILLETE</b>	<b>FRACCION</b>
<b>159,489</b>	Última cifra	\$ 12,000	\$ 3,000
<b>16,110</b>	Dos últimas cifras	\$ 16,000	\$ 4,000
<b>14,499</b>	Dos primeras cifras	\$ 16,000	\$ 4,000
<b>1,611</b>	Tres primeras cifras	\$ 32,000	\$ 8,000
<b>1,611</b>	Tres últimas cifras	\$ 32,000	\$ 8,000
<b>1,611</b>	Dos últimas cifras	\$ 32,000	\$ 8,000
<b>179</b>	Extra Chance Patojo- Mayor sin serie	\$ 6,000,000	\$ 1,500,000
<b>195,110</b>			
	<b>APROXIMACIONES A LOS SECOS</b>	<b>BILLETE</b>	<b>FRACCION</b>
<b>3,759</b>	Secos en diferente serie	\$ 24,000	\$ 6,000
<b>TOTAL PLAN DE PREMIOS</b>		<b>\$</b>	<b>8,424,476,338</b>

Fuente: Lotería del Cauca 2017

Anexo 17: Filtros de seguridad frontal del billete de lotería del cauca.

Seguridades del Billete Frente (Tiro)		Composición	
1 Fluorescente	<input checked="" type="checkbox"/> OK	19 Número de Fracciones	<input checked="" type="checkbox"/> 4
2 Hipoclorito	<input checked="" type="checkbox"/> OK	20 Valor de la Fracción	<input checked="" type="checkbox"/> \$3.000
3 Fondo Security	<input checked="" type="checkbox"/> OK	21 Valor del Billete	<input checked="" type="checkbox"/> \$12.000
4 Microtextos	<input checked="" type="checkbox"/> OK	22 Espacio para la Variable	<input checked="" type="checkbox"/> OK
5 Termica	<input checked="" type="checkbox"/> OK	Perforaciones	<input checked="" type="checkbox"/> OK
6 Registro Perfecto	<input checked="" type="checkbox"/> OK	Longitudinal 1 Transversal 5	
7 Numeros clave	<input checked="" type="checkbox"/> OK	Ortografía	<input checked="" type="checkbox"/> OK
8 Filtro Rojo	<input checked="" type="checkbox"/> OK	Imágenes	<input checked="" type="checkbox"/> OK
9 Banda Anticopia	<input checked="" type="checkbox"/> OK	CMYK <input checked="" type="checkbox"/> RGB <input type="checkbox"/>	
10 Naranja Antifotocopia	<input checked="" type="checkbox"/> OK	Márgenes	<input checked="" type="checkbox"/> OK
11 Logodot	<input checked="" type="checkbox"/> OK	Gap	<input checked="" type="checkbox"/> OK
12 Error Intencional	<input checked="" type="checkbox"/> OK	Código de Barras	<input checked="" type="checkbox"/> OK
13 Pie de Imprenta	<input checked="" type="checkbox"/> OK	Tolerancias área de silencio (5 mm)	
14 Franja Antifotocopia Nulo	<input checked="" type="checkbox"/> OK	23 Logos	<input checked="" type="checkbox"/> OK
15 Fondo Microlineal Original	<input checked="" type="checkbox"/> OK	24 Fondo original nanocopy	<input checked="" type="checkbox"/> OK
16 Fecha de Juego	<input checked="" type="checkbox"/> OK		
17 Fecha de Impresión	<input checked="" type="checkbox"/> OK		
18 Número del Premio Mayor	<input checked="" type="checkbox"/> \$3.333 M		

PANTONE: T-40350 2HP MAGENTA fondo



Fuente: Lotería del Cauca 2017

Anexo 18: Filtros de seguridad parte posteriores del billete de lotería del cauca.

### Seguridades del Billete Respaldo (Retiro)

- 1 Fussion Screen  OK
- 2 Microtextos  OK
- 3 Registro Perfecto  OK
- 4 Multifecha  OK
- 5 Fecha Tramada  OK
- 6 Firma en Microtextos  OK
- 7 Numero Fraccion al final del microtexto  NO
- 8 No.de Fracción  OK
- 9 Plan de Premios Tradicional o Promocional  OK
- 10 Encasillados para firmas  OK

### Composición

- 11 Número del Premio Mayor  \$3.333 M
- Número de Fracciones  4
- 12 Valor de la Fracción  \$3.000
- 13 Valor del Billete  \$12.000
- Perforaciones  OK
- Longitudinal  1 Transversal  4
- Ortografía  OK
- Márgenes  OK
- Gap  OK
- 14 Logos  OK

## LOTERIADELCAUCA

SORTEO 2184 ENE.20 DE 2018

SORTEO 2184 ENE.20 DE 2018

SORTEO 2184 ENE.20 DE 2018

SORTEO 2184 ENE.20 DE 2018

SORTEO 2184 ENE.20 DE 2018

SORTEO 2184 ENE.20 DE 2018

ISO 9001  
Certificado 90-001-2008

NTCCP 1000  
Certificado GP-CE188142

### PLAN DE PREMIOS LOTERIA DEL CAUCA

CANTIDAD	IDENTIFICACION DEL PREMIO	Valor	Mayor en Colocar abito	BILLETE	FRACCION
1	Premio Mayor	\$ 3.333.000.000	1	\$ 3.480.000	\$ 370.000
1	Un premio seco	\$ 480.000.000	2	\$ 2.400.000	\$ 480.000
2	Dois premios secos	\$ 380.000.000	3	\$ 2.400.000	\$ 480.000
1	Un premio seco	\$ 33.000.000	4	\$ 2.400.000	\$ 480.000
17	Premios Secos cada uno de	\$ 12.000.000	5	\$ 24.000	\$ 6.000
Emisión:	1.800.000 billetes de Cuatro (4) dígitos presentados comercialmente en ciento Ochenta (180) series de diez mil (10.000) billetes cada serie, numerado cada billete del 0000 al 9999 y series entre la cero (0000) y la ciento setenta y nueve (179).		6	\$ 120.000	\$ 30.000
	Información resultado: e-mail: contactenos@loteriadelcauca.com.co www.facebook.com/loteriacauca www.twitter.com/loteriacauca		7	\$ 24.000	\$ 6.000
	Esta fracción es el único componente para el juego y está en control establecido. Cualquier rotura o deterioro por cualquier motivo de la fracción.		8	\$ 24.000	\$ 6.000
	NOTA: Si usted es ganador de una fracción o billete de premio mayor, favor colocarse en contacto con los telefonos (02) 6223366 o dirigirse a la sede de la Lotería del Cauca, Carrera 7ª # 14-68 piso 3, en la ciudad de Popayán.		9	\$ 24.000	\$ 6.000
	VIGILADO		10	\$ 24.000	\$ 6.000

1 UNO

1 UNO

1 UNO

1 UNO

1 UNO

1 UNO

Esta fracción estará sujeta a los descuentos de Ley.

JUEGA LOS SÍMBOLOS EN BOGOTÁ A LAS 9:00 PM.

