

Lotería de Concepción



Lotería de Concepción, es una repartición de la Universidad de Concepción, creada el 8 de octubre de 1921. Es la primera institución de juegos de azar del país, creada por la comunidad, como una forma de apoyar el desarrollo de este proyecto educativo.

Hoy, cuenta con más de un siglo ofreciendo servicios de entretenimiento, a través de juegos de azar a sus clientes y aportando al desarrollo de la educación, el arte y la cultura a través de la Universidad de Concepción y de otras instituciones de beneficencia establecidas en su marco regulatorio.



- Durante 60 años, Lotería desarrolló los sorteos con el tradicional boleto.
- En la década de los 90, se autorizaron nuevos juegos de número y posteriormente, los de premiación instantánea, tanto físicos como digitales.
- En el año 2002, creó el primer sitio web de venta de Lotería en América Latina.
- El año 2011, Lotería obtiene la patente de invención en EEUU, por el diseño de un nuevo modelo de ventas de juegos de azar.
- El año 2019, Lotería incorpora dentro de su misión, el “Juego Responsable” y comienza su proceso de certificación, con la Asociación de Loterías Mundiales (o WLA por sus siglas en inglés), obteniendo en 2021 la certificación de Nivel 2 y en el año 2022, la certificación de Nivel 3, siendo la única institución con esta certificación en el país.
- En el año 2021, Lotería fue reconocida nacionalmente, con la publicidad del juego de azar “La Hora de Jugar”, como la estrategia publicitaria más eficiente, siendo premiada con el Gran Effie.
- Toda la innovación, investigación y desarrollo de Lotería, es nacional y tiene el patrocinio de la Universidad de Concepción.
- A mediados del año 2022, Lotería se certificó con el Juego Responsable como filosofía esencial del negocio.

Pilares, visión, misión y valores institucionales

Visión

Ser reconocida como una empresa de base tecnológica, eficiente e innovadora, en el desarrollo, administración y operación de juegos de azar y entretenimiento, entregando a sus clientes, una excelente experiencia, calidad de servicio y seriedad.

Misión

Entregar a sus clientes la posibilidad de cumplir sus sueños, a través de juegos de azar cercanos, entretenidos, lúdicos e innovadores, para a su vez, generar recursos económicos a la Universidad de Concepción.

Valores Institucionales

Transparencia, respeto, compromiso, ética, excelencia, confianza y colaboración.

Pilares

- Una empresa de base tecnológica eficiente e innovadora en el desarrollo, administración y operación de juegos de azar y entretenimiento.
- Responder a la confianza de los chilenos, entregando a sus clientes una excelente experiencia, calidad de servicio y seriedad en los procesos.
- Una organización señera, en ciberseguridad y protección digital de sus clientes.
- Declarando como filosofía central, el Juego Responsable.

Aporte y Beneficencia

Dentro de su rol esencial de Beneficencia, se asignaron a Lotería de Concepción, vía ley, distintos beneficiarios que van desde la salud, educación, hasta los derechos de los niños y cuidado del adulto mayor, recibiendo anualmente, aportes asociados a los juegos de Boleto y Raspes, preimpresos y electrónicos. Así, del valor total de los boletos vendidos en cada sorteo de Boleto y emisiones de cupones Raspes -excluido el impuesto establecido en el artículo 2° de la ley N°18.110- se destina un 5% a ocho instituciones de beneficencia. El aporte total a estos beneficiarios, en el periodo 2022, fue de \$818 millones de pesos y su distribución se detalla a continuación.

Instituciones Beneficiarias

Consejo de Defensa del Niño	38,0%
Universidad de Chile	21,5%
Universidad Católica de Chile	21,5%
Cruz Roja de Chile	4,0%
Servicio de Salud Concepción-Arauco, Hospital “Guillermo Grant Benavente”	5,0%
CONAPRAN	4,5%
COANIL	4,5%
Fundación Adolfo Matthei	1,0%

El remanente de los ingresos, el cual corresponde al aporte a la Universidad de Concepción, se destina al financiamiento de la docencia, investigación, becas y extensión, teniendo como esencia, el crecimiento y desarrollo de la educación superior que entrega la Universidad de Concepción. Este aporte representa, aproximadamente entre un 7% a 8% del total anual de aportes a la Corporación.

