DIAN

Formulario del Registro Único Tributario

001

2. Concepto 0 2 Actualización

4. Número de formulario 141169556031

(415)7707212489984(8020) 000014116955603 1

5. Número de Identificación Tributaria (NIT)	6. DV	12. Dirección seccional	14. Buzón electrónico
1 1 2 1 8 6 6 8 4 2	1	Impuestos y Aduanas de Villavicencio 2 2	

IDENTIFICACIÓN

24. Tipo de contribuyente	25. Tipo de documento	26. Número de Identificación	
Persona natural o sucesión ilíquida 2	Cédula de Ciudadanía 1 3	1 1 2 1 8 6 6 8 4 2	

Lugar de expedición / 28. País	29. Departamento	30. Ciudad/Municipio
COLOMBIA 1 6 9	Meta 5 0	Villavicencio 0 0 1

31. Primer apellido	32. Segundo apellido	33. Primer nombre	34. Otros nombres
PINZON	NIEVES	CARLOS	HERNANDO

35. Razón social

36. Nombre comercial	37. Sigla
ARTEVE PRODUCCIONES	

UBICACIÓN

38. País	39. Departamento	40. Ciudad/Municipio
COLOMBIA 1 6 9	Meta 5 0	Villavicencio 0 0 1

41. Dirección principal: CL 32 14 06 BRR LOS ROSALES

42. Correo electrónico: arteveproduccionestv@gmail.com

43. Código postal	44. Teléfono 1	45. Teléfono 2
	3 1 2 4 8 7 7 7 6 2	6 0 8 6 6 6 0 0 8 3

CLASIFICACIÓN

Actividad económica

Actividad principal		Actividad secundaria		Otras actividades		Ocupación	
46. Código	47. Fecha inicio actividad	48. Código	49. Fecha inicio actividad	50. Código 1	2	51. Código	52. Número establecimientos
1 8 1 2	2 0 2 2 0 5 1 0	7 3 1 0	2 0 1 1 0 1 0 6	5 9 1 1	6 3 1 2	1 4 1 9	1

Responsabilidades, Calidades y Atributos

53. Código: 5 2 2 4 2 4 9 5 2

05- Impto. renta y compl. régimen ordinar
22- Obligado a cumplir deberes formales a
42- Obligado a llevar contabilidad
49 - No responsable de IVA
52 - Facturador electrónico

Usuarios aduaneros

54. Código (1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 / 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20)

Exportadores

55. Forma	56. Tipo	Servicio	1	2	3
		57. Modo			
		58. CPC			

IMPORTANTE: Sin perjuicio de las actualizaciones a que haya lugar, la inscripción en el Registro Único Tributario -RUT-, tendrá vigencia indefinida y en consecuencia no se exigirá su renovación

Para uso exclusivo de la DIAN

59. Anexos SI [ ] NO [X] 60. No. de Folios: 0

La información suministrada a través del formulario oficial de inscripción, actualización, suspensión y cancelación del Registro Único Tributario (RUT), deberá ser exacta y veraz; en caso de constatar inexactitud en alguno de los datos suministrados se adelantarán los procedimientos administrativos sancionatorios o de suspensión, según el caso, Parágrafo del artículo 1.6.1.2.6 del Decreto 1625 del 2016. De igual manera al formalizar el trámite el usuario fue informado y acepta la política de tratamiento de datos ley 1581 de 2012.

Firma del solicitante:

Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice.

Firma autorizada:

984. Nombre PINZON NIEVES CARLOS HERNANDO

985. Cargo CONTRIBUYENTE

COPIA CERTIFICADO DOCUMENTO SIN COSTO

Fecha generación documento PDF: 06-01-2026 01:10:11PM

Banco de Bogotá

Nit.860.002.964.4
Calle 36 N° 7 - 47 Bogotá

REFERENCIA BANCARIA

El BANCO DE BOGOTÁ a solicitud del interesado informa que CARLOS HERNANDO PINZON NIEVES, identificado(a) con Cedula de ciudadanía número 1.121.866.842 está vinculado(a) con el BANCO DE BOGOTÁ a través de los siguientes productos financieros:

Cuenta de Ahorros Cuentas Privadas No. 364596247, abierta/o desde el 17/11/2013.