Linea de atención al cliente: desde Popayán 6233366, resto del país: 01800023366


Información resultados email: contactenos@loteriadelcauca.com.co  
www.facebook.com/loteriacauca www.twitter.com/loteriacauca  
pagina web: www.loteriacauca.com.co PBX (02)623366  
caducidad: un (1) año

precio al publico en todo el país:

Billete de cuatro fracciones \$12.000  
Fracción \$3.000

Fuente: Lotería del Cauca 2017

## Anexo 19: Plan promocional 2 y 3, de la lotería del cauca 2017



**Lotería  
del Cauca**

**PLAN PROMOCIONAL**  
**Vendedores Departamento del Cauca**

**Cauca** ♦♦

**De una vez a ganar  
con el 2 y 3**

**DURACION:** A partir del Sorteo: 2173 del 04 de Noviembre de 2.017  
hasta el Sorteo 2181 del 30 de Diciembre de 2.017

**Premios**

La LOTERÍA DEL CAUCA reconocerá de manera inmediata a los VENDEDORES los siguientes incentivos:

1. Por la venta de un (1) billete físico o tiquete de venta en línea (4 fracciones) con acierto de las 2 ÚLTIMAS CIFRAS DEL PREMIO MAYOR SIN SERIE, se harán acreedores a **UNO (1) billete** de LOTERÍA DEL CAUCA en físico o en línea.
2. Por la venta de un billete físico o tiquete de venta en línea (4 Fracciones) con acierto de las 3 ÚLTIMAS CIFRAS DEL PREMIO MAYOR SIN SERIE, se harán acreedores a **TRES (3) billetes** de LOTERÍA DEL CAUCA en físico o en línea.
3. Por la venta de un (1) billete físico o tiquete de venta en línea (4 Fracciones) con acierto del SUPER CHANGE PATOJO, se harán acreedores a **DIEZ (10) billetes** de LOTERÍA DEL CAUCA en físico o en línea.

Fuente: Lotería del Cauca 2017



Anexo 20: Diseño publicitario para el sorteo extraordinario de la lotería del cauca 2017.

**Billete \$12.000**

**16 Diciembre 2017**

**SUPERMILLONARIO DE NAVIDAD**

**Lotería del Cauca**

**Más de \$8.400 MILLONES EN PREMIOS**

**Premio MAYOR \$4.133 MILLONES**

**179 Chances PATOJOS**

VIGILADO Supersalud

Fuente: Propia

Anexo 21: Plan de premios Super Millonario de Navidad 2017.

<b>PLAN DE PREMIOS LOTERÍA DEL CAUCA</b>
<b>SORTEO 2179: SUPER MILLONARIO DE NAVIDAD - Diciembre 16 de 2017</b>

CANTIDAD	IDENTIFICACION DE PREMIO	
1	Premio Mayor	\$ 4,133,000,000
1	Premio Seco	\$ 100,000,000
1	Premio Seco	\$ 50,000,000
1	Premio Seco	\$ 33,000,000
1	Premio Seco	\$ 12,000,000
1	Premio Seco	\$ 10,000,000

	APROXIMACIONES AL MAYOR CON SERIE	BILLETE
23	Mayor en Cualquier orden	\$ 1,470,000

	APROXIMACIONES AL MAYOR EN DIFERENTE SERIE	BILLETE
160,380	Última cifra	\$ 12,000
16,200	Dos últimas cifras	\$ 16,000
14,580	Dos primeras cifras	\$ 16,000
1,620	Tres primeras cifras	\$ 33,000
1,620	Tres últimas cifras	\$ 33,000
1,620	Dos últimas cifras	\$ 33,000
179	Extra Chance Patojo- Mayor sin serie	\$ 3,200,000

196,199

	APROXIMACIONES A LOS SECOS	BILLETE
1,432	Secos en diferente serie	\$ 24,000

<b>TOTAL PLAN DE PREMIOS</b>	<b>\$ 8,424,476,338</b>
------------------------------	-------------------------

Fuente: Lotería del Cauca 2017

## Anexo 22: Promedio y Crecimiento Plan Promocional 2 y 3 en el Valle.

DEPARTAMENTO	SORTEOS AÑO 2017																			CRECIMIENTO PLAN PROM	PROMEDIO
											PLAN PROMOCIONAL 2 Y 3										
	2164	2165	2166	2167	2168	2169	2170	2171	2172	PROMEDIO	2173	2174	2175	2176	2177	2178	2179	2180	2181		
<b>Valle del Cauca</b>	<b>117,416</b>	<b>112,430</b>	<b>108,316</b>	<b>109,949</b>	<b>110,834</b>	<b>115,875</b>	<b>113,442</b>	<b>108,080</b>	<b>110,672</b>	<b>111,890</b>	<b>117,347</b>	<b>113,482</b>	<b>108,361</b>	<b>108,512</b>	<b>117,430</b>	<b>103,252</b>	<b>134,456</b>	<b>111,366</b>	<b>123,103</b>	<b>0.5%</b>	<b>115,257</b>
La Sultana	12,364	9,589	9,062	9,263	9,436	9,766	9,745	9,377	9,826	9,825	10,043	10,123	9,249	10,600	10,493	8,803	10,924	10,218	10,622	0.6%	10,119
Palmisuerte	2,417	2,203	2,325	2,278	2,327	2,183	2,233	1,982	2,358	2,256	2,396	2,252	2,184	2,301	2,472	2,402	2,836	2,484	2,663	1.1%	2,443
Las Palmas	2,410	2,217	2,321	2,175	2,219	2,264	2,273	2,092	1,780	2,195	2,115	2,172	2,082	2,067	2,364	1,987	2,736	2,559	2,379	1.3%	2,273
Occidental	18,403	17,274	17,868	17,309	17,686	17,832	17,791	16,635	17,444	17,582	18,164	18,198	17,718	16,928	18,199	16,242	19,460	17,313	18,895	0.4%	17,902
Occidental Palmira	15,679	15,627	14,995	14,518	14,836	15,370	14,713	14,231	14,586	14,951	15,528	15,163	15,108	14,525	15,784	14,796	17,744	15,337	17,067	1.0%	15,672
La Palmireña	1,776	1,612	1,716	1,612	1,585	1,587	1,609	1,588	1,568	1,628	1,788	1,750	1,706	1,571	1,788	1,620	2,268	1,814	1,794	0.0%	1,789
Lotesevilla	202	239	243	241	239	218	240	225	239	232	258	213	193	264	213	217	184	198	255	-0.1%	222
El Dorado	3,260	3,007	2,876	2,907	2,818	2,932	3,061	2,798	2,938	2,955	2,972	2,929	2,736	2,809	3,116	2,732	2,820	2,740	2,728	-0.9%	2,842
Rincón de la suerte	698	645	657	678	612	616	565	543	627	627	707	676	594	604	666	642	548	634	693	-0.2%	640
El Castillo	0	4,108	3,890	4,056	3,843	4,408	4,115	3,998	3,981	3,600	4,209	0	0	0	0	0	0	0	0		468
Ramírez García	1,387	1,333	1,244	1,274	1,201	1,378	1,340	1,245	1,135	1,282	1,347	1,311	1,266	1,255	1,365	1,280	1,388	1,347	1,511	1.2%	1,341
Cosmopolita	3,264	3,323	3,281	3,025	3,190	3,351	3,367	3,143	3,103	3,227	3,306	3,270	3,139	3,088	3,304	2,881	3,268	3,294	3,432	0.4%	3,220
El Trebol	6,039	5,664	5,306	5,521	5,662	6,049	5,828	5,292	5,801	5,685	5,894	8,418	8,183	7,052	8,681	7,641	9,140	7,280	7,987	3.4%	7,808
La estrella millonaria	5,230	4,448	4,219	4,333	4,659	4,990	4,668	4,347	4,563	4,606	4,642	4,630	4,540	4,735	5,147	4,115	5,416	4,945	5,119	1.0%	4,810
Mercantil	7,320	6,917	7,016	6,967	6,854	7,086	7,104	6,782	6,815	6,985	7,360	7,373	6,794	7,065	7,346	6,520	7,192	6,697	7,069	-0.4%	7,046
REDCOLSA	16,046	14,602	15,551	14,448	14,691	15,149	14,337	13,580	14,303	14,745	15,145	14,480	13,643	13,795	14,846	12,158	19,020	16,336	16,863	1.2%	15,143
Cooperativa de loteros del Valle	7,575	7,119	3,525	3,594	3,376	3,685	3,535	3,212	3,295	4,324	3,885	3,447	3,098	3,457	3,361	2,846	3,464	2,831	3,271	-1.8%	3,296
Loterías Tuluá	5,350	4,824	4,709	4,732	4,185	5,069	4,704	4,624	4,762	4,773	5,215	5,012	4,743	5,018	5,381	4,900	5,176	4,805	5,414	0.4%	5,074
Codesa	4,396	4,397	4,341	4,137	4,455	4,433	4,433	4,058	4,117	4,307	4,441	4,294	3,919	3,954	4,117	3,627	4,512	3,833	4,674	0.5%	4,152
Loticolombia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0
La fortunita millonaria	673	621	696	567	539	624	618	564	534	604	636	643	643	568	631	637	596	592	651	0.2%	622
CB electrónica	1,654	1,600	1,450	1,456	1,403	1,474	1,493	1,230	1,341	1,456	1,409	1,547	1,388	1,406	1,602	1,394	1,636	1,342	1,601	1.4%	1,481
Loterías Buga	1,273	1,061	1,025	1,069	790	1,064	1,058	1,073	1,007	1,047	999	986	1,000	891	973	1,016	1,308	1,113	1,274	2.7%	1,062
Mercaloterías				3,789	4,225	4,344	4,609	5,461	4,544	4,495	4,888	4,595	4,435	4,559	5,105	4,278	12,000	2,798	6,279	2.8%	5,437
Structura Colombia				3	3	3	0	5	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0
Multisercicios															476	518	820	856	862	12.0%	706

