

---

*INFORME PORMENORIZADO DEL ESTADO DEL SISTEMA DE  
CONTROL INTERNO MARZO JUNIO DE 2014*

---

---

*EN CUMPLIMIENTO A LO DISPUESTO EN LA LEY 1474 DE 2011 "ESTATUTO  
ANTICORRUPCION" LA LOTERIA DEL TOLIMA PONE EN CONOCIMIENTO DE LA CIUDADANIA  
EN GENERAL Y A TODOS LOS INTERESADOS EL INFORME PORMENORIZADO DEL ESTADO DEL  
SISTEMA DE CONTROL INTERNO DEL CUATRIMESTRE MARZO - JUNIO DE 2014*

---

*SUBSISTEMA CONTROL ESTRATEGICO*

**COMPROMISO DE LA ALTA DIRECCION FRENTE AL PLAN DE DESARROLLO DEL DEPARTAMENTO DEL TOLIMA  
“UNIDOS POR LA GRANDEZA DEL TOLIMA 2012 – 2015” CAPITULO EMPRESAS INDUSTRIALES Y COMERCIALES DEL  
DEPARTAMENTO**

➤ **PLAN DE ACCION 2014 EN EJECUCION**

➤ **MISIONAL (estrategias)**

- **Premiar la fidelidad del cliente comprador a través de Promocionales que lo incentiven a adquirir más Lotería.**
  - **Incentivar a la fuerza de ventas CANAL VIRTUAL con Promocionales para incremento de Ventas.**
    - **Incentivar la fuerza de ventas loteros a nivel NACIONAL a través de Promocionales**
      - **Celebración de Fechas Especiales para Loteros y Familiares**
      - **Apoyar a Distribuidores con Fiesta de Fin de Año para Loteros**
    - **Ampliar y reforzar Canales de Distribución en el Territorio Nacional.**
      - **Construcción de Marca en la mente de los consumidores**
        - **Se viene rediseñando el mapa de riesgos.**

**ESTRATEGIAS INCREMENTO EN VENTAS**

- **CONVENIO RED VIA BALOTO APERTURA 10 MIL PUNTOS EN 843 MUNICIPIOS DE COLOMBIA**
- **DISTRIBUIDORES A NIVEL NACIONAL 141**
- **CONVENIO CON OTRAS LOTERIA DEL PAIS (LOTARIA DEL RISARALDA Y EXTRA DE COLOMBIA)**
- **PROMOCIONALES PARA COMPRADORES EN TODO EL PAIS**
- **INCENTIVOS PARA FUERZA DE VENTAS (CARNET, SISBEN, UNIFORMES, RECREACION, COMEDOR COMUNITARIO, CONCURSO “EL COMPRADOR ESPIA”)**

**DIFICULTADES**

- **Se observa muy poca capacitación en materias tan importantes como la contratación estatal, avances tan importantes como los que se vienen presentando en contabilidad e impuestos.**
- **No se asiste a las capacitaciones que programa el SENA y la ESAP.**

- El Sistema de Gestión de la Calidad que se encuentra plasmado en el Plan de Desarrollo es el único punto que no ha tenido un acatamiento de la alta gerencia como prioridad.