Se expide en Bogotá el día 4 del mes de Mayo del año 2026



Firma Autorizada

ESTA INFORMACION ES CONFIDENCIAL Y SE SUMINISTRA SIN RESPONSABILIDAD ALGUNA POR PARTE DEL BANCO

en línea

DATOS GENERALES DEL APORTANTE

Identificación	dv	Razon Social	Clase Aportante	Sucursal Principal	Direccion	Ciudad-Departamento	Teléfono	Exonerado SENA e ICBF
CC 1121866842		PINZON NIEVES CARLOS HERNANDO	INDEPENDIENTE	PRINCIPAL	cl 32 14 06	VILLAVICENCIO-META	6621246	No

DATOS GENERALES DE LA LIQUIDACION

Periodo		Clave		Tipo	Fecha		Pago		
Pensión	Salud	Pago	Planilla	Planilla	Limite	Pago	Banco	Dias Mora	Valor
2026-05	2026-05	346958524	9503600588	I	2026/06/12	2026/05/29	BANCOLOMBIA		$514,700

LIQUIDACION DETALLADA DE APORTES

EMPLEADO				NOVEDADES																PENSION				SALUD				CCF				RIESGOS				PARAFISCALES				
No.	Identificación		Nombre	ing	ret	tde	tae	tdp	tap	vsp	cor	vst	sln	ige	lma	vac	avp	vct	irl	vip	Codigo	Dias	IBC	Aporte	Codigo	Dias	IBC	Aporte	Codigo	Dias	IBC	Aporte	Codigo	Dias	IBC	Aporte	Dias	IBC	Aporte	Exonerado SENA e ICBF	Total Aportes
1	CC	1121866842	PINZON NIEVES CARLOS HERNANDO																		230301	30	$1,750,905	$280,200	EPS037	30	$1,750,905	$218,900		0	$0	$0	14-11	30	$1,750,905	$9,200	0	$0	$0	No	$508,300
Total	Afiliados(1)																						$1,750,905	$280,200			$1,750,905	$218,900			$0	$0			$1,750,905	$9,200		$0	$0		$508,300

en línea

DATOS GENERALES DEL APORTANTE

Identificación	dv	Razon Social	Clase Aportante	Sucursal Principal	Direccion	Ciudad-Departamento	Teléfono	Exonerado SENA e ICBF
CC 1121866842		PINZON NIEVES CARLOS HERNANDO	INDEPENDIENTE	PRINCIPAL	cl 32 14 06	VILLAVICENCIO-META	6621246	No

DATOS GENERALES DE LA LIQUIDACION

Periodo		Clave		Tipo	Fecha		Pago		
Pensión	Salud	Pago	Planilla	Planilla	Limite	Pago	Banco	Dias Mora	Valor
2026-05	2026-05	346958524	9503600588	I	2026/06/12	2026/05/29	BANCOLOMBIA		$514,700

RESUMEN DE PAGO

RIESGO	CODIGO	NIT	DV	AFILIADOS	VALOR LIQUIDADO	INTERESES MORA	SALDOS E INCAPACIDADES	VALOR A PAGAR
AFP (ADMINISTRADORAS: 1)				1	$280,200	$3,500	$0	$283,700
PORVENIR	230301	800,224,808	8	1	$280,200	$3,500	$0	$283,700
ARL (ADMINISTRADORAS: 1)				1	$9,200	$200	$0	$9,400
ARL SURA	14-11	890,903,790	5	1	$9,200	$200	$0	$9,400
EPS (ADMINISTRADORAS: 1)				1	$218,900	$2,700	$0	$221,600
NUEVA E.P.S.	EPS037	900,156,264	2	1	$218,900	$2,700	$0	$221,600
TOTAL				1	$508,300	$6,400	$0	$514,700

PLANILLA PAGADA PLANILLA PAGADA PLANILLA PAGADA

UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL **JUNTA CENTRAL DE CONTADORES**

Certificado No:

LA REPUBLICA DE COLOMBIA

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO

UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL

JUNTA CENTRAL DE CONTADORES

CERTIFICA A:
QUIEN INTERESE

Que el contador público **JOHN EDUARD VILLA GARCIA** identificado con CÉDULA DE CIUDADANÍA No 1121860170 de VILLAVICENCIO (META) Y Tarjeta Profesional No 271649-T SI tiene vigente su inscripción en la Junta Central de Contadores y desde los últimos 5 años.

NO REGISTRA ANTECEDENTES DISCIPLINARIOS **********
****
****

EL CONTADOR PUBLICO NO HA CUMPLIDO CON LA OBLIGACION DE ACTUALIZAR EL REGISTRO

Dado en BOGOTA a los 06 días del mes de Mayo de 2026 con vigencia de (3) Meses, contados a partir de la fecha de su expedición.

DIRECTOR GENERAL

ESTE CERTIFICADO DIGITAL TIENE PLENA VALIDEZ DE CONFORMIDAD CON LO ESTABLECIDO EN EL ARTICULO 2 DE LA LEY 527 DE 1999, DECRETO UNICO REGLAMENTARIO 1074 DE 2015 Y ARTICULO 6 PARAGRAFO 3 DE LA LEY 962 DEL 2005

Para confirmar los datos y veracidad de este certificado, lo puede consultar en la página web



REPUBLICA DE COLOMBIA
IDENTIFICACION PERSONAL
CEDULA DE CIUDADANIA
NUMERO 1.121.860.170
VILLA GARCIA
APELLIDOS
JOHN EDUARD
NOMBRES
JHON EDUARD VILLA
FECHA DE NACIMIENTO 11-ENE-1990
VILLAVICENCIO
(META)
LUGAR DE NACIMIENTO
1.74 O+ M
ESTATURA G.S. RH SEXO
22-ENE-2008 VILLAVICENCIO
FECHA Y LUGAR DE EXPEDICION
INDICE DERECHO
REGISTRADOR NACIONAL



UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL | JUNTA CENTRAL DE CONTADORES
271649-T
JOHN EDUARD
VILLA GARCIA
C.C. 1121860170
RES. INSCRIPCION 873 DEL 19/06/2020
CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
JOSE ORLANDO RAMIREZ ZULUAGA
DIRECTOR GENERAL
292292
305210
VALIDA UNICAMENTE TRAMITE CARLOS HERNANDO PINZON NIEVES

CONTABILIDADES
ÁBACO

Villavicencio, 1 de junio de 2026

JHON EDUARD VILLA GARCIA

3202684484 - Cll 5 Sur No 52 - 82

edovillacontabilidad@gmail.com - contabilidadabaco@gmail.com

CERTIFICACIÓN DE INGRESOS

Señores:

A QUIEN INTERESE

El suscrito contador público **JHON EDUARD VILLA GARCIA** Con CC **1.121.860.170** y con Tarjeta Profesional No. **271649-T** se permite certificar que el señor **CARLOS HERNANDO PINZON NIEVES** identificado con CC **1.121.866.842**, prestó servicios **DIGITALES REDES E IMPULSO DE MARCA Y CUBRIMIENTO EN LOS EVENTOS Y CAMPAÑAS PUBLICITARIAS DE LA LOTERÍA DEL META** en el periodo correspondiente 6 de mayo a 6 de junio de 2026, enmarcadas dentro de actividades artísticas y de entretenimiento, según la siguiente liquidación de gastos:

Valor del Servicio: $ 4.233.333

Presunción de costos: 56.92%

Costos del Servicio: $ 2.409.199

Utilidad: $ 1.750.905

El ingreso para cotización de la seguridad social es de ($ 1.750.905) Un millón setecientos cincuenta novecientos cinco pesos Mcte.

El presente certificado se expide en Villavicencio a los 1 días del mes de junio de 2026.

JHON EDUARD VILLA GARCÍA

Contador Publico

Especialista Revisoría Fiscal Y auditoria Integral

TP. 271649 - T

Cel 3202684484

INFORME DE ACTIVIDADES No. 5

CONTRATO No. LOT-005-2026

PERIODO 6 MAYO 2026 A 6 DE JUNIO 2026.

CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS DIGITALES REDES E IMPULSO DE MARCA Y CUBRIMIMIENTO EN LOS EVENTOS Y CAMPAÑAS PUBLICITARIAS DE LA LOTERIA DEL META.

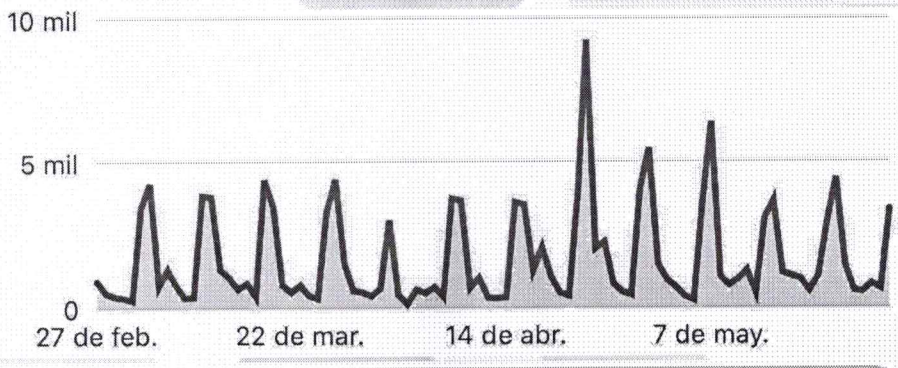
CONTRATISTA: CARLOS HERNANDO PINZÓN NIEVES – C.C. 1.121.866.842 DE VILLAVICENCIO.

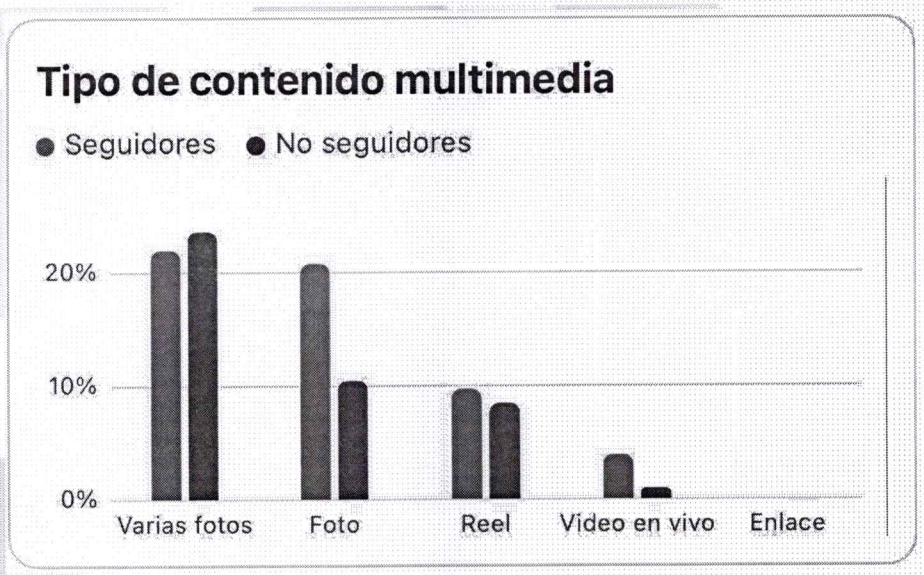
Especificaciones técnicas del contrato:

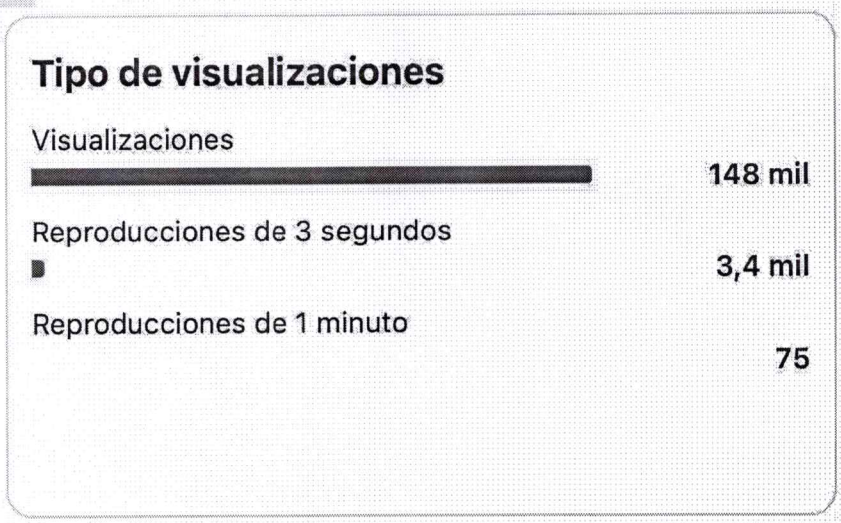
1. Administrar las contraseñas dando un uso responsable, evitando la difusión de las mismas. **2.** Desarrollar e implementar una estrategia digital integral para el posicionamiento de la marca "La Llanerita de los Colombianos" en los canales y plataformas digitales relevantes, incluidas redes sociales. **3.** Crear y ejecutar campañas digitales de publicidad segmentadas, alineadas con los objetivos de la Lotería del Meta para atraer y fidelizar al público APOSTADOR. **4.** Realizar la contestación en tiempo real por comentarios o mensajes de los clientes por las diferentes plataformas de redes sociales. **5.** Realización de piezas graficas de acuerdo a la solicitud de la supervisora y/o del plan de trabajo semanal como lo son hoy juega, resultados, donde se puede comprar, compra en línea, mañana juega, entre otros. **6.** Diseño y presentación del billete de la Lotería del Meta y acatamiento de las solicitudes que se presente o hayan lugar para su aprobación. **7.** Atender de manera oportuna cada publicación según los horarios establecido por el supervisor. **8.** Realizar investigaciones periódicas del mercado y análisis de la competencia para ajustar las estrategias de posicionamiento. **9.** Administrar y gestionar los perfiles oficiales de la Lotería del Meta en redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter, tik tok o las que el supervisor requiera. **10.** Participar en el desarrollo del calendario de contenidos mensual y gestionar la publicación de contenidos atractivos y relevantes para los usuarios (post, videos, infografías, encuestas, transmisiones en vivo, entre otros). **11.** Crea, desarrolla y editar de contenido, toma de fotografía e imágenes, cubrimiento en los eventos y ediciones de video. **12.** Desarrollar contenido visual de alta calidad que refuerce la imagen institucional y el mensaje de la Lotería del Meta. **13.** Actualización de acuerdo al tema relacionado en el plan de trabajo. **14.** Apoyar a la realización campañas, promocionales, concursos y/o actividades relacionadas. **15.** Fomentar la fidelización de usuarios mediante la creación de contenido exclusivo para aquellos que se involucren activamente con las publicaciones y actividades de la Lotería del Meta. **16.** Desarrollo y presentación de jingles publicitarios alusivos a la marca "Lotería del Meta". **17.** Acompañamiento al equipo comercial en donde se realice las campañas publicitarias que incentiven el valor de marca y compra del producto. **18.** Recordar la campaña de control de juego ilegal, por lo canales de difusión que tenga

la Lotería del Meta. **19.** Desarrollo de piezas publicitarias para la página web oficial de la lotería o sus aleados. **20.** Desarrollo de piezas publicitarias a las aplicaciones o sus aliados.