Fuente: Análisis Propia

## Anexo 23: Promedio y Crecimiento Plan Promocional 2 y 3 en el Cauca.

											PLAN PROMOCIONAL 2 Y 3								CRECIMIENTO	PROMEDIO	
	2164	2165	2166	2167	2168	2169	2170	2171	2172	PROMEDIO	2173	2174	2175	2176	2177	2178	2179	2180	2181		PLAN PROM
<b>Cauca</b>	<b>31,026</b>	<b>29,654</b>	<b>29,730</b>	<b>29,226</b>	<b>29,834</b>	<b>29,040</b>	<b>28,165</b>	<b>27,321</b>	<b>27,573</b>	<b>29,063</b>	<b>27,787</b>	<b>28,162</b>	<b>27,703</b>	<b>27,061</b>	<b>29,278</b>	<b>27,692</b>	<b>49,496</b>	<b>29,891</b>	<b>33,018</b>	1.9%	31,121
Inverpubenza	10,697	10,126	10,076	10,031	10,369	10,552	10,500	9,955	10,170	10,275	10,362	10,645	10,419	10,080	11,116	10,232	15,076	11,115	11,371	1.0%	11,157
La Caucanita	2,670	2,304	2,595	1,810	2,245	2,160	1,825	1,810	1,735	2,128	1,975	1,770	1,870	1,750	1,940	1,805	6,820	1,835	2,145	0.9%	2,434
REDCA	5,469	5,320	5,259	4,998	5,451	5,355	5,145	5,122	4,927	5,227	5,162	5,247	5,370	4,921	5,492	5,242	12,140	6,047	7,150	3.6%	6,308
La Fortuna	5,870	5,608	5,510	5,400	5,339	4,862	4,682	4,901	4,862	5,226	4,458	4,525	4,349	4,479	4,662	4,477	6,900	4,844	5,748	2.8%	4,938
Codesa	1,144	1,121	1,095	1,087	1,149	1,071	1,148	1,011	980	1,090	1,112	1,050	1,023	1,059	1,087	875	1,160	1,105	1,277	1.5%	1,083
Loticolombia	651	615	551	586	609	512	598	597	592	590	582	671	675	593	658	636	752	592	721	2.4%	653
CB electrónica	288	281	294	318	344	272	293	261	272	291	235	189	224	228	219	214	228	177	255	0.9%	219
Conceloterías	4,237	4,279	4,350	4,996	4,328	4,286	3,974	3,663	4,035	4,239	3,901	4,065	3,773	3,951	4,104	4,211	6,420	4,176	4,351	1.2%	4,328
STRUCTURA COLOMBIA								1									0				0

Fuente: Análisis Propia

## Anexo 24: Crecimiento y variación Súper Millonario de Navidad 2017.

LOTERÍA DEL CAUCA SORTEO 2179: Diciembre 16 de 2017 SUPER MILLONARIO DE NAVIDAD						
DEPARTAMENTOS	VENTA EN FRACCIONES SORTEO 2178	% PARTICIPACION VENTAS	VENTAS EN FRACCIONES SORTEO 2179	CRECIMIENTO	% PARTICIPACION VENTAS	VARIACIÓN
VALLE	103,252	56.96%	134,456	30%	49.40%	-7.55%
CAUCA	27,692	15.28%	49,496	79%	18.19%	2.91%
ANTIOQUIA	11,267	6.22%	26,392	134%	9.70%	3.48%
BOGOTA	7,177	3.96%	14,624	104%	5.37%	1.41%
ATLANTICO	5,308	2.93%	9,276	75%	3.41%	0.48%
NARIÑO	3,879	2.14%	5,508	42%	2.02%	-0.12%
BOLIVAR	2,627	1.45%	4,968	89%	1.83%	0.38%
RISARALDA	2,711	1.50%	4,072	50%	1.50%	0.00%
HUILA	2,971	1.64%	3,496	18%	1.28%	-0.35%
CORDOBA	2,092	1.15%	3,148	50%	1.16%	0.00%
QUINDIO	2,126	1.17%	2,768	30%	1.02%	-0.16%
CALDAS	1,851	1.02%	2,056	11%	0.76%	-0.27%
PUTUMAYO	1,080	0.60%	1,964	82%	0.72%	0.13%
TOLIMA	1,193	0.66%	1,552	30%	0.57%	-0.09%
CHOCO	943	0.52%	1,492	58%	0.55%	0.03%
META	565	0.31%	1,140	102%	0.42%	0.11%
CAQUETA	756	0.42%	872	15%	0.32%	-0.10%
SUCRE	906	0.50%	788	-13%	0.29%	-0.21%
CUNDINAMARCA	496	0.27%	692	40%	0.25%	-0.02%
CASANARE	480	0.26%	676	41%	0.25%	-0.02%
SANTANDER	509	0.28%	656	29%	0.24%	-0.04%
ARAUCA	368	0.20%	544	48%	0.20%	0.00%
BOYACA	222	0.12%	432	95%	0.16%	0.04%
MAGDALENA	246	0.14%	340	38%	0.12%	-0.01%
SAN ANDRES	158	0.09%	216	37%	0.08%	-0.01%
NORTE DE SANTANDER	205	0.11%	200	-2%	0.07%	-0.04%
GUAVIARE	93	0.05%	128	38%	0.05%	0.00%
AMAZONAS	48	0.03%	112	133%	0.04%	0.01%
CESAR	64	0.04%	100	56%	0.04%	0.00%
VAUPES	0	0.00%	8	-	0.00%	
GUAJIRA	0	0.00%	0	-	0.00%	
VICHADA	0	0.00%	0	-	0.00%	
<b>TOTAL</b>	<b>181,285</b>		<b>272,172</b>	<b>50%</b>		