### *SUBSISTEMA DEL CONTROL DE GESTION*

**La gestión de la Lotería del Tolima en materia de transferencias a la salud es la siguiente:**

- **Las ventas totales de la Lotería del Tolima durante los primeros SEIS meses \$ 4.597 MILLONES DE PESOS** un total de 1.838,890 fracciones de lotería, de los cuales el **24%**, es decir **\$ 1.087 millones** se originaron dentro del departamento del Tolima lo que aproxima las ventas al índice esperado en el periodo de gobierno 2012-2015 que es del 31% .
- VALOR TRANSFERENCIA DE RECURSOS POR VENTAS BRUTAS 12%: LA LOTERIA DEL TOLIMA, efectuó ventas brutas totales dentro y fuera del departamento en el primer SEMESTRE por valor de **\$ 4597 millones** para una transferencia \$551.6 millones, lo que significa un acumulado 2012, 2014 de \$2637.6 millones de pesos en transferencias por las ventas brutas. Una ejecución del plan de desarrollo según la meta por este concepto del 48.84%.
- Durante el primer trimestre de la vigencia fiscal del año 2014, los premios caídos y reconocidos ascendieron a la suma de \$1.323,5 millones de pesos, para una transferencia a la salud de 224,8 millones de pesos equivalentes al 17% según la ley 643 de 2001 de juegos de suerte y azar. Lo anterior significa un acumulado en transferencias por este concepto de \$948.9 millones de pesos durante los años 2012, 2013 y primer trimestre de 2014, para una ejecución del 31%.
- Las transferencias de recursos por derechos de explotación del concesionario correspondientes a la venta del chance equivalentes al 12% ascienden al mes mayo a la suma de **\$ 3.553.5 millones**. Lo anterior significa un acumulado en transferencias por este concepto de \$20,951.5 millones de pesos durante los años 2012



hasta mayo de 2014 para una ejecución con relación a la meta al año 2015 del PLAN DE DESARROLLO, del 67.58%.

## **EVOLUCION DE LOS PUNTOS DE VENTA A ABRIL DE 2014**

La Lotería del Tolima ha continuado su proyección comercial a nivel Nacional. Para el año 2012 el incremento en los puntos de venta fue de fue del 12.5%, es decir 13 puntos nuevos, durante la vigencia comercial del año 2013 el incremento en el periodo de gobierno transcurrido 2012, 2013 y junio de 2014, llega al 35.57% es decir 24 puntos para un total de 141 puntos de venta, lo que ha significado para el DEPARTAMENTO DEL TOLIMA y la LOTERIA DEL TOLIMA ingresos importantes.

## **DIFICULTADES**

**Se carece de un plan institucional de capacitación acompañado de un escaso presupuesto para el 2014 hacen que sea una situación de reconsiderar**

**Se continua sin el certificado el sistema gestión calidad de la Lotería del Tolima con lo cual se lograría un mejoramiento continuo y mayor confianza del cliente.**

**Se requiere la elaboración de un Manual de Inducción y Re inducción.**

*SUBSISTEMA CONTROL DE EVALUACION*

## **INFORMES Y SEGUIMIENTOS PRESENTADOS OFICINA DE CONTROL INTERNO**

- **INFORME PORMENORIZADO NOVIEMBRE 2013 FEBRERO 2014**
- **INFORME EJECUTIVO DE CONTROL INTERNO**
- **INFORME DE CONTROL INTERNO CONTABLE**
- **SEGUIMIENTO AL PLAN ANTICORRUPCION Y ATENCIÓN AL CIUDADANO**
- **INFORME AUSTERIDAD DEL GASTO**



- SEGUIMIENTO A PLANES DE MEJORAMIENTO
- SEGUIMIENTO A INDICADORES MATRIZ CONSOLIDADA DE INDICADORES
- INFORMES EJECUCIÓN PLAN DE DESARROLLO.

*Aspectos a mejorar*

- La prioridad de la Lotería del Tolima para el mejoramiento continuo de los procesos debe estar centrada en la recuperación y certificación del Sistema de Gestión de Calidad, para lo cual sin el compromiso de la alta gerencia será imposible sacar adelante este propósito fundamental.
- Continuar con la actividad de revisión y actualización del mapa de riesgos para lo cual se requiere mayor compromiso de dueños de procesos.
- Efectuar la implementación en los próximos siete meses del Nuevo Modelo de Control Interno.
- Los avances tecnológicos en los juegos y posibilidades que estas ofrecen hacen que el trabajo de mercadeo deba estar dirigido con mayor esfuerzo a las ventas virtuales.

**FERNANDO REYES MOSCOSO**  
Jefe de Control Interno