Además, Lotería entrega anualmente el premio “Desiderio González Medina” -que rinde homenaje a uno de los pioneros de Lotería de Concepción- premiando a destacados docentes, que han mostrado un aporte significativo al área de las ciencias y la formación y también, a organizaciones de corte social, por su aporte a la comunidad. El año 2022, en el área de la ciencia y la investigación, recibió el reconocimiento de Lotería y de la Universidad de Concepción, el doctor Igor Wilkomirsky, por su aporte a las ciencias de la ingeniería, a la investigación y a la docencia. En lo que respecta a instituciones que han hecho de su actividad una contribución concreta al desarrollo socio comunitario, fue premiada la “Fundación Lavandería 21”, que brinda trabajo a jóvenes con síndrome de Down.



Adicionalmente, los juegos de Lotería de Concepción están afectos a un impuesto, exclusivo por ley, en su calidad de administradora de juegos de azar -con una tasa del 15%-, el cual se encuentra incluido en el precio de venta al público. Este impuesto, significó en el año 2022, un aporte al Fisco de \$12.174 millones de pesos.

Gestión responsable

Para una gestión responsable, Lotería de Concepción ha implementado varios procedimientos, que buscan garantizar su funcionamiento, resguardar a sus clientes y mitigar sus riesgos financieros.

En relación a sus clientes, Lotería ha adoptado la filosofía del Juego Responsable como eje central de su accionar. En este contexto, Lotería defiende estrictamente el juego legal, el cumplimiento de los derechos de los jugadores, la protección de los jugadores vulnerables y el apoyo a las instituciones de beneficencia y educación a las cuales destina los recursos obtenidos de esta actividad. Por ello y confirmando el compromiso con sus clientes y en especial con un grupo acotado de nuestra sociedad, que puede presentar problemas con el juego, a mediados de 2022 se alcanzó la certificación Nivel 3 en el programa de certificación de Juego Responsable que otorga la Asociación Mundial de Loterías (World Lottery Association).

Por otro lado, Lotería de Concepción, ha implementado a sus procesos, un modelo de riesgo que permite, no solo identificar situaciones de riesgo en todos los ámbitos de su quehacer, sino que además identifica los procesos críticos y los atiende con cursos de acción remediales, todo esto, a través de mapas de calor y digitalización de procesos, que permiten una mejora continua y sustentable del negocio.



Se ha implementado el Modelo de Prevención del Delito de la Corporación Universidad de Concepción, a través de este modelo se ha dispuesto de un canal de denuncias.

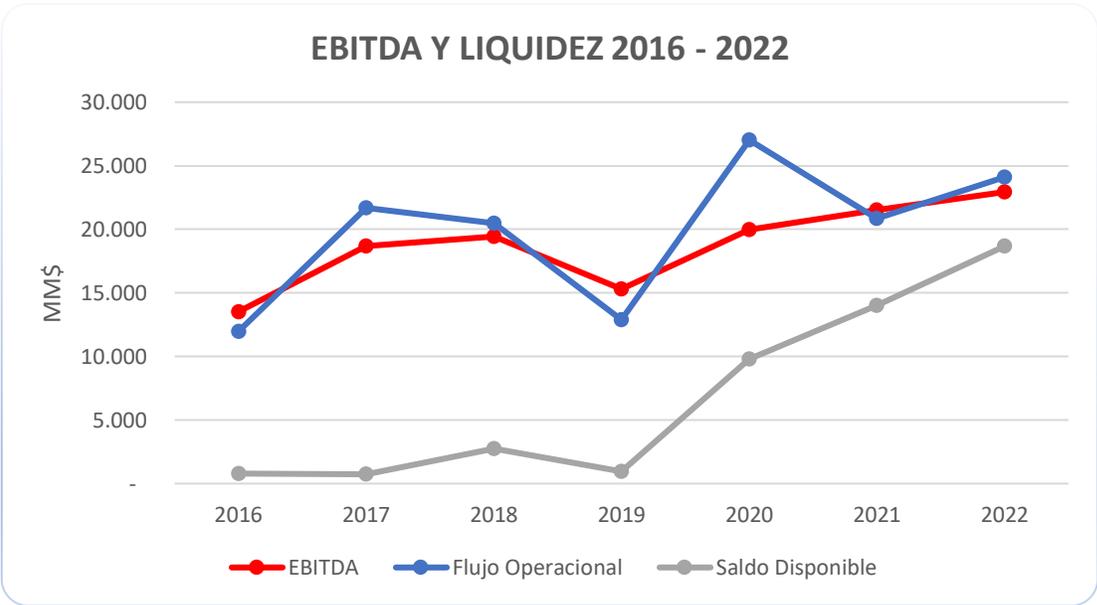
Del mismo modo, Lotería ha incorporado un Modelo de Gestión de Proveedores, el cual considera la inclusión de cláusulas de prevención del delito, en todos los contratos y Due Dilligence de sus principales proveedores.