Fuente: Análisis Propia

## Anexo 25: Variación de la participación en ventas del Valle 2017.

DEPARTAMENTO	SORTEOS		CRECIMIENTO	% PARTICIPACIÓN EN VENTAS ( 2178)	% PARTICIPACIÓN EN VENTAS ( 2179)	VARIACIÓN
	2178	2179				
<b>Valle del Cauca</b>	<b>103.252</b>	<b>134.456</b>	<b>30%</b>			
La Sultana	8.803	10.924	24%	8,5%	8,1%	-0,4%
Palmisuerte	2.402	2.836	18%	2,3%	2,1%	-0,2%
Las Palmas	1.987	2.736	38%	1,9%	2,0%	0,1%
Occidental	16.242	19.460	20%	15,7%	14,5%	-1,3%
Occidental Palmira	14.796	17.744	20%	14,3%	13,2%	-1,1%
La Palmireña	1.620	2.268	40%	1,6%	1,7%	0,1%
Lotesevilla	217	184	-15%	0,2%	0,1%	-0,1%
El Dorado	2.732	2.820	3%	2,6%	2,1%	-0,5%
Rincón de la suerte	642	548	-15%	0,6%	0,4%	-0,2%
El Castillo	0	0		0,0%	0,0%	0,0%
Ramírez García	1.280	1.388	8%	1,2%	1,0%	-0,2%
Cosmopolita	2.881	3.268	13%	2,8%	2,4%	-0,4%
El Trebol	7.641	9.140	20%	7,4%	6,8%	-0,6%
La estrella millonaria	4.115	5.416	32%	4,0%	4,0%	0,0%
Mercantil	6.520	7.192	10%	6,3%	5,3%	-1,0%
REDCOLSA	12.158	19.020	56%	11,8%	14,1%	2,4%
Cooperativa de loteros del	2.846	3.464	22%	2,8%	2,6%	-0,2%
Loterías Tuluá	4.900	5.176	6%	4,7%	3,8%	-0,9%
Codesa	3.627	4.512	24%	3,5%	3,4%	-0,2%
Loticolombia		0		0,0%	0,0%	0,0%
La fortunita millonaria	637	596	-6%	0,6%	0,4%	-0,2%
CB electrónica	1.394	1.636	17%	1,4%	1,2%	-0,1%
Loterías Buga	1.016	1.308	29%	1,0%	1,0%	0,0%
Mercaloterías	4.278	12.000	181%	4,1%	8,9%	4,8%
Structura Colombia	0	0		0,0%	0,0%	0,0%
Multisercicios	518	820	58%	0,5%	0,6%	0,1%

Fuente: Análisis Propia

## Anexo 26: Variación de la participación en ventas del Cauca 2017.

DEPARTAMENTO	SORTEOS		CRECIMIENTO	% PARTICIPACIÓN EN VENTAS ( 2178)	% PARTICIPACIÓN EN VENTAS ( 2179)	VARIACIÓN
	2178	2179				
<b>Cauca</b>	<b>27.692</b>	<b>49.496</b>	<b>79%</b>			
Inverpubenza	10.232	15.076	47%	36,9%	30,5%	-6,5%
La Caucanita	1.805	6.820	278%	6,5%	13,8%	7,3%
REDCA	5.242	12.140	132%	18,9%	24,5%	5,6%
La Fortuna	4.477	6.900	54%	16,2%	13,9%	-2,2%
Codesa	875	1.160	33%	3,2%	2,3%	-0,8%
Loticolombia	636	752	18%	2,3%	1,5%	-0,8%
CB electrónica	214	228	7%	0,8%	0,5%	-0,3%
Conceloterías	4.211	6.420	52%	15,2%	13,0%	-2,2%

Fuente: Análisis Propia

## Anexo 27: Variación en participación en ventas de Antioquia 2017.

DEPARTAMENTO	SORTEOS		CRECIMIENTO	% PARTICIPACIÓN EN VENTAS ( 2178)	% PARTICIPACIÓN EN VENTAS ( 2179)	VARIACIÓN
	2178	2179				
<b>Antioquia</b>	<b>11.267</b>	<b>26.392</b>	<b>134%</b>			
Loticolombia	2.530	3.780	49%	22,5%	14,3%	-8,1%
Loticolombia	6.915	17.888	159%	61,4%	67,8%	6,4%
CB electrónica	91	96	5%	0,8%	0,4%	-0,4%
UNIRED	956	2.784	191%	8,5%	10,5%	2,1%
Los dolares	87	256	194%	0,8%	1,0%	0,2%
SI PAGA	413	1.172	184%	3,7%	4,4%	0,8%
SI PAGA	275	416	51%	2,4%	1,6%	-0,9%

Fuente: Análisis Propia

## Anexo 28: Variación en participación en ventas Bogotá 2017.

DEPARTAMENTO	SORTEOS		CRECIMIENTO	% PARTICIPACIÓN EN VENTAS ( 2178)	% PARTICIPACIÓN EN VENTAS ( 2179)	VARIACIÓN
	2178	2179				
<b>Bogotá</b>	<b>7.177</b>	<b>14.624</b>	<b>104%</b>			
Loticolombia		0		0,0%	0,0%	0,0%
CB electrónica	47	56	19%	0,9%	0,4%	-0,5%
GELSA	661	780	18%	12,5%	5,3%	-7,1%
GELSA	5.484	11.136	103%	103,3%	76,1%	-27,2%
SI PAGA	985	2.648	169%	18,6%	18,1%	-0,4%
STRUCTURA COLOMBIA		4		0,0%	0,0%	0,0%

Fuente: Análisis Propia

## Anexo 29: Variación en la participación en ventas Atlántico 2017.

DEPARTAMENTO	SORTEOS		CRECIMIENTO	% PARTICIPACIÓN EN VENTAS ( 2178)	% PARTICIPACIÓN EN VENTAS ( 2179)	VARIACIÓN
	2178	2179				
<b>Atlántico</b>	<b>5.308</b>	<b>9.276</b>	<b>75%</b>			
Codesa	154	180	17%	2,9%	1,9%	-1,0%
Loticolombia	1	0	-100%	0,0%	0,0%	0,0%
Dimas Bravo	737	1.480	101%	13,9%	16,0%	2,1%
Martínez ortíz	565	1.008	78%	10,6%	10,9%	0,2%
Multilaterías	1.824	4.208	131%	34,4%	45,4%	11,0%
Superservicios	2.027	2.400	18%	38,2%	25,9%	-12,3%

Fuente: Análisis Propia



## Anexo 30: Promedio y Crecimiento Plan Promocional 2 y 3 en el Cauca.

											PLAN PROMOCIONAL 2 Y 3								CRECIMIENTO PLAN PROM	PROMEDIO	
	2164	2165	2166	2167	2168	2169	2170	2171	2172	PROMEDIO	2173	2174	2175	2176	2177	2178	2179	2180			2181
<b>Cauca</b>	31,026	29,654	29,730	29,226	29,834	29,040	28,165	27,321	27,573	29,063	27,787	28,162	27,703	27,061	29,278	27,692	49,496	29,891	33,018	1.9%	31,121
Inverpubenza	10,697	10,126	10,076	10,031	10,369	10,552	10,500	9,955	10,170	10,275	10,362	10,645	10,419	10,080	11,116	10,232	15,076	11,115	11,371	1.0%	11,157
La Caucanita	2,670	2,304	2,595	1,810	2,245	2,160	1,825	1,810	1,735	2,128	1,975	1,770	1,870	1,750	1,940	1,805	6,820	1,835	2,145	0.9%	2,434
REDCA	5,469	5,320	5,259	4,998	5,451	5,355	5,145	5,122	4,927	5,227	5,162	5,247	5,370	4,921	5,492	5,242	12,140	6,047	7,150	3.6%	6,308
La Fortuna	5,870	5,608	5,510	5,400	5,339	4,862	4,682	4,901	4,862	5,226	4,458	4,525	4,349	4,479	4,662	4,477	6,900	4,844	5,748	2.8%	4,938
Codesa	1,144	1,121	1,095	1,087	1,149	1,071	1,148	1,011	980	1,090	1,112	1,050	1,023	1,059	1,087	875	1,160	1,105	1,277	1.5%	1,083
Loticolombia	651	615	551	586	609	512	598	597	592	590	582	671	675	593	658	636	752	592	721	2.4%	653
CB electrónica	288	281	294	318	344	272	293	261	272	291	235	189	224	228	219	214	228	177	255	0.9%	219
Conceloterías	4,237	4,279	4,350	4,996	4,328	4,286	3,974	3,663	4,035	4,239	3,901	4,065	3,773	3,951	4,104	4,211	6,420	4,176	4,351	1.2%	4,328
STRUCTURA COLOMBIA								1								0					0

