

LOTERIA DEL TOLIMA – EICE

INFORME DE INDICADORES

SEGUNDO TRIMESTRE DE 2025

FREDDY MAURICIO BASTIDAS ORTIZ

**Control interno
Ibagué, julio 2025**



Ibagué, 25 de julio 2025

Doctora
NANCY LILIANA CRISTANCHO SANTOS
Gerente
Lotería del Tolima

Asunto: Informe indicadores segundo trimestre 2025.

Respetada doctora Nancy Liliana,

De acuerdo a la matriz de indicadores que la Lotería del Tolima tiene establecido como herramienta de planeación para el diseño, organización, ejecución, seguimiento, evaluación y mejora de los procesos, tiene identificado veinte (20) indicadores que se evalúan de forma mensual, trimestral, semestral y anual.

La Lotería del Tolima, con el fin de desarrollar e implementar un sistema de indicadores aplicables como una herramienta importante para la medición y mejora del desempeño y el estado de los procesos, disminuir riesgos, permitir monitorear y controlar los resultados de manera efectiva para la toma de decisiones, ha dividido los indicadores de gestión en dos grupos.: indicadores de medición (evalúan el impacto y la eficacia de las acciones y procesos) e indicadores de seguimiento(monitorean y controlan el desempeño).

INDICADORES DE MEDICION

Direccionamiento Estratégico (Crecimiento en ventas).

Mercadeo y Publicidad (Establecer el grado de satisfacción del producto en el cliente).

Operación de Juegos (Cumplimientos en las proyecciones de ventas del producto Lotería).

Gestión Financiera (Verificación oportuna de ingresos y gastos /Medir el cumplimiento en transferencias según las metas del plan de acción).

Gestión Humana (Medir el cumplimiento del plan de capacitaciones/Medir el Cumplimiento del Plan de Bienestar/Medir el cumplimiento de implementación de MIPG/Medir el cumplimiento del plan de SST).

Control Interno (Mejoramiento Continuo).

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

Mercadeo y Publicidad (Determinar el grado de respuesta de la Lotería del Tolima frente al cliente/Cumplimiento de actividades del plan de acción relacionadas con mercadeo y publicidad).

Operación de Juegos (Cumplimiento de actividades del plan de acción).

Control de Juegos (Cumplimiento al plan de trabajo control juego ilegal/Cumplimiento a las actividades del plan de acción relacionadas con las unidades de negocio de la Lotería y Chance).

Gestión Financiera (Seguimiento a la cartera sin deteriorar).

Gestión Humana (Medir la efectividad de las capacitaciones).

Adquisición Bienes y Servicios (Medir el cumplimiento del plan anual de adquisiciones)

Gestión Informática (Medir el cumplimiento de actividades del plan de acción de gestión informática).

Control Interno (Cumplimiento Plan de Auditoría).

A continuación, se presenta el informe al seguimiento de los indicadores.

INDICADORES DE MEDICION

1. PROCESOS MISIONALES

Dentro de los procesos misionales, para el periodo evaluado existen dos (2) indicadores, los cuales permiten medir el desempeño y la esencia de la entidad; permiten evaluar la satisfacción del cliente frente al producto ofrecido y cumplimiento de los ingresos por venta de lotería.

1.1 PROCESO MERCADEO Y PUBLICIDAD

En este proceso existe un (1) indicador a evaluar:

1.1.1. Establecer el grado de satisfacción del producto en el cliente, indicador que se presenta de manera semestral.

Mide el cumplimiento de la satisfacción del cliente frente al producto ofrecido por la entidad, se determinó mediante encuestas realizadas a vendedores, distribuidores y compradores; su meta está proyectada a un cumplimiento igual o mayor al 80%; el cual se cumplió en un 100%, la unidad operativa y comercial de la Lotería, cuenta con 5 encuestas de satisfacción dirigidas a las partes interesadas con el fin de conocer el grado de satisfacción del servicio prestado por la entidad, y que servirán para la mejora de los procesos de la entidad, encuesta que apuntan al premio, mezcla de la billetera, incentivos al distribuidor y al lotero, solución de las PQRS, entrega oportuna de billetera y de los volantes de resultados del juego.

La primera encuesta está dirigida a los distribuidores de lotería, quienes con su gestión hacen parte vital para el crecimiento de las ventas de la entidad, para el periodo evaluado se encuestaron 71 distribuidores de los cuales el 100% manifestó que se encuentra satisfecho con el servicio recibido.