Resultado financiero del año 2022



El año 2022, fue un año complejo para el País, con la tasa de inflación más alta de los últimos 30 años (12,8%), golpeando fuertemente a gran parte de los clientes de Lotería. Debido a esto, el Plan Estratégico de Lotería, centró sus esfuerzos comerciales, en mejorar la oferta de premios de sus productos, adaptándose a las nuevas necesidades de los clientes. Esto permitió, generar un EBITDA histórico de MM\$22.953, superando el buen resultado del año 2021 y presupuesto del año 2022.

En el gráfico que se presenta a continuación, es posible observar el incremento del EBITDA y el mejoramiento en las condiciones de caja de Lotería, en los tres últimos años. En el año 2020, se registró un aumento de la liquidez, debido a la existencia de una acumulación histórica en “Kino”, premio que se entregó en febrero de 2021. Lotería, ha logrado gestionar adecuadamente su caja, especialmente en los últimos tres años, permitiendo cubrir todos los compromisos corporativos de corto plazo.

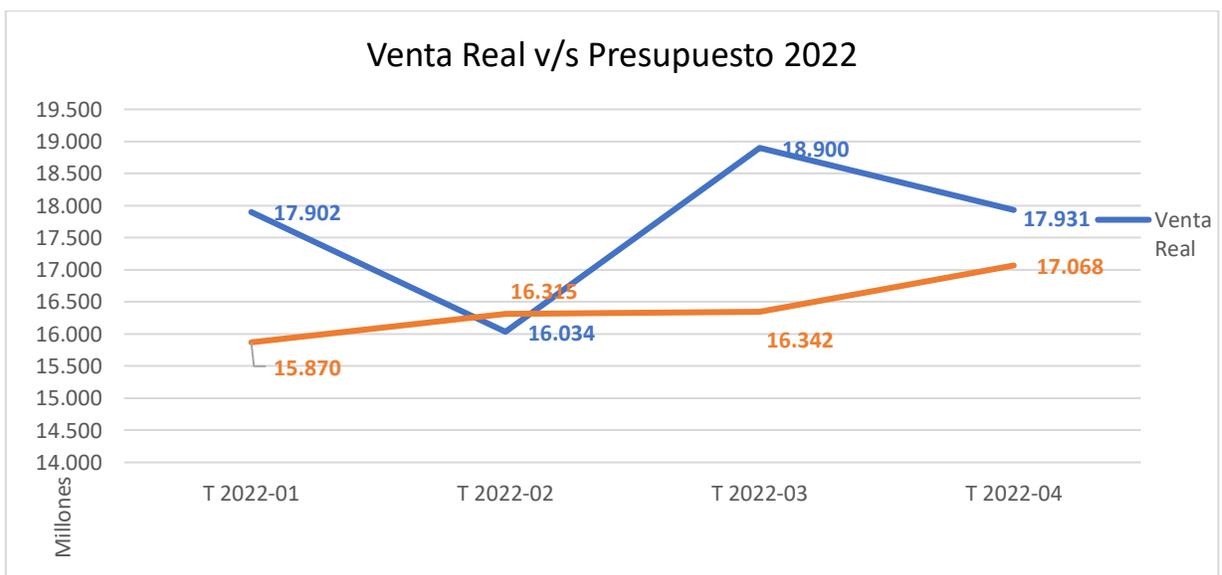


Saldo Disponible a Diciembre de cada año, incluye los saldos en caja y depósitos a plazos.