Fuente: Análisis Propia

## Anexo 31: Matriz DOFA

<b>LOTERÍA DEL CAUCA</b>	
<b>D DEBILIDADES</b>	<b>F FORTALEZAS</b>
<p><b>D1.</b> Vendedores de lotería pertenecen a la tercera edad</p> <p><b>D2.</b> Fondo de reservas no permite un plan más competitivo.</p> <p><b>D3.</b> Poca publicidad efectiva.</p> <p><b>D4.</b> Presupuesto para publicidad reducido.</p> <p><b>D5.</b> Falta de Acompañamiento institucional hacia loteros y distribuidoras.</p> <p><b>D6.</b> Quienes compran la lotería, son personas de más de 45 años.</p> <p><b>D7.</b> Parte administrativa(Comercial) no está de acuerdo al perfil del cargo.</p> <p><b>D8.</b> Falta de un seguros( billetería, salud, funararios, etc) para loteros.</p> <p><b>D9.</b> Nivel satisfacción loteros es regular.</p> <p><b>D10.</b> Planes promocionales poco atractivos.</p> <p><b>D11.</b> Material publicitario que sirva como gancho para vender.</p> <p><b>D12.</b> Mejorar dotación a loteros.</p> <p><b>D13.</b> Capacitaciones a loteros en temas comerciales y mercadeo.</p>	<p><b>F1.</b> Plan de premios atractivo</p> <p><b>F2.</b> Genera trabajo.</p> <p><b>F3.</b> Cancelación de premios oportunamente .</p> <p><b>F4.</b> Fidelización del cliente.</p> <p><b>F5.</b> Transparencia en el sorteo.</p> <p><b>F6.</b> Seguridad del billete y/o fracción.</p> <p><b>F7.</b> Software empresarial especializado en detencion de fraude.</p> <p><b>F8.</b> Posicionamiento en el mercado.</p> <p><b>F9.</b> Gerencia proactiva.</p> <p><b>F10.</b> Presencia a nivel nacional.</p> <p><b>F11.</b> Buenos salarios a funcionarios.</p> <p><b>F12.</b> Adecuada entrega de billetería a las agencias distribuidoras.</p> <p><b>F13.</b> Certificado ISO 9001-15 y NTCGP 1000</p>
<b>O OPORTUNIDADES</b>	<b>A AMENAZAS</b>
<p><b>O1.</b> Desempleo nacional que atraería a personas a vincularse como asesores de venta.</p> <p><b>O2.</b> Ampliar el mercado en otras zonas foráneas.</p> <p><b>O3.</b> Posibilidad de acceso a préstamos bancarios.</p> <p><b>O4.</b> Alianzas estratégicas y convenios con empresas.</p> <p><b>O5.</b> Las personas que compran la lotería cada sábado tienen el poder adquisitivo necesario.</p> <p><b>O6.</b> Nuevas tecnologías que permitan innovar el mercado y así llegar a nuevos clientes.</p> <p><b>O7.</b> Tenedencia al dinero fácil.</p> <p><b>O8.</b> El difundir frecuentemente el aporte de recursos a la salud, indirectamente promueve el crecimiento en ventas</p>	<p><b>A1.</b> Crecimiento del mercado del Chance y las rifas y juegos ilegales.</p> <p><b>A2.</b> Productos sustitutos que por modalidad novedosa atraiga más clientes.</p> <p><b>A3.</b> Inestabilidad jurídica y tributaria por ser un monopolio rentístico.</p> <p><b>A4.</b> Problemas de inseguridad.</p> <p><b>A5.</b> Otras loterías grandes promuevan planes promocionales atractivos que puedan cubrir el mercado actual de la lotería del cauca.</p> <p><b>A6.</b> Cambios climáticos.</p> <p><b>A7.</b> Aumento del desempleo en Popayán y en el resto del país.</p> <p><b>A8.</b> Globalización de mercados.</p>

Fuente: Propia

## Anexo 32: Plan de Acción

PLAN DE MARKETING LOTERÍA DEL CAUCA					
PLAN DE ACCIÓN					
OBJETIVO DE MARKETING		Incrementar las ventas en el municipio de Popayán en un 6% con respecto al total registrado en el año 2017 por el departamento de Cauca. En un periodo de doce(12) meses.			
	OBJETIVOS PARCIALES	ACCIONES ESTRATEGIAS	RESPONSABLES	INDICADORES DE GESTIÓN	DURACIÓN
CLIENTES	Aumentar la fidelización a la marca de los clientes actuales, buscando la recompra del producto y el aumento de la ventas en el municipio de Popayán.	FA1. Capacitación y acompañamiento constante a la fuerza de ventas, para fidelizar aún más al cliente.	Director Comercial	<b>EFFECTIVIDAD CAPACITACIONES =</b> Número de personas que asistieron a capacitaciones / Número de personas convocadas * 100 <b>EFFECTIVIDAD CAPACITACIONES =</b> Costo de la inversión / Número de personas convocadas * 100	1 año( 3 veces)
		FA2. Fortalecer las relaciones con el cliente mediante promocionales atractivos.	Director Comercial y Gerente	<b>EFICIENCIA DEL PLAN PROMOCIONAL =</b> Retorno del gasto en publicidad y promoción / Total del gasto destinado en el plan promocional * 100 <b>FORTALECIMIENTO RELACION CON EL CLIENTE =</b> ((Clientes satisfechos - Total clientes) / Total clientes) * 100	1 año
		FA3. Capacitar al área comercial en estrategias comerciales innovadoras.	Gerente	<b>EFFECTIVIDAD CAPACITACIONES =</b> Número de personas aprobadas / Número de personas que asistieron a capacitaciones * 100 <b>EFFECTIVIDAD DE APRENDIZAJE =</b> ((Nota final o sumatoria - Nota inicial o diagnóstica) / Nota Inicial) * 100	1 año( 3 veces)
PRODUCTO	Implementar nuevos mecanismos que ayuden al producto ser más competitivo y de fácil recordación.	FO4. Cambiar el slogan empresarial, enfocado más a la misión.	Director Comercial y Gerente	<b>CAMBIO SLOGAN =</b> Efectividad del nuevo slogan(ventas) / Efectividad del slogan tradicional(ventas) * 100	Indefinido
		FA4. Desarrollo de un plan de contingencia, en caso de aumentos de obligaciones tributarias		<b>UTILIZACION PLAN DE CONTINGENCIA =</b> Recursos utilizados / Recursos dispuesto * 100	1 año
		DO1. Obtener financiamiento para fortalecer el departamento comercial.		<b>PRÉSTAMO BANCARIO =</b> Inversión presupuestada - Inversión disponible	
		DO4. Generar un seguro para el bienestar del lotero	Director Comercial	<b>INDICE BIENESTAR LOTERO =</b> Número de loteros satisfechos / Total loteros * 100	1 año
		DA2. Ampliar modalidades de juego, que permitan un producto o servicio más atractivo que minimice la compra de las apuestas Informales.	Director Comercial y Gerente	<b>EFICIENCIA DEL PLAN PROMOCIONAL =</b> Retorno del gasto en publicidad y promoción / Total del gasto destinado en el plan promocional * 100	