Como complemento a la primera encuesta, se hicieron preguntas adicionales para determinar oportunidades de mejora, referente a si el plan de premios de la lotería es bueno, si la mezcla es buena, si están satisfechos con la oportunidad de atención a las PQR, si gustan de la entrega oportuna de la billetera, de la cual existe una opinión muy aceptable, la percepción de los encuestados en general es positiva.

La segunda encuesta estuvo dirigida a los vendedores de lotería, para el periodo evaluado se encuestaron 117 vendedores, de los cuales el 97,4% manifestaron que se encuentran satisfechos con la lotería.

Como complemento a la segunda encuesta, se hicieron preguntas adicionales para determinar oportunidades de mejora, referente a si el plan de premios de la lotería es bueno, si la numeración entregada es de agrado de los compradores, si están satisfechos con la oportunidad de atención a las PQR, si gustan del plan de premios ofrecido por la Lotería, si gustan de los volantes como medio de conocer los resultados, y si gustan de la responsabilidad social que brinda la Lotería del Tolima, de la cual existe una opinión muy aceptable, dentro del rango EXCELENTE-BUENO.

La tercera encuesta estuvo dirigida a los compradores de lotería, para el periodo evaluado se encuestaron 120 clientes, de los cuales el 100% de los encuestados manifestaron que se encuentran satisfechos con el producto, siendo este el de mayor entre los clientes; el 95% confían en el producto y están seguros que los premios se pagan legalmente, los premios promocionales por la compra del billete completo han tenido buena acogida, el 51,7% manifiesta conocer los resultados del juego de la lotería mediante la página Web oficial, información por el lotero un 325,8%, por medio de la radio un 5,8%, la televisión un 3,3%; el 83,3% de los compradores hace uso de las herramientas tecnológicas como la pagina Web y redes sociales para informarse sobre los servicios y resolver inquietudes relacionadas con la Lotería del Tolima.

La cuarta encuesta estuvo dirigida a los proveedores, quienes prestan un servicio de alta calidad para la realización del juego; para el periodo evaluado el 100% de los encuestados manifestaron encontraren satisfechos con la relación comercial establecidas por la entidad; en cuanto a la información brindada para la elaboración del producto, el 100% consideran que es puntual y manifiestan que la Lotería realiza los pagos de manera oportuna, opinan además que la comunicación entre lotería y ellos es respetuosa y fluida, respecto ante un producto no conforme, el 100% considera que la entidad genera acciones correctivas de manera inmediata.

La quinta encuesta está dirigida al concesionario de la lotería, se pudo constatar que se encuentra en un 100% satisfecho con el producto, debido a que se viene dando cumplimiento con las características de los formularios de rollos bond y térmicos, el cual se ajusta a la normatividad; le agrada la atención brindada al cliente por parte de la lotería del Tolima; las efectividades del tiempo de respuestas a sus solicitudes consideran que han sido resueltas oportunamente.

Se concluye que el 100% de los encuestados destaca el excelente servicio que presta la Lotería del Tolima y la capacidad de respuesta las diferentes situaciones que se presentan en el diario laboral.

1.2 PROCESO OPERACIÓN DE JUEGOS

En este proceso existe un (1) indicador a evaluar:

1.2.1 Cumplimiento en las proyecciones de ventas del producto Lotería, indicador que se presenta de manera trimestral.

Mide el Cumplimiento de las proyecciones de venta aprobadas por la Lotería, reflejando el crecimiento de las ventas de los distribuidores y aumento de las transferencias. Para el primer trimestre, arrojo un desempeño positivo por encima del 2%; meta que estaba establecida en un cumplimiento igual o mayor al 90%, lo que representa un incremento de \$ 112.023.760 de lo ejecutado frente a lo proyectado en la venta de fracciones de lotería; las estrategias comerciales impuestas por la alta dirección para el incremento en las ventas, motivando a los apostadores e incentivar a los vendedores con atractivos premios y estímulos, permitieron aumentar las ventas para el periodo evaluado, generando con esto, que las transferencias a la salud de los tolimeses se incrementara; en cada sorteo efectuado en el trimestre; el cambio en el plan de premios y en lo que respecta a los premios de los secos ofrecidos, ha sido motivación para comercializar el producto y tener muy buena aceptación entre los compradores.

Los estímulos adicionales ha sido una estrategia de mercadeo utilizada por la entidad para las personas que adquieran el billete completo, ya que sus premios han motivado a incrementar las ventas.