Periodo analizado: mayo – inicio de junio 2026







Principales lugares

Países | Ciudades

Villavicencio	34,8%
Bogotá	15,0%
Medellín	3,8%
Acacías	2,2%
Cali	1,6%

Rango de edad

Mujeres · Hombres

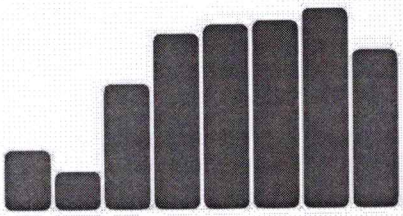
13-17	0,5%
18-24	6,7%
25-34	35,1%
35-44	33,0%
45-54	15,0%
55-64	6,6%
65+	3,0%

Sexo

Mujeres	54,3%
Hombres	45,7%

Momentos de actividad de los seguidores

Do | Lu | Ma | Mi | Ju | Vi | Sá



Momentos de mayor actividad

Lunes
6 p. m. - 9 p. m.

Martes
6 p. m. - 9 p. m.

Jueves
6 p. m. - 9 p. m.

Principales lugares

Países | Ciudades

Colombia	93,5%
Estados Unidos	2,1%
Venezuela	1,3%
España	0,9%
México	0,3%

Actividad del perfil

Visitas al perfil	9,019
Toques en el enlace de la presentación	364
Toques en la dirección del negocio	15

Interacciones por tipo de contenido

Todos | ♡ Me gusta | Comentarios | Reposts

● Seguidores ● No seguidores

Reels — 3,7 mil

Publicaciones — 1,9 mil

Historias — 850

Visualizaciones por tipo de contenido

Cuentas alcanzadas 56,547

● Seguidores ● No seguidores

Reels — 182 mil

Historias — 130 mil

Publicaciones — 82 mil

La presencia digital de la Lotería del Meta durante el periodo analizado evidencia un comportamiento positivo en términos de visibilidad, alcance y conexión con la audiencia. Las cifras muestran una comunidad activa, con capacidad de respuesta ante contenidos institucionales, comerciales y promocionales, especialmente cuando estos se presentan en formatos audiovisuales, dinámicos y de fácil consumo.

En Facebook se registraron 148 mil visualizaciones, con un comportamiento marcado por picos periódicos de tráfico. Esto permite concluir que la página mantiene una audiencia activa que responde de manera favorable a publicaciones puntuales, campañas específicas o contenidos asociados a fechas de sorteo, billetes de la semana, entregas institucionales y mensajes comerciales.

Un dato relevante en Facebook es que el 43% de las visualizaciones provienen de personas que no siguen la página, mientras que el 57% corresponde a seguidores. Este comportamiento es positivo porque demuestra que el contenido está logrando salir de la comunidad habitual y llegar a nuevos públicos. Sin embargo, también representa una oportunidad: convertir ese público no seguidor en comunidad permanente, mediante llamados a la acción más directos y una estrategia constante de fidelización.

En cuanto al tipo de contenido multimedia en Facebook, las publicaciones con varias fotos y las fotos individuales mantienen un peso importante frente a los seguidores y no seguidores. Esto indica que el contenido gráfico continúa siendo relevante para la marca, especialmente cuando se trata de comunicar resultados, billetes, presencia territorial, entregas de premios, jornadas comerciales y actividades institucionales. Los reels también aparecen como un formato con participación significativa, aunque con margen de crecimiento frente al rendimiento que este mismo formato presenta en Instagram.

En Instagram, el comportamiento es más fuerte desde el punto de vista audiovisual. La cuenta alcanzó 56.547 cuentas y registró volúmenes destacados por tipo de contenido: 182 mil visualizaciones en reels, 130 mil en historias y 82 mil en publicaciones. Esto confirma que Instagram es actualmente el canal con mayor potencial para contenidos de descubrimiento, entretenimiento, recordación de marca y conexión emocional con audiencias más amplias.

Los reels son el formato más fuerte de Instagram, tanto en visualizaciones como en interacciones. Registraron 3,7 mil interacciones, frente a 1,9 mil en publicaciones y 850 en historias. Esto evidencia que el contenido audiovisual corto debe seguir siendo el eje principal de crecimiento en Instagram, especialmente con piezas enfocadas en sorteos, ganadores, fuerza de ventas, loteros, testimonios, billete de la semana, cultura llanera y mensajes comerciales de alta recordación.

La actividad del perfil en Instagram también presenta resultados importantes. Se registraron 9.019 visitas al perfil, 364 toques en el enlace de la presentación y 15 toques en la dirección del negocio. Estas cifras demuestran que el contenido no solo genera visualización, sino también intención de consulta. El reto estratégico está en mejorar la conversión: que más personas que visitan el perfil terminen

comprando, consultando puntos de venta, interactuando por WhatsApp o siguiendo los canales oficiales.