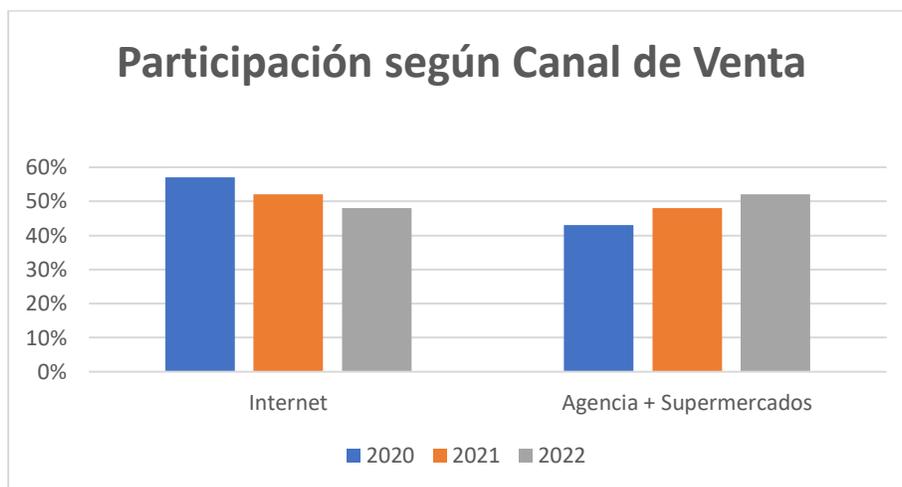
Estrategia de productos



Desde el punto de vista de los productos, en particular respecto de Kino, se trabajó una estrategia de mejora de oferta de premios, acompañada de un cambio gradual de precio, es decir, durante el año 2022, se aumentó la cantidad de Sorteos Especiales, con más premios por un mayor valor por boleto. El cambio de precio permanente del producto, se implementó en el último trimestre, permitiendo terminar el año, con resultados de venta superiores al presupuesto 2022, con un incremento de un 6,9%, pero prácticamente sin variación respecto del año 2021.

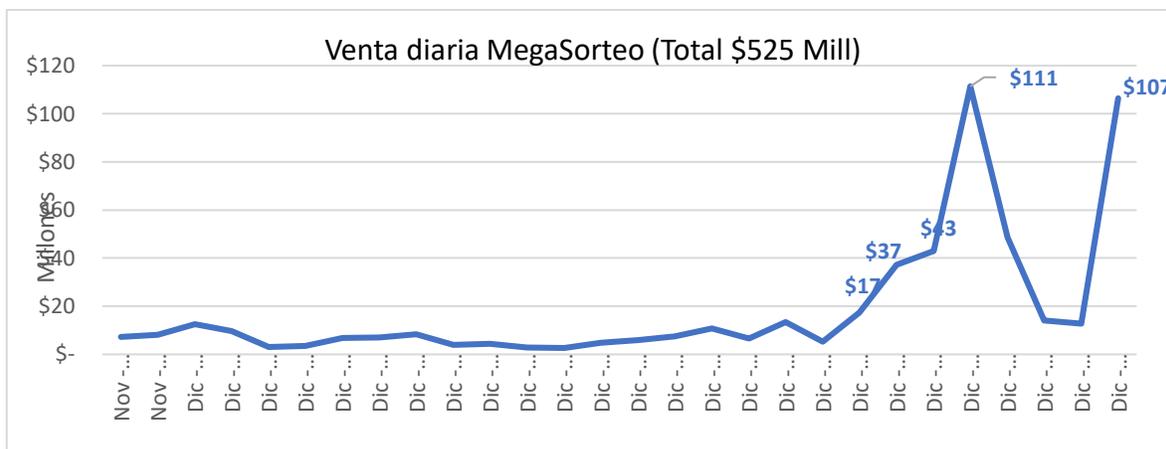


Los canales de venta post pandemia, cambiaron su participación en la venta total, respecto al periodo anterior, igualándose técnicamente, las ventas presenciales o de agencia, con las ventas por internet. Este efecto, producto del regreso a la presencialidad, implicó revisar las estrategias y adecuarse a un sistema de promoción y publicidad, que permitiera que los efectos de sorteos exitosos a través de un canal, afectaran positivamente a los demás. Así, se logra rentabilizar principalmente un mix que desde los juegos televisivos afectó positivamente la “venta digital” como la “presencial” de manera integrada.



En cuanto a la estrategia de los juegos instantáneos televisivos, se continuó potenciando la alianza con el socio comercial Megamedia, principalmente a través del desarrollo de nuevos juegos para “La Hora de Jugar”-programa con más de 750 capítulos al aire-. Para que las agencias fueran parte de este exitoso programa, se desarrollan los Raspes físicos de “La Hora de Jugar”, entregando a los clientes, la posibilidad de tener una “segunda oportunidad”, registrando su Raspe para participar por premios adicionales en el programa de TV. Asimismo, se desarrollaron nuevos juegos, en colaboración con los programas “El Retador” y la teleserie “Amar Profundo”, los que generaron un aumento de ventas y a su vez, renovaron la oferta de los productos. Además, se desarrolló un nuevo modelo de negocios, a través de programas en la red social Instagram, con destacados rostros nacionales, creando para cada uno de ellos, juegos customizados, según sus diversas audiencias, logrando así llegar a un público más joven y dinámico.