Para el primer trimestre del año en curso, la unidad operativa y comercial, logró el cumplimiento de la meta proyectada y además la superó en un 2%; en el mes de abril la meta se mantuvo en un 100%, para el mes de mayo en un 2% y para el mes de junio en un 3%, conllevando a que las transferencias a la salud del departamento se incrementaran por este periodo.

Comportamiento de lo proyectado frente a lo ejecutado

Meses	Ejecutado 2 trimestre 2025	Proyectado 2 trimestre 2025	Porcentaje de cumplimiento
Abril	\$ 1.939.092.000	\$ 1.929.790.840	100%
Mayo	\$ 1.944.396.000	\$ 1.902.392.960	102%
Junio	\$ 1.842.772.000	\$ 1.782.052.440	103%
Total Trimestre	\$ 5.726.260.000	\$ 5.614.236.240	102%

A continuación, se presenta el comportamiento de las ventas corridas en el año:

Meses	Proyección Acumulada 2025	Ejecutado Acumulado 2025	Porcentaje de cumplimiento
Enero	1.847.527.480	1.893.624.000	102%
Febrero	1.998.228.440	2.006.348.000	100%
Marzo	1.948.258.800	2.506.700.000	104%
Abril	1.929.790.840	1.939.092.000	102%
Mayo	1.902.392.960	1.944.396.000	100%
Junio	1.782.052.440	1.842.772.000	104%

Cifras tomadas del reporte en ventas, proyecciones en ventas y listado de ventas semanales, hoja de vida indicadores.

En la siguiente gráfica, se visualiza el comportamiento acumulado de este indicador:



2. PROCESOS DE APOYO

2.1 PROCESO GESTION FINANCIERA

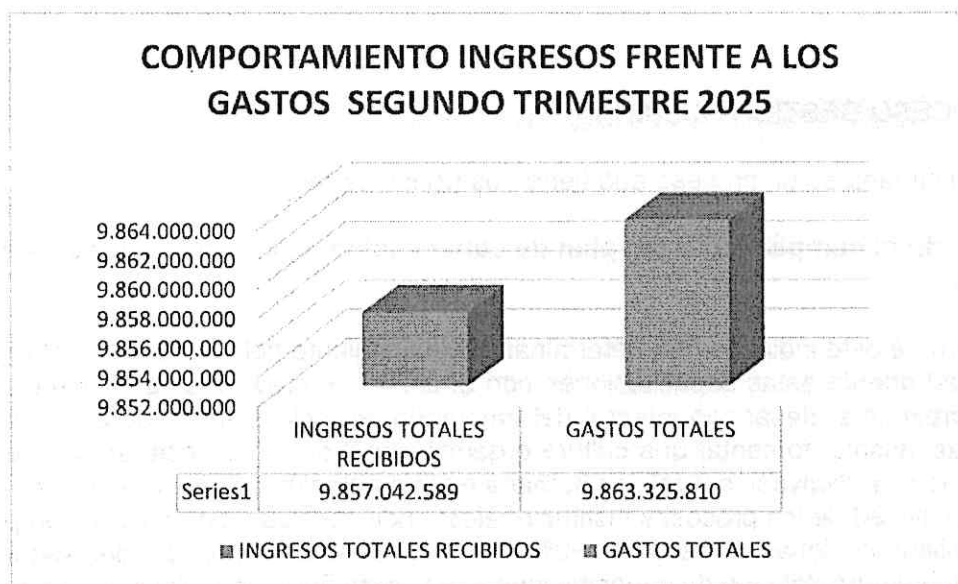
Gestión Financiera es un proceso que tiene dos (2) indicadores:

2.1.1 Verificación oportuna de ingresos y gastos (estado de resultados). Indicador que se presenta de manera trimestral.

El objetivo de este indicador, es la verificación oportuna de los ingresos y gastos de la entidad, medición que debe ser igual o superior al 1% de la meta establecida; para el periodo del segundo trimestre de 2025 se puede establecer, que los ingresos de la lotería fueron inferiores a los gastos incurridos por la entidad en \$ 6.283.221 (ingresos \$ 9.857.042.589/gastos \$ 9.863.325.810), los gastos de la entidad superaron los ingresos en \$ 6.283.221, ya que en el calendario de sorteo se presenta un(1) sorteo menos por las semanas del periodo lo que afecto el comportamiento del recaudo, acompañada con los gastos incurridos por la celebración de los 100 años.

Ingresos totales recibidos	9.857.042.589
Gastos totales	9.863.325.810
Diferencia	(6.283.221)

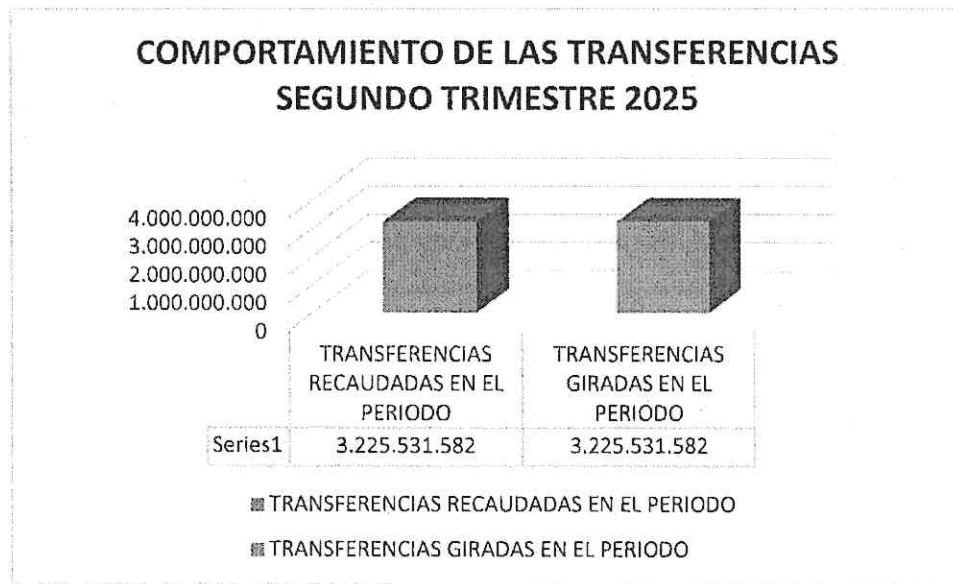
En la siguiente gráfica, se visualiza el comportamiento de este indicador:



2.1.2 Medir el cumplimiento en transferencias según las metas del plan de desarrollo. Indicador que se presenta de manera trimestral.

El objetivo de este indicador, es el cumplimiento oportuno del giro de los recursos por concepto de rentas de monopolio para la salud, indicador que está proyectado para su medición en un cumplimiento de 1 o 100%, y que dentro de los diez (10) días del mes siguiente se debe de hacer la transferencia de los recursos, los recursos girados ascendieron a la suma de \$ 3.225.531.582.

En la siguiente gráfica, se visualiza el comportamiento de este indicador:



2.2 PROCESO GESTION HUMANA

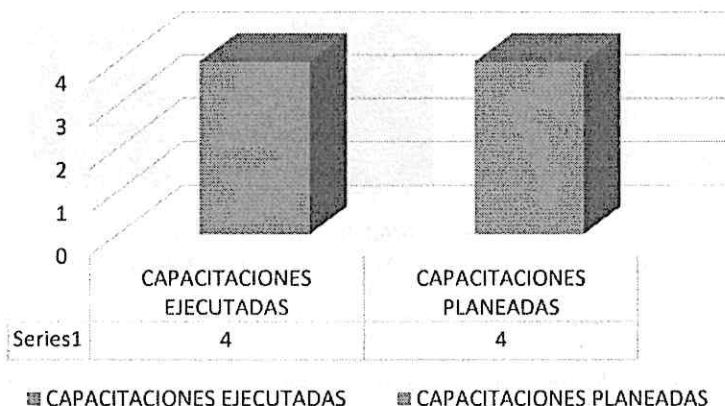
Gestión Humana es un proceso que tiene dos (2) indicadores:

2.2.1 Medir el cumplimiento del plan de capacitaciones, indicador que se presenta de manera trimestral.

El objetivo de este indicador, es determinar el cumplimiento del plan de capacitaciones de la entidad. La entidad orienta estas capacitaciones con el ánimo de crear, mantener y mejorar las condiciones que favorezcan el desarrollo integral del empleado, el mejoramiento de su nivel de vida y el de su familia, así mismo, fomentar una cultura organizacional que manifieste en sus servidores un sentido de pertenencia, motivación y calidez humana en la prestación de sus servicios, orientados al aumento en la efectividad de los procesos institucionales; indicador que está proyectado para su medición en un cumplimiento igual o mayor al 90%, la entidad para el periodo del segundo trimestre tenía proyectado dentro del plan de capacitaciones de talento humano y bienestar social realizar cuatro (4) actividades, de las cuales se cumplieron en su totalidad, cumpliéndose con el 100% del índice propuesto. Estas, se orientaron a capacitación básico en Excell avanzado técnicas de atakjos para un mejor uso, capacitación de habilidades blandas, manejo de extintores, simulacros y primeros auxilios, aplicación de batería de riesgo psicología.

En la siguiente gráfica, se visualiza el comportamiento de este indicador:

CAPACITACIONES DESARROLLADAS SEGUNDO TRIMESTRE 2025

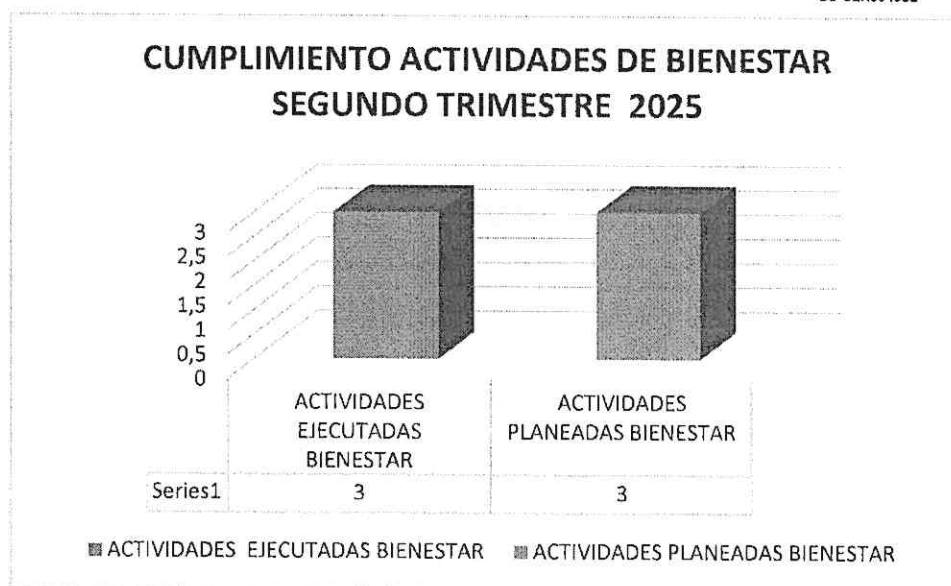


2.2.3 Medir el cumplimiento del plan de bienestar, indicador que se presenta de manera trimestral.

El objetivo de este indicador, es medir el cumplimiento del bienestar laboral en la empresa, la lotería del Tolima enfoca sus esfuerzos para que el trabajador goce no solo de un bienestar emocional, sino de un bienestar mental, a través de actividades recreativas, de esparcimiento, de integración, que generen un compromiso con la entidad a través de buenas prácticas que mejoren la productividad de los empleados, la concentración, compromiso, interacciones sociales, entre otros. indicador que está proyectado para su medición en un cumplimiento igual o mayor al 90%.

La entidad para el periodo del segundo trimestre tenía proyectado dentro del plan de bienestar social realizar tres (3) actividades, de las cuales se cumplieron en su totalidad, cumpliéndose con el 100% del índice propuesto. Estas, se orientaron a celebración de cumpleaños, actividad de San Juan y celebración día de amor y amistad.

En la siguiente gráfica, se visualiza el comportamiento de este indicador:



3. PROCESO EVALUACION Y SEGUIMIENTO

Gestión Control interno, es un proceso que tiene un (1) indicador:

3.1 Mejoramiento Continuo, Indicador que se presenta de manera semestral.

El objetivo de este indicador, es medir el cumplimiento de las acciones de mejora de los procesos de la entidad, con el fin de eliminar las no conformidades. Mediante Acta de Comité Institucional de Coordinación de Control Interno No 001 del 21 de marzo de 2025 se aprobó el plan de auditorías a los procesos de la entidad para los días 6,7 Y 8 de mayo de 2025, con el fin de establecer el grado de madurez y la eficacia de los procesos de gestión, de Direccionamiento Estratégico, Operación de Juegos, Mercadeo y Publicidad, Control de Juegos, Gestión Informática, Bienes y Servicios, Gestión Humana, Gestión Financiera y Control Interno, así como la identificación de los riesgos y oportunidades que puedan surgir en el curso de la misma.

Una vez realizada la auditoria de calidad a los procesos, se pudieron determinar dos (2) No Conformidades que recayeron en el proceso de gestión informática; identificada las mismas, se dio a conocer al líder del proceso y en el término establecido se presentó el plan de mejora.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

1. PROCESOS MISIONALES

1.1 PROCESO MERCADEO Y PUBLICIDAD

En este proceso existen dos (2) indicadores a evaluar:

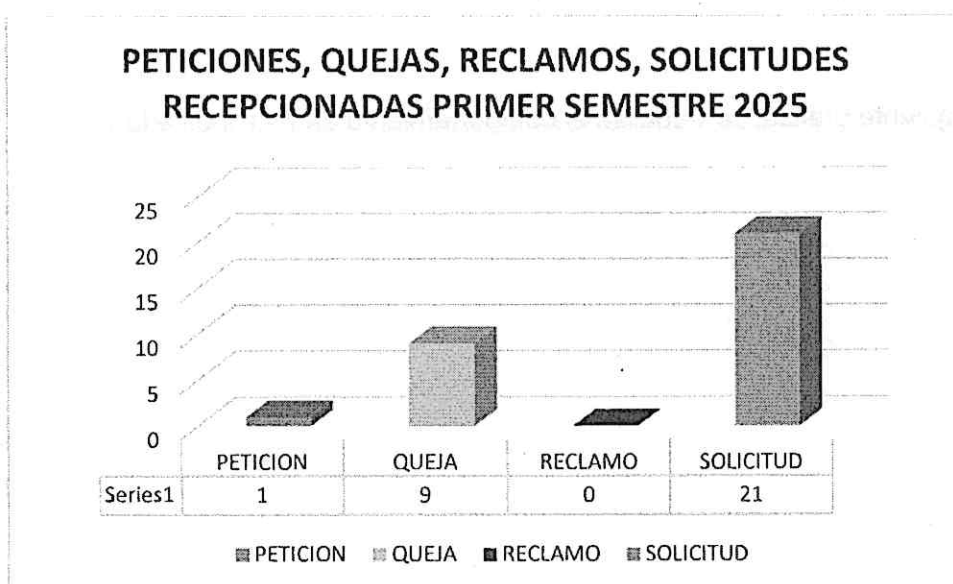
1.1.1 Determinar el grado de respuesta de la Lotería del Tolima frente al cliente, indicador que se presenta de manera semestral.

Mide el cumplimiento de las respuestas dadas a las PQRS recibidas; con este indicador se busca la oportunidad en las respuestas a inquietudes de manera que el cliente se sienta satisfecho; durante el primer semestre de 2025, ingresaron por los canales disponibles por la Lotería del Tolima 31 PQRS, las cuales fueron resueltas oportunamente, su meta está proyectada a un cumplimiento igual o mayor al 90%, el cual se cumplió en un 100%; los clientes externos de la lotería enviaron las solicitudes a través del correo electrónico por medio de la página Web y fueron contestadas por este mismo medio; de las 31 solicitudes recibidas, 10 fueron respondidas inmediatamente, 9 dentro del día siguiente, 3 a los dos días, 4 a los 3 días, 1 a los 4 días y 4 fueron resueltas a los cinco días o más de haberse recibido las solicitudes, evidenciando que existe compromiso en el proceso para satisfacer las necesidades y requisitos de los clientes, como el mayor insumo que tiene la entidad para la apuesta hacia la mejora continua en sus procesos de calidad.

El 32% de las PQRS son tramitadas de forma inmediata y tiene como fin conocer los resultados de los sorteos o promocionales; el 55% de las solicitudes son contestadas en un plazo no mayor a 5 días.

La página Web de la entidad, las redes sociales y la difusión en los medios de comunicación han sido herramientas indispensables para que el ciudadano conozca de la Lotería, los resultados, las promociones, entre otras, lo que ha generado una cultura de búsqueda de información y contenidos de forma oportuna, lo que ha generado una disminución considerable de solicitudes de PQRS de este periodo frente al semestre anterior.

En la siguiente gráfica, se visualiza el comportamiento de este indicador:



1.1.2 Cumplimiento de actividades del plan de acción relacionadas con mercadeo y publicidad, indicador que se presenta de manera trimestral.

Carrera 2 No. 11 – 59 Piso 2 Ibagué - Tolima
Tel. (608) 2631883 – (608) 2611023
Línea de atención al Cliente 018000 942542

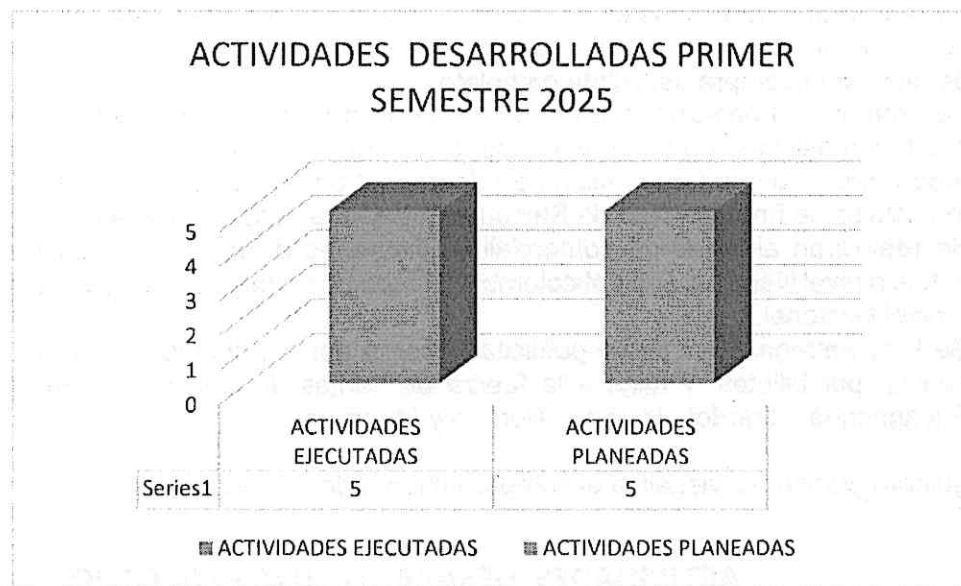
www.loteriadeltolima.com

 @loteriatolima
  @loteriatolima
  @loteria_tolima

Mide el cumplimiento de actividades del plan de acción relacionadas con mercadeo y publicidad programadas para el segundo trimestre 2025, meta que está establecida en un cumplimiento mayor o igual al 90%; para el periodo evaluado la unidad operativa y comercial en el proceso de mercadeo y publicidad cumplió con el 100% de las actividades programadas. Para el segundo trimestre del 2025, la lotería del Tolima llevo a cabo cinco (5) actividades de las cinco (5) proyectadas, que están relacionadas en el plan de acción de la entidad, la presencia institucional en los diferentes eventos hacen parte de las estrategias de mercadeo para que la comunidad y las partes interesadas conozcan el producto, los logros alcanzados, las promociones ofrecidas en lo que respecta a la marca, acciones contra el juego ilegal, la labor social desempeñada, y los buenos resultados obtenidos, de las cuales algunas se detallan a continuación:

1. Se realizaron campañas de promoción y comercialización del producto, así como el posicionamiento de la marca a través de redes sociales y medios de comunicación.
2. En el mes de junio se participó en las actividades dl folclore, comercializando el producto lotería y posicionando la marca en esos eventos festivos.
3. Se fortaleció la imagen y la marca en los medios de comunicación a través de boletines institucionales, piezas publicitarias, comunicados de prensa con las noticias, avances, logros adelantados y demás actividades que desarrolla la entidad.
4. Se fortaleció el área de comunicaciones por medio de la contratación de prestación de servicios de dos (2) profesionales en comunicación social, un (1) fotógrafo y dos (2) diseñadores, quienes proyectan la información que se requiere para la página Web, redes sociales y medios de comunicación internos y externos.
5. Se contrató el diseño y elaboración de material publicitario para promover la imagen, marca, juego legal y demás actividades que desarrolla la entidad tales como ponchos, rabodegallos, copas aguardenteras, Abanicos, entre otros.

En la siguiente gráfica, se visualiza el comportamiento de este indicador:



1.2 PROCESO OPERACIÓN DE JUEGOS

En este proceso existe un (1) indicador a evaluar:

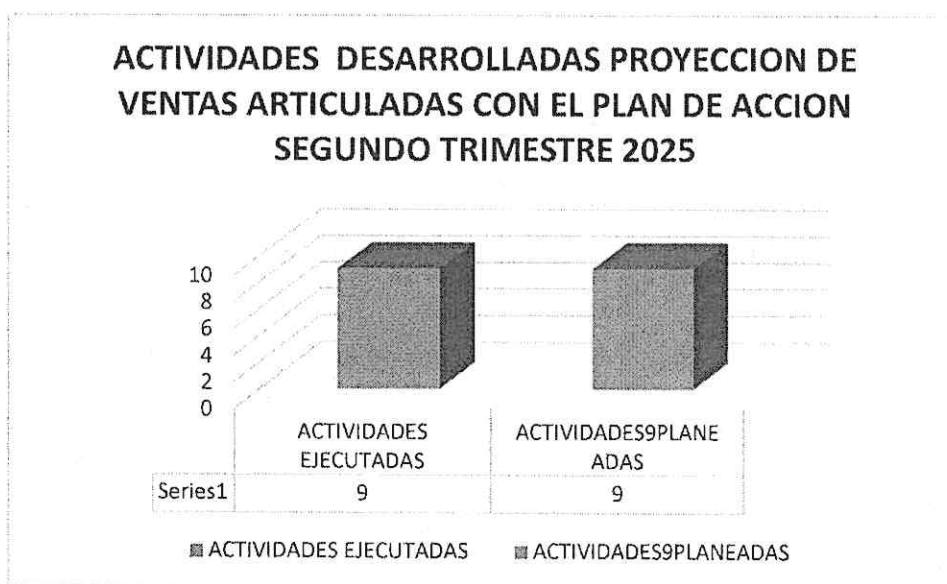
1.2.1 Cumplimiento de actividades del plan de acción, indicador que se presenta de manera trimestral.

Mide el cumplimiento de actividades del plan de acción en lo que respecta a las ventas fijadas para el año 2025, relacionadas con operación de juegos que fueron programadas para el segundo trimestre, meta que está establecida en un cumplimiento mayor o igual al 90%; para el periodo evaluado la unidad operativa y comercial en el proceso de mercadeo y publicidad cumplió con el 100% de las actividades programadas en el plan de acción, la entidad llevo a cabo 9 actividades (9) actividades de las nueve (9) proyectadas, actividades que están relacionadas en el plan de acción de la entidad, alguna de las cuales se detallan a continuación:

1. Se llevó a cabo el estudio de riesgos, financiero, probabilidad, jurídico, comercial para realizar el nuevo plan de premios de los sorteos ordinarios, el cual empieza a partir del 1 de agosto y el plan de premios del sorteo extraordinario que se juega el 4 de octubre.
2. Se continua con el proyecto de posicionamiento de la venta en línea, canal propio de comercialización a través de la página Web de la entidad en donde las personas que se encuentre en cualquier lugar incluso fuera del país puedan adquirir el billete en línea.
3. Se realizó un billete especial en conmemoración del folclorito colombiano, el cual se promociono en los días del tamal, lechona, achiras, sombrero y chicha.
4. Se realizaron visitas a entidades como Comfatolima , Cámara de Comercio, Gobernación del Tolima, Comité de Cafeteros, Fabrica de Licores del Tolima, entre otras, promocionando el club VIP y el billete de la semana de cada sorteo.

5. Se realizaron promocionales condicionados a la compra del billete completo y/o unifraccional, en donde se sortearon premios adicionales como viajes, bonos, motos, entre otros con el fin de motivar la compra del billete completo.
6. Se promovió el posicionamiento de la Lotería a nivel Departamental, asistiendo a diferentes eventos masivos programados en los diferentes municipios, así como atender a las jornadas programadas por la Gobernación en donde hubo la presencia de la oferta institucional en los municipios de Fresno, Valle de San Juan, Chaparral, Espinal, Coyaima, Rioblanco, entre otros.
7. Se realizaron alianzas de comercialización través de promocionales para la venta física y virtual a nivel Nacional con Loticolombia y el promocional Tolimania, vinculando a distribuidores a nivel Nacional.
8. Se hizo entrega de material publicitario como gorras, chalecos de hoy es tu día de suerte, bolsos, por billetes, y tulas a la fuerza de ventas de Cajamarca, Fresno, Ibagué, Bogotá, Fusagasugá, Girardot, Armenia, Pereira y Manizales.

En la siguiente gráfica, se visualiza el comportamiento de este indicador



1.3 PROCESO CONTROL DE JUEGOS

1.3.1 Cumplimiento al Plan de trabajo control juego ilegal, indicador que se presenta de manera semestral.