<b>PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD</b>	Aumentar la promoción y publicidad con mecanismos y metodologías que ayuden llegar de una manera directa a todos los clientes, abarcando nuevos segmentos y fortaleciendo los actuales encaminados a aumentar las ventas locales.	FO3. Buscar el patrocinar al Universitario de Popayán.	Director Comercial y Gerente	<b>EFFECTIVIDAD PATROCINIO</b> = Nivel de aceptación del patrocinio en la población / Nivel de cobertura resultante del patrocinio *100	1 año
		FO5. Desarrollo de una APP para la adquisición de la compra de lotería.	Director Comercial	<b>DESEMPEÑO DE LA APP</b> = Uso se la app( # personas) / Alcance total (# personas) * 100	Indefinido
		DO2. Mejor aprovechamiento de las tic's para promocionar la lotería		<b>DESEMPEÑO DE LA APP</b> = Uso se la app( # personas) / Alcance total (# personas) * 100	
		DO3. Toda la publicidad empresarial destaque la misión de la lotería.	Director Comercial y Gerente	<b>CAMBIO SLOGAN</b> = Efectividad del nuevo slogan(ventas) / Efectividad del slogan tradicional(ventas) * 100	Indefinido
		DA3. Proveer de material publicitario al lotero, que sirva como gancho para generar venta.	Director Comercial	<b>CRECIMIENTO EN VENTAS</b> = Retorno del gasto en material publicitario / Total gasto destinado en la compra del material publicitario * 100	
		DA1. Creación de un sub departamento en el área comercial de marketing.	Gerente	<b>CRECIMIENTO EN VENTAS</b> = Número de clientes estables / Tasa de retención de clientes * 100	
<b>DISTRIBUCIÓN</b>	Idear metodología que ayuden a llegarle más fácilmente el producto al cliente para que pueda adquirirlo.	FO1. Aumentar la participación en el mercado:	Director Comercial y Gerente	<b>CRECIMIENTO EN VENTAS</b> = Número de clientes estables / Tasa de retención de clientes * 100	1 año
		FO2. Vincular al cesante y desempleado al oficio de lotero.		<b>PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO</b> = Ventas totales de la empresa / Venta total del mercado de lotería * 100	
		FO6. Alianzas con clientes de empresas para generar ventas mediante la modalidad de abonados.		<b>PARTICIPACION DEL CESANTE Y/O DESEMPLEADO</b> = Número de personas cesantes y/o desempleadas vinculadas /	
		FA5. Alianzas estratégicas con empresas mayoristas con convenios de exclusividad en los precios		<b>CRECIMIENTO DE ABONADOS</b> = Número de clientes abonados / Total de la proyección realizada ( # personas) * 100	
		FO5. Desarrollo de una APP para la adquisición de la compra de lotería.		<b>EFFECTIVIDAD ALIANZAS ESTRATEGICAS</b> = Ventas efectuadas en estas empresas / Ventas totales de la	
			<b>DESEMPEÑO DE LA APP</b> = Uso se la app( # personas) / Alcance total (# personas) * 100	Indefinido	

Fuente: Propia

## Anexo 33: Presupuesto.

PRESUPUESTO PARA ALGUNAS DE LAS ESTRATEGIAS PLANTEADAS							
ESTRATEGIA		DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	# VECES AL AÑO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DURACIÓN
1.	Patrocinador Universitario Popayán (Depende del número de hinchas, la historia del club y la trayectoria reciente del equipo, DIMAYOR)	Llevar impreso el logo en la parte	1	1	\$ 100.000.000	\$ 100.000.000	1 año
		En la parte trasera de la pantaloneta	1	1	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000	
		Parte delantera camiseta	1	1	\$ 150.000.000	\$ 150.000.000	
2.	Desarrollo de una APP (sistemas operativos Android e IOS)	Incluye un diseño de interfaz sencilla, permite hacer compras, sin sistema de login, ni perfiles de usuarios y con panel de administración y bilingue	1	1	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000	Indefinido
3.	Capacitaciones a fuerza de ventas.	Conferensista	4	1	\$ 250.000	\$ 1.000.000	1 año
		Refrigerio loteros	383	4	\$ 5.000	\$ 7.660.000	
		Alquiler salón	1	4	\$ 250.000	\$ 1.000.000	
		Otros gastos	4	1	\$ 100.000	\$ 400.000	
4.	Capacitación de funcionarios área comercial	Conferensista	3	1	\$ 250.000	\$ 750.000	
		Otros gastos	3	1	\$ 100.000	\$ 300.000	
5.	Seguro para billettería	Cubrimiento de un porcentaje por parte de la empresa ante la pérdida de lotería	1	1	\$ 30.000.000	\$ 30.000.000	
	Seguro funerario	Cubrimiento funerario ante el deseso de cualquiera de los loteros	38,3	1	\$ 180.000	\$ 6.894.000	
6.	Material publicitario para loteros	Lapiceros	8809	26	\$ 750	\$ 171.775.500	
		Llaveros			\$ 450	\$ 103.065.300	
	Indumentaria loteros	incluye un diseño de interfaz sencilla,	383	12	\$ 7.000	\$ 32.172.000	
		Camibuso tipo Polo, color blanco			\$ 20.000	\$ 32.172.000	
		Chaleco en drill			\$ 40.000	\$ 91.920.000	
Capa transparente con logo	1	1	\$ 10.000	\$ 3.830.000			
7.	Cargo jefe de mercadeo	Persona especializada en el area de mercadeo que se encargue de área de mercadeo	1	12	\$ 3.000.000	\$ 36.000.000	
<b>PRESUPUESTO APROXIMADO</b>					<b>Máximo</b>	<b>\$ 680.938.800</b>	

Fuente: Propia



## Anexo 34: Planilla Comparativa de ventas por sorteo a nivel local y foránea



# LOTERÍA DEL CAUCA

## PLANILLA COMPARATIVA DE VENTAS POR SORTEO LOCAL Y FORANEAS

	FECHA	SORTEO	LOCAL		FORANEA		VENTA	VALOR VENTA	VENTA MENSUAL	% VENTAS LOCAL	% VENTAS FORANEAS	PROMEDIO							
			VENTA EN FRACCIONES	VALOR	VENTA EN FRACCIONES	VALOR						LOCAL	FORANEA	TOTAL					
PLAN DE PREMIOS, PREMIO MAYOR \$ 3.000 MILLONES AL PREMIO MAYOR	DICIEMBRE	24	2128	48.356	\$ 96.712.000	223.139	\$ 446.278.000	271.495	\$ 542.990.000	\$ 1.118.996.000,00	17,811%	82,189%	\$ 82.024.562,50	\$ 500.480.812,50	\$ 582.505.375,00				
		31	2129	48.960	\$ 97.920.000	239.043	\$ 478.086.000	288.003	\$ 576.006.000		17,000%	83,000%							
	ENERO	7	2130	36.306	\$ 72.612.000	236.104	\$ 472.208.000	272.410	\$ 544.820.000	\$ 2.226.728.000,00	13,328%	86,672%							
		14	2131	39.871	\$ 79.742.000	245.208	\$ 490.416.000	285.079	\$ 570.158.000		13,986%	86,014%							
		21	2132	39.647	\$ 79.294.000	242.371	\$ 484.742.000	282.018	\$ 564.036.000		14,058%	85,942%							
		28	2133	39.589	\$ 79.178.000	234.268	\$ 468.536.000	273.857	\$ 547.714.000		14,456%	85,544%							
	FEBRERO	4	2134	42.230	\$ 84.460.000	261.478	\$ 522.956.000	303.708	\$ 607.416.000	\$ 2.350.294.000,00	13,905%	86,095%							
		11	2135	41.108	\$ 82.216.000	251.839	\$ 503.678.000	292.947	\$ 585.894.000		14,033%	85,967%							
		18	2136	40.463	\$ 80.926.000	253.188	\$ 506.376.000	293.651	\$ 587.302.000		13,779%	86,221%							
		25	2137	40.003	\$ 80.006.000	244.838	\$ 489.676.000	284.841	\$ 569.682.000		14,044%	85,956%							
	MARZO	4	2138	43.835	\$ 87.670.000	274.647	\$ 549.294.000	318.482	\$ 636.964.000	\$ 2.406.522.000,00	13,764%	86,236%							
		11	2139	41.398	\$ 82.796.000	257.182	\$ 514.364.000	298.580	\$ 597.160.000		13,865%	86,135%							
		18	2140	41.466	\$ 82.932.000	250.075	\$ 500.150.000	291.541	\$ 583.082.000		14,223%	85,777%							
		25	2141	40.555	\$ 81.110.000	254.103	\$ 508.206.000	294.658	\$ 589.316.000		13,763%	86,237%							
	ABRIL	1	2142	41.970	\$ 83.940.000	260.576	\$ 521.152.000	302.546	\$ 605.092.000	\$ 2.776.054.000,00	13,872%	86,128%							
		8	2143	41.520	\$ 83.040.000	259.545	\$ 519.090.000	301.065	\$ 602.130.000		13,791%	86,209%							
		15	2144	35.693	\$ 71.386.000	171.775	\$ 343.550.000	207.468	\$ 414.936.000		17,204%	82,796%							
		22	2145	38.797	\$ 77.594.000	246.670	\$ 493.340.000	285.467	\$ 570.934.000		13,591%	86,409%							
			29	2146	41.359	\$ 82.718.000	250.122	\$ 500.244.000	291.481	\$ 582.962.000		14,189%				85,811%			