En términos de audiencia, Instagram presenta una distribución equilibrada por sexo: 54,3% mujeres y 45,7% hombres. Esto indica que la marca tiene una comunicación con capacidad de conectar con ambos públicos, aunque con una ligera mayoría femenina. El rango de edad más fuerte está entre los 25 y 44 años, concentrando el 68,1% de la audiencia. Este dato es especialmente importante porque corresponde a un segmento con capacidad de compra, toma de decisiones y afinidad con productos de azar legal.

Geográficamente, el 93,5% de la audiencia de Instagram se encuentra en Colombia. Por ciudades, Villavicencio lidera con el 34,8%, seguida por Bogotá con el 15%, Medellín con el 3,8%, Acacías con el 2,2% y Cali con el 1,6%. Esta distribución confirma que la Lotería del Meta conserva una base muy fuerte en su territorio natural, pero también tiene presencia y oportunidad de expansión en ciudades estratégicas del país.

Los momentos de mayor actividad de los seguidores se concentran especialmente entre las 6:00 p.m. y las 9:00 p.m., con mayor fuerza los lunes, martes y jueves. Esta información debe orientar la programación de contenidos de mayor impacto, especialmente piezas comerciales, llamados de compra, recordatorios de sorteo y campañas de expectativa. También se observa buena actividad desde el mediodía, lo que permite manejar una estrategia de publicaciones escalonadas durante el día.

Como conclusión general, las redes sociales de la Lotería del Meta presentan un comportamiento saludable, con buen alcance, alto potencial de descubrimiento y una audiencia alineada con los objetivos comerciales de la marca. Facebook mantiene fortaleza en contenidos gráficos, institucionales y de comunidad, mientras que Instagram se consolida como el principal canal para crecimiento, viralización y conexión audiovisual.

RECOMENDACIONES ESTRATÉGICAS

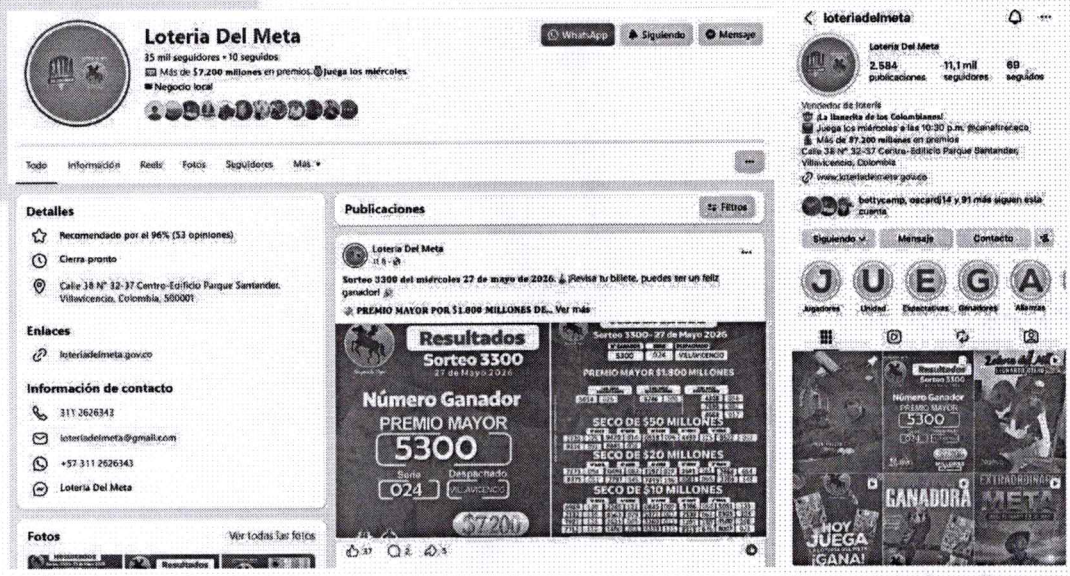
1. Fortalecer la producción de reels como formato principal de crecimiento en Instagram, priorizando videos cortos, emocionales, comerciales y de alto impacto visual.
2. Convertir el alto número de visitas al perfil en acciones concretas, reforzando llamados a la compra, enlaces visibles, botones de contacto y mensajes directos hacia distribuidores y canales oficiales.
3. Aprovechar los horarios de mayor actividad, especialmente entre 6:00 p.m. y 9:00 p.m., para publicar contenidos clave como "Hoy juega la Lotería del Meta", resultados, billete de la semana y llamados comerciales.
4. Diseñar contenidos específicos para el público entre 25 y 44 años, por ser el segmento más fuerte y con mayor potencial de compra.
5. Mantener contenidos institucionales que refuercen el aporte de la Lotería del Meta a la salud del departamento, pero combinarlos con piezas más emocionales, comerciales y cercanas.