A fines de noviembre de 2022, se lanzó el nuevo juego “Mega Sorteo”, producto que nace en conjunto con Megamedia. La particularidad de este juego, es que no está a la venta de manera permanente, sino solo durante un período específico o para algún hito importante, en este caso, el primer “Mega Sorteo” se realizó en Navidad. Este exitoso juego, logró vender más de \$500 millones de pesos en un mes, superando ampliamente las expectativas.



En el eje de la Red de Ventas, el año 2022, estuvo marcado por nuevos desafíos para enfrentar este entorno complejo. En este período, el canal de venta presencial; Agencias y Cajas de Supermercados, alcanzó una presencia en 2.362 puntos de venta y representó el 65% de la venta del producto Kino. La cobertura en agencias, para este periodo alcanzó a 939 agentes, quienes comercializaron los productos a través de 1.192 agencias.

El canal de agencias, participó de un 44% de las ventas de Lotería y un 55% de las ventas Kino. Respecto al otro canal de venta presencial; Cajas de Supermercados, el cual comercializa exclusivamente Kino, logró una participación del 10% en la venta de este producto, en 1.170 salas de supermercado.

Hitos 2022

Mejoras Tecnológicas

En el transcurso del año 2022, se inicia también el cambio de formato de Kino, desde el preimpreso al prefranqueo, un importante cambio en la red de agencias y con impacto en la exhibición del producto Kino. Todo esto, dado que el formato prefranqueado, no tiene caducidad, por tanto, permite su exhibición siempre sin costo para el agente. Esta iniciativa se denominó “La Suerte te está Mirando”.

Durante este año, se incorporaron 139 nuevas agencias; 102 con nuevos dispositivos POS/PAX y venta de KINO en formato pre franqueado y 27 con terminales de juego tradicional.

Importante para Lotería de Concepción y sus agentes, es poder otorgar, la mejor experiencia de compra al minuto de elegir los productos en agencias. Para ello, pieza fundamental es el terminal de juegos, que debe estar en óptimas condiciones, respecto al hardware, software y conectividad (Entel), para así poder lograr, una eficiente comunicación con el Centro de Procesamiento de Datos de Lotería de Concepción. Considerando este importante punto, es que por primera vez, Lotería de Concepción diversifica su matriz de enlaces de comunicación, incorporando un segundo proveedor (Movistar), el cual introdujo la tecnología SD-WAN (red de área extensa definida por software) en más de 200 puntos de venta, logrando óptimos resultados.

Juego Responsable

Durante el año 2022, se alcanzó la certificación Nivel 3 en el programa de certificación de Juego Responsable que otorga la Asociación Mundial de Loterías (World Lottery Association), única otorgada en país. Lotería ya está trabajando para alcanzar el Nivel 4, máximo nivel de la certificación. Este desafío conlleva que los colaboradores y agentes adscriban a los principios de “Juego Responsable”.

Lotería recibe reconocimiento internacional

- Lotería quedó entre los 4 finalistas en el concurso “Effie Best of the Best”, el cual premia las campañas más efectivas de los Effie Awards a nivel Mundial. Concurso en el cual pudo participar por el premio “Gran Effie” obtenido en el año 2021.
- En octubre se llevó a cabo en Vancouver el World Lottery Summit 2022, donde se realizó la exposición del caso de “La Hora de Jugar” siendo seleccionado como finalista dentro, en cuanto a creatividad en juegos de Lotería, entre los mejores casos presentados de todas partes del mundo.

Los reconocimientos antes mencionados, posicionan a Lotería de Concepción y su Agencia Lotería In-House dentro de las marcas y agencias más eficientes del mundo.

Consolidación de Proyectos Internacionales

Lotería, gracias a su experiencia más que centenaria trabajando en juegos de azar y con el respaldo que da la confianza en los procesos, que sus clientes han demostrado, es que se le ha solicitado el

asesoramiento a nuevos proyectos a nivel internacional, abriendo potenciales nuevos negocios. Así, por ejemplo, en México, se está asesorando al juego “La Bolita” y su sitio web -que actualmente está en etapa de marcha blanca- y se está trabajando en el desarrollo del producto “Lotería Mexicana”, para su pronto lanzamiento al mercado.

En Argentina, durante el tercer trimestre de 2022, se acompañó a manera de consultoría, el traslado de TeleKino, desde la provincia de Tucumán hacia la Provincia de Buenos Aires. Esto permitirá, realizar un desarrollo más completo del producto, logrando evaluar entre otras cosas, la implementación del juego en formato online y el desarrollo de juegos complementarios.