	MAYO	6	2147	39.507	\$ 79.014.000	252.422	\$ 504.844.000	291.929	\$ 583.858.000	\$ 2.325.052.000,00	13,533%	86,467%						
		13	2148	40.679	\$ 81.358.000	265.498	\$ 530.996.000	306.177	\$ 612.354.000		13,286%	86,714%						
		20	2149	38.238	\$ 76.476.000	242.678	\$ 485.356.000	280.916	\$ 561.832.000		13,612%	86,388%						
		27	2150	40.899	\$ 81.798.000	242.605	\$ 485.210.000	283.504	\$ 567.008.000		14,426%	85,574%						
	JUNIO	3	2151	40.619	\$ 81.238.000	252.546	\$ 505.092.000	293.165	\$ 586.330.000	\$ 2.324.422.000,00	13,855%	86,145%						
		10	2152	40.980	\$ 81.960.000	250.041	\$ 500.082.000	291.021	\$ 582.042.000		14,081%	85,919%						
		17	2153	39.129	\$ 78.258.000	245.019	\$ 490.038.000	284.148	\$ 568.296.000		13,771%	86,229%						
		24	2154	39.961	\$ 79.922.000	253.916	\$ 507.832.000	293.877	\$ 587.754.000		13,598%	86,402%						
Billete de 5 fracciones, Valor Fracción	JULIO	1	2155	42.162	\$ 84.324.000	289.999	\$ 579.998.000	332.161	\$ 664.322.000	\$ 3.112.104.000,00	12,693%	87,307%						
		8	2156	43.377	\$ 86.754.000	274.085	\$ 548.170.000	317.462	\$ 634.924.000		13,664%	86,336%						
		15	2157	41.133	\$ 82.266.000	255.309	\$ 510.618.000	296.442	\$ 592.884.000		13,876%	86,124%						
		22	2158	40.179	\$ 80.358.000	259.578	\$ 519.156.000	299.757	\$ 599.514.000		13,404%	86,596%						
\$ 2.000		29	2159	42.404	\$ 84.808.000	267.826	\$ 535.652.000	310.230	\$ 620.460.000		13,669%	86,331%						
PLAN DE PREMIOS, PREMIO MAYOR \$ 3.333 MILLONES	AGOSTO	5	2160	34.868	\$ 104.604.000	199.397	\$ 598.191.000	234.265	\$ 702.795.000	\$ 2.693.793.000,00	14,884%	85,116%						
		12	2161	31.875	\$ 95.625.000	192.057	\$ 576.171.000	223.932	\$ 671.796.000		14,234%	85,766%						
		19	2162	32.195	\$ 96.585.000	198.938	\$ 596.814.000	231.133	\$ 693.399.000		13,929%	86,071%						
		26	2163	30.121	\$ 90.363.000	178.480	\$ 535.440.000	208.601	\$ 625.803.000		14,440%	85,560%						
	SEPTIEMBRE	2	2164	31.026	\$ 93.078.000	181.863	\$ 545.589.000	212.889	\$ 638.667.000	\$ 3.081.126.000,00	14,574%	85,426%						
		9	2165	29.654	\$ 88.962.000	174.814	\$ 524.442.000	204.468	\$ 613.404.000		14,503%	85,497%						
		16	2166	29.730	\$ 89.190.000	180.595	\$ 541.785.000	210.325	\$ 630.975.000		14,540%	85,865%						
		23	2167	29.226	\$ 87.678.000	166.913	\$ 500.739.000	196.139	\$ 588.417.000		14,901%	85,099%						
AL PREMIO MAYOR.	OCTUBRE	30	2168	29.834	\$ 89.502.000	173.387	\$ 520.161.000	203.221	\$ 609.663.000		14,681%	85,319%						
		7	2169	29.040	\$ 87.120.000	179.999	\$ 539.997.000	209.039	\$ 627.117.000	\$ 2.407.398.000,00	13,892%	86,108%						
		14	2170	28.165	\$ 84.495.000	176.559	\$ 529.677.000	204.724	\$ 614.172.000		13,758%	86,242%						
		21	2171	27.321	\$ 81.963.000	163.542	\$ 490.626.000	190.863	\$ 572.589.000		14,314%	85,686%						
	NOVIEMBRE	28	2172	27.573	\$ 82.719.000	170.267	\$ 510.801.000	197.840	\$ 593.520.000			13,937%	86,063%					
		4	2173	27.787	\$ 83.361.000	180.325	\$ 540.975.000	208.112	\$ 624.336.000	\$ 2.381.127.000,00	13,352%	86,648%						
		11	2174	28.162	\$ 84.486.000	174.226	\$ 522.678.000	202.388	\$ 607.164.000		13,915%	86,085%						
		18	2175	27.703	\$ 83.109.000	162.376	\$ 487.128.000	190.079	\$ 570.237.000		14,574%	85,426%						
Billete de 4 fracciones, Valor Fracción	DICIEMBRE	25	2176	27.061	\$ 81.183.000	166.069	\$ 498.207.000	193.130	\$ 579.390.000			14,012%	85,988%					
		2	2177	29.278	\$ 87.834.000	178.682	\$ 536.046.000	207.960	\$ 623.880.000	\$ 3.279.969.000,00	14,079%	85,921%						
		9	2178	27.692	\$ 83.076.000	153.593	\$ 460.779.000	181.285	\$ 543.855.000		15,275%	84,725%						
		16	2179	12.374	\$ 148.488.000	55.669	\$ 668.028.000	68.043	\$ 816.516.000		18,186%	81,814%						
\$ 3.000		23	2180	29.891	\$ 89.673.000	169.108	\$ 507.324.000	198.999	\$ 596.997.000			14,123%	79,903%					
		30	2181	33.018	\$ 99.054.000	199.889	\$ 599.667.000	232.907	\$ 698.721.000		14,176%	85,824%						
<b>TOTAL</b>				<b>1.848.671</b>	<b>\$ 4.442.302.000</b>	<b>11.322.259</b>	<b>\$ 26.922.287.000</b>	<b>13.170.930</b>	<b>\$ 31.364.589.000</b>	<b>\$ 31.364.589.000</b>	<b>14%</b>	<b>86%</b>						

\$ 91.461.272,73 \$ 537.784.772,73 \$ 629.246.045

Fuente: Análisis Propia



Anexo 35: Venta en fracciones SÚPER MILLONARIO DE NAVIDAD, Lotería del Cauca , año 2017.