6. Crear campañas de conversión para que el público no seguidor de Facebook y los visitantes del perfil de Instagram se conviertan en seguidores, compradores y promotores de la marca.
7. Reforzar la presencia nacional, especialmente en Bogotá, Medellín y Cali, sin perder el enfoque territorial en Villavicencio, el Meta y los Llanos Orientales.
8. Potenciar las historias como canal de frecuencia diaria, usando encuestas, recordatorios, stickers, cuenta regresiva, testimonios y llamados de compra.
9. Crear una línea de contenido permanente sobre ganadores, loteros, distribuidores y puntos de venta, con enfoque humano y comercial.
10. Mantener una narrativa clara de marca: la Lotería del Meta no solo entrega premios, también genera ilusión, mueve economía legal y aporta recursos a la salud de los colombianos.

CONCLUSIÓN FINAL

El periodo analizado confirma que la Lotería del Meta cuenta con una comunidad digital activa, una audiencia nacional en crecimiento y un alto potencial de conversión comercial. La estrategia debe seguir orientada a fortalecer la visibilidad, aumentar la frecuencia de contenidos audiovisuales, mejorar los llamados a la acción y convertir el alcance digital en resultados comerciales medibles.

Facebook continúa siendo un canal importante para comunidad, información e institucionalidad, mientras que Instagram se posiciona como la plataforma con mayor capacidad de crecimiento, interacción y descubrimiento. Con una estrategia constante, enfocada en reels, historias, horarios clave y contenidos de alta recordación, la Lotería del Meta puede seguir consolidándose como una marca cercana, confiable, regional y competitiva en el mercado nacional de loterías.



3. Se han blindado las cuentas de la Lotería del Meta en redes sociales. Mensualmente realizamos comprobaciones de seguridad.

4. Se da respuesta a los comentarios en Facebook e Instagram, garantizando interacción diaria con los seguidores, guiándolos cuando se requiere a un tema administrativo, y brindando información eficaz y veraz.

5. Se realizan un promedio de 65 piezas mensuales para redes sociales, en los formatos requeridos para cada plataforma.

Se garantizan piezas gráficas para los días de mayor tráfico, y de refuerzo en fines de semana. Según cronograma de trabajo, todos los lunes, martes, miércoles, jueves, sábado y domingo, se realizan publicaciones sin falta.

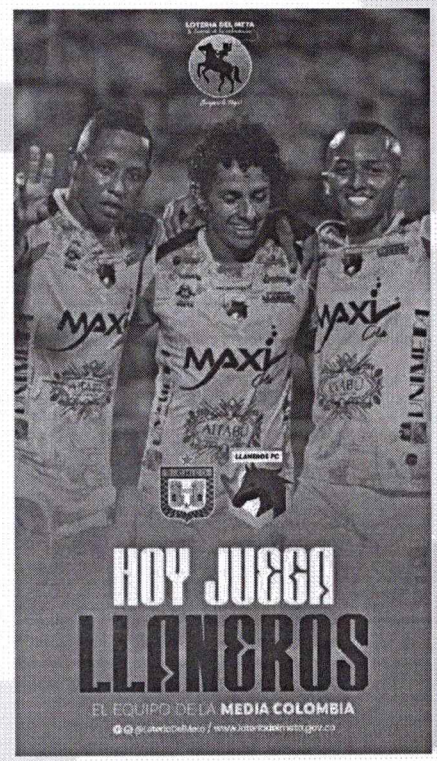
Se brinda respuesta a los requerimientos de operadores y aliados nacionales para la promoción de la Lotería del Meta y fechas especiales como partidos de Llaneros Fútbol Club, entre otros.

Se realizó el diseño de los billetes correspondientes a los sorteos del 6 de mayo al 6 de junio, incluyendo siempre el logo de la campaña **JUEGUE LEGAL** en los mismos:





A continuación, encuentra ejemplos del contenido gráfico para una semana:













7. Las publicaciones se realizan teniendo en cuenta las recomendaciones del supervisor, y siguiendo las métricas semanales de horario que nos arrojan las redes sociales, garantizando así un correcto impacto.

A continuación detallo las publicaciones realizadas durante el mes.

SORTEO 3297:

https://www.instagram.com/p/DPLyloZjl8_/?igsh=N2djY2R4cHRsZmlk

https://www.instagram.com/p/DPMCQXgDnCA/?igsh=dGZoN3p5eWRycW5i

https://www.instagram.com/reel/DLk-emLJiS4/?igsh=YnZkNnZ0ejhjMzZu

https://www.instagram.com/p/DLnE2cFAk_R/?igsh=bGJqdDI5ZjltcGtu

https://www.instagram.com/p/DLodt0_gcfe/?igsh=dnk3MmM4N2swdWJh

https://www.facebook.com/share/p/1FxrQ9ZU1e/?mibextid=wwXIfr

https://www.facebook.com/share/p/1BjTJRFwJr/?mibextid=wwXIfr

https://www.facebook.com/share/p/16xAo7amkf/

SORTEO 3298:

https://www.instagram.com/p/DPRGhIkjpcC/?igsh=dWNpcjZoeGN3cTc5

https://www.instagram.com/reel/DPRwdPwkTE2/?igsh=MTJyenozbmk4cXpuNw

https://www.instagram.com/p/DLz4sbkgLAN/?igsh=ZjNlY3JnZDU2b3U4

https://www.instagram.com/p/DL4-rKKgtBt/?igsh=aHR4OWhzcHVsZDI2

https://www.instagram.com/p/DL6erv0goC-/?igsh=MWhrNXFiYzhiNzM5bA==

https://www.facebook.com/share/p/1Jv6xnTvSf/?mibextid=wwXIfr

https://www.facebook.com/share/p/1AwAuWdHFu/

https://www.facebook.com/share/p/1CL5Qisk2H/

https://www.facebook.com/share/p/1DXQDLLubv/

SORTEO 3299:

https://www.instagram.com/p/DMA41MTA3D7/?igsh=emt6bXJneW4zMzh6

https://www.instagram.com/p/DMGBPI5AQxE/?igsh=aXAwem13eWZpMHJ6

https://www.instagram.com/p/DMK3wzSgmMp/?igsh=MXBudWJwYWVseDY3ZA==

https://www.instagram.com/p/DMNGeB_gSIS/?igsh=MXJvMnNsdWtlMzR3aA==

https://www.facebook.com/share/p/1BrHsmHGsg/?mibextid=wwXIfr

https://www.facebook.com/share/p/1Am1tJxPyx/

https://www.facebook.com/share/p/1EzRxnMbgh/

https://www.facebook.com/share/p/1LJ9M3dYJE/

SORTEO 3300:

https://www.instagram.com/p/DPTJ6jwjoux/?igsh=MTRjY2NhZDIjMDhvZw==

https://www.instagram.com/p/DMQmGf1g69l/?igsh=MW9mbmhuYTJtbG8wNg==

https://www.instagram.com/p/DMYTI5yAMiu/?igsh=ZmN1ejZyajAxNWFw

https://www.instagram.com/p/DMadAKwgmVz/?igsh=MXdmMTd2cGJxaTh4YQ==

https://www.instagram.com/p/DMc5pSJgDDL/?igsh=aGhnM2pyeno4cWtt

https://www.instagram.com/reel/DMdg1pBJNpz/?igsh=MWxpeWxkM251eTFsbA==

https://www.instagram.com/p/DMflutlgMAp/?igsh=aXAzdXNnanprNHI=

https://www.facebook.com/share/p/1C3CSYddKP/

https://www.facebook.com/share/p/1AoBSCoCyE/?mibextid=wwXIfr

8. Todas las semanas se hace un seguimiento a referentes en el campo de las loterías y juegos de azar, así mismo se mantiene una línea gráfica que fortalece la marca.

9. Se administra Facebook, Instagram y los canales de whatsapp, así mismo se difunde a medios de comunicación regionales de alto impacto.

10. Participamos en las reuniones de planeación de contenidos digitales y del diseño del billete.

También se apoya en los requerimientos extras y necesidades que presente la Lotería del Meta en materia publicitaria.

11. Se realizó acompañamiento en todo lo relacionado en audiovisuales, fotografía y vídeo. Presencialmente acompañamos las actividades requeridas, así mismo editamos el material enviado.

12. Garantizamos un correcto tratamiento audiovisual en todos los contenidos emitidos por la Lotería del Meta. Procuramos siempre crear contenido de alta calidad, acorde a la tradición y reconocimiento de la marca Lotería del Meta.

Realizamos la grabación con equipos móviles de última tecnología, la edición es hecha en plataformas y apps de pago, las más actualizadas del mercado.

Creamos gráficos en plataformas de animación cinematográfica profesional, usando software como Adobe After Effects.

13. Se realiza constante actualización de acuerdo al tema relacionado en el plan de trabajo, procurando siempre estar alineados con el área comercial.

14. Acompañamos y realizamos la creación de actividades que promuevan comercialmente desde el área digital, traduciendo esto en aumento de ventas.

Se crearon concursos para redes sociales, apoyo campaña JUEGUE LEGAL.

15. Fidelizamos mediante sorteos y concursos.

16. Se realizó la planeación, grabación y edición de un jingle este mes.

17. Se acompañó y creó contenido en campañas de activación de marca.

18. Impulsamos la marca **JUEGUE LEGAL**, mencionándola en nuestras publicaciones, billete de Lotería, y acompañando a eventos.

También se reforzó la campaña con el envío de boletines de prensa y fortalecimiento en el diseño de los impresos.

19. Se crean todas las piezas gráficas requeridas para la página web y se garantiza su constante actualización de la mano con el área de sistemas.



19. Se crean todas las piezas gráficas requeridas para la página web y se garantiza su constante actualización de la mano con el área de sistemas.

20. Se crearon piezas gráficas y se atendieron requerimientos de aliados.

Cordialmente,

Carlos Pinzón – CC 1121866842

CONTRATISTA