

Manizales, 26 de enero de 2010

Lotería de Manizales una Empresa sólida, rentable y en crecimiento.

La Empresa Municipal para la Salud – Emsa, Empresa Industrial y Comercial del Estado cien por ciento pública; ha encaminado sus esfuerzos en el cumplimiento de su razón de ser que es la generación de recursos para la salud a través de las siguientes políticas:

1. Política Económica: La cual pretende buscar permanentemente la rentabilidad del negocio.
2. Política Comercial: La cual está encaminada en generar un valor agregado a los productos que comercializa la entidad.
3. Política de Planeación: Fortaleciendo la Política de Gestión por Procesos.

A continuación se presentan los resultados obtenidos desde 2008 al 2010, los cuales reflejan el buen desempeño de sus indicadores, el crecimiento en ventas, mayores recursos transferidos a la Salud y mayores premios pagados al público apostador.

1. Cifras más representativas:

CONCEPTO	2005-2007	2008-2010	% CRECIMIENTO	2010
Ventas de Lotería	\$ 34.143.465	\$ 42.877.575	26%	\$ 14.539.885
Transferencia al Sector Salud	\$ 8.619.636	\$ 9.868.528	14%	\$ 3.681.725
Excedentes Financieros girados	\$ 102.759	\$ 1.666.819	1522%	\$ 592.331
Pago de Premios	\$ 11.458.918	\$ 13.512.525	18%	\$ 6.534.518

La Empresa Municipal para la Salud EMSA- Lotería de Manizales ha venido ocupando los primeros lugares a nivel nacional en cumplimiento de sus indicadores de Gestión.

2. Aspecto Comercial

COBERTURA NACIONAL:

Durante estos tres (3) años se ha ampliado la cobertura a nivel nacional; entrando a nuevos mercados, como lo son Costa Atlántico, Nariño y San Andrés, hoy ya hacemos presencia en 26 departamentos del País.

a). Hacemos presencia en los siguientes departamentos:

Amazonas	Guajira
Antioquia	Huila
Arauca	Magdalena
Atlántico	Meta
Cundinamarca	Nariño
Bolívar	Santander
Boyacá	Norte de Santander
Caldas	Quindío
Caquetá	Risaralda
Cauca	San Andrés
Cesar	Sucre
Choco	Tolima
Córdoba	Valle

En estos 26 departamentos se cuenta con 114 puntos de distribuidores mayoristas

b.) La Lotería de Manizales también se vende de manera electrónica a través de 3 redes tecnológicas contando con 13.400 puntos de venta de Lotería, con esta estrategia se llega a más sitios de Colombia

Se llega a nuevos sitios como son las grandes superficies y se amplía el número de venta de Lotería.

c.) Resumen Estrategias Específicas Ejecutadas 2008-2010.

Año 2008

- Nos enfocamos en el fortalecimiento de las zonas con potencial de crecimiento logrando unas ventas significativas en los Departamentos de Santander y Norte de Santander.
- Se lanzaron promocionales dirigidos al apostador como "NUMERO ÑAPA" y "VUELVE Y JUEGA".
- Para incentivar a nuestra principal fuerza de venta los loteros y loteras del País, se rifaron cuatro motos en los departamentos de Santander, Norte de Santander, Risaralda y Caldas, se enviaron 34

minicomponentes a las agencias distribuidoras que tuvieron su contratación en regla, para rifar entre sus Loteros.

Año 2009

- Se lanzó el promocional “NUMERO ÑAPA” dirigido a apostadores
- Desarrollo técnico para el promocional “Amuletos de la Suerte”, lanzado durante los meses de Julio y Agosto.
- Se incentivó a los distribuidores con la I Convención Nacional que se realizó en Manizales durante los días 28,29 y 30 de Agosto, con excelentes comentarios por parte de los participantes.
- Para los meses de Octubre, Noviembre y Diciembre, se desarrollo el promocional “GANA GANA “para los Loteros y Cajeros a nivel nacional.
- Se aumentò en un 20% nuestra red de distribución haciendo presencia en la Costa Atlántica.
- A través de los billetes de la Loteria de Manizales, se consolida una identidad nacional mediante la campaña “Que suerte vivir en Colombia”

AÑO 2010.

- Se lanzó el promocional “Date el Chance” dirigido a apostadores.
- Se lanzaron otros promocionales como -Numero Napa y “Raspa y Gane”, dirigidos al publico apostador.
- Se incentivó a los distribuidores con la II Convención Nacional que se realizó en Manizales durante los 14,15 y 16 de Septiembre de 2010 con excelentes comentarios por parte de los distribuidores.
- Se retomó el mercado del departamento de Nariño restableciendo la presencia de la venta de la loteria allí.
- Se fortaleció la presencia de la Loteria en la Costa Atlántica.
- Se establecieron promocionales para incentivar a los loteros y loteras del país.
- Se hizo un reconocimiento a cada lotero de la ciudad de Manizales.

Durante estos tres años se han realizado campañas publicitarias para recordación de marca y lanzamiento de promocionales.

3. INFORME INSTITUCIONAL:

- a) Renovación de certificados de calidad por parte de ICONTEC, en las nuevas versiones de las normas ISO9001:2008 Y NTCGP: 1000:2009.

Los días 27 y 28 de octubre de 2010, el ICONTEC realizó visita en sitio de renovación de certificados de dichas normas, dando como resultado cero no conformidades mayores y el reconocimiento por el buen mantenimiento de la Gestión de la Calidad en la entidad.

- b) Modelo Estándar de Control Interno – MECI

- Fuimos calificados en el 2010 por la Contraloría General del Municipio de Manizales, en un nivel de “Alto”, en la implementación del Modelo MECI.
- Con el compromiso de todo el equipo de trabajo y la oficina de Control Interno se continúa con la sostenibilidad del sistema MECI al interior de la organización.

- c.) Mantenemos la Presidencia de la Federación de Loterías de Colombia-Fedelco.

Vocería a nivel nacional en todos los estamentos del estado, de las 11 loterías afiliadas a Fedelco.

Seguimiento a las reformas del Sector Salud, participando de manera activa en todas las mesas de trabajo en la ciudad de Bogotá.

Seguimiento al proceso de reforma del Decreto 2975 del 14 de septiembre de 2004, por el cual se reglamenta la Ley 643 de 2001, en lo relativo a la modalidad del juego de Lotería Tradicional o de billete.

- d.) Defensa permanente de la condición jurídica que ostenta la Lotería de Manizales, frente a las intenciones del Departamento de Caldas, de crear una Lotería Departamental.