SUPER MILLONARIO DE NAVIDAD						
DEPARTAMENTOS	VENTA EN FRACCIONES SORTEO 2178	% PARTICIPACION VENTAS	VENTAS EN FRACCIONES SORTEO 2179	CRECIMIENTO	% PARTICIPACION VENTAS	VARIACIÓN
VALLE	103.252	56,96%	134.456	30%	49,40%	-7,55%
CAUCA	27.692	15,28%	49.496	79%	18,19%	2,91%
ANTIOQUIA	11.267	6,22%	26.392	134%	9,70%	3,48%
BOGOTA	7.177	3,96%	14.624	104%	5,37%	1,41%
ATLANTICO	5.308	2,93%	9.276	75%	3,41%	0,48%
NARIÑO	3.879	2,14%	5.508	42%	2,02%	-0,12%
BOLIVAR	2.627	1,45%	4.968	89%	1,83%	0,38%
RISARALDA	2.711	1,50%	4.072	50%	1,50%	0,00%
HUILA	2.971	1,64%	3.496	18%	1,28%	-0,35%
CORDOBA	2.092	1,15%	3.148	50%	1,16%	0,00%
QUINDIO	2.126	1,17%	2.768	30%	1,02%	-0,16%
CALDAS	1.851	1,02%	2.056	11%	0,76%	-0,27%
PUTUMAYO	1.080	0,60%	1.964	82%	0,72%	0,13%
TOLIMA	1.193	0,66%	1.552	30%	0,57%	-0,09%
CHOCO	943	0,52%	1.492	58%	0,55%	0,03%
META	565	0,31%	1.140	102%	0,42%	0,11%
CAQUETA	756	0,42%	872	15%	0,32%	-0,10%
SUCRE	906	0,50%	788	-13%	0,29%	-0,21%
CUNDINAMARCA	496	0,27%	692	40%	0,25%	-0,02%
CASANARE	480	0,26%	676	41%	0,25%	-0,02%
SANTANDER	509	0,28%	656	29%	0,24%	-0,04%
ARAUCA	368	0,20%	544	48%	0,20%	0,00%
BOYACA	222	0,12%	432	95%	0,16%	0,04%
MAGDALENA	246	0,14%	340	38%	0,12%	-0,01%
SAN ANDRES	158	0,09%	216	37%	0,08%	-0,01%
NORTE DE SANTANDER	205	0,11%	200	-2%	0,07%	-0,04%
GUAVIARE	93	0,05%	128	38%	0,05%	0,00%
AMAZONAS	48	0,03%	112	133%	0,04%	0,01%
CESAR	64	0,04%	100	56%	0,04%	0,00%
VAUPES	0	0,00%	8	-	0,00%	
GUAJIRA	0	0,00%	0	-	0,00%	
VICHADA	0	0,00%	0	-	0,00%	
<b>TOTAL</b>	<b>181.285</b>		<b>272.172</b>	<b>50%</b>		

Fuente: Análisi Propio

Anexo 36: Tabla comparativa de crecimiento entrea. Plan de premios de \$3.000 millones y el actual plan de premios.

	PLAN DE PREMIOS \$3.000 MILLONES	\$ 2.000	PLAN DE PREMIOS \$ 3.333 MILLONES	\$ 3.000	EN DINERO	EN FRACCIONES	PREMIO MAYOR \$3.000 MILLONES	PREMIO MAYOR \$3.000 MILLONES
	Cant Fracciones	En dinero	Cant Fracciones	En dinero				
VALLE	3.592.255	\$ 7.184.510.000	2.441.179	\$ 7.323.537.000	2%	-32%	54,39%	54,48%
CAUCA	881.656	\$ 1.763.312.000	664.054	\$ 1.992.162.000	13%	-25%	13,35%	14,82%
ANTIOQUIA	519.696	\$ 1.039.392.000	349.480	\$ 1.048.440.000	1%	-33%	7,87%	7,80%
BOGOTA	362.002	\$ 724.004.000	217.210	\$ 651.630.000	-10%	-40%	5,48%	4,85%
ATLANTICO	251.140	\$ 502.280.000	162.859	\$ 488.577.000	-3%	-35%	3,80%	3,63%
NARIÑO	154.972	\$ 309.944.000	96.539	\$ 289.617.000	-7%	-38%	2,35%	2,15%
BOLIVAR	114.922	\$ 229.844.000	75.751	\$ 227.253.000	-1%	-34%	1,74%	1,69%
HUILA	104.461	\$ 208.922.000	73.315	\$ 219.945.000	5%	-30%	1,58%	1,64%
CORDOBA	30.630	\$ 61.260.000	51.470	\$ 154.410.000	152%	68%	0,46%	1,15%
RISARALDA	77.213	\$ 154.426.000	51.365	\$ 154.095.000	0%	-33%	1,17%	1,15%
CALDAS	53.644	\$ 107.288.000	47.022	\$ 141.066.000	31%	-12%	0,81%	1,05%
QUINDIO	70.078	\$ 140.156.000	47.005	\$ 141.015.000	1%	-33%	1,06%	1,05%
CHOCO	48.176	\$ 96.352.000	33.451	\$ 100.353.000	4%	-31%	0,73%	0,75%
TOLIMA	43.059	\$ 86.118.000	28.857	\$ 86.571.000	1%	-33%	0,65%	0,64%
PUTUMAYO	34.845	\$ 69.690.000	26.662	\$ 79.986.000	15%	-23%	0,53%	0,60%
CAQUETA	30.636	\$ 61.272.000	14.523	\$ 43.569.000	-29%	-53%	0,46%	0,32%
SUCRE	23.652	\$ 47.304.000	14.379	\$ 43.137.000	-9%	-39%	0,36%	0,32%
CUNDINAMARCA	18.971	\$ 37.942.000	14.298	\$ 42.894.000	13%	-25%	0,29%	0,32%
META	15.370	\$ 30.740.000	13.145	\$ 39.435.000	28%	-14%	0,23%	0,29%
CASANARE	15.840	\$ 31.680.000	10.756	\$ 32.268.000	2%	-32%	0,24%	0,24%
SANTANDER	12.460	\$ 24.920.000	10.042	\$ 30.126.000	21%	-19%	0,19%	0,22%
ARAUCA	15.181	\$ 30.362.000	8.968	\$ 26.904.000	-11%	-41%	0,23%	0,20%
BOYACA	9.145	\$ 18.290.000	7.207	\$ 21.621.000	18%	-21%	0,14%	0,16%
MAGDALENA	4.942	\$ 9.884.000	5.539	\$ 16.617.000	68%	12%	0,07%	0,12%
NORTE DE SANTANDER	7.153	\$ 14.306.000	5.021	\$ 15.063.000	5%	-30%	0,11%	0,11%
SAN ANDRES	5.252	\$ 10.504.000	3.772	\$ 11.316.000	8%	-28%	0,08%	0,08%
GUAVIARE	7.004	\$ 14.008.000	2.886	\$ 8.658.000	-38%	-59%	0,11%	0,06%
AMAZONAS	2.404	\$ 4.808.000	2.310	\$ 6.930.000	44%	-4%	0,04%	0,05%
CESAR	2.064	\$ 4.128.000	1.690	\$ 5.070.000	23%	-18%	0,03%	0,04%
VAUPES	45	\$ 90.000	54	\$ 162.000	80%	20%	0,00%	0,00%
VICHADA	96.000	\$ 192.000.000	39	\$ 117.000	-100%	-100%	1,45%	0,00%
GUAJIRA	11	\$ 22.000	4	\$ 12.000	-45%	-64%	0,00%	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>6.604.879</b>	<b>\$ 13.209.758.000</b>	<b>4.480.852</b>	<b>\$ 13.442.556.000</b>	<b>2%</b>	<b>-32%</b>		

Fuente: Análisis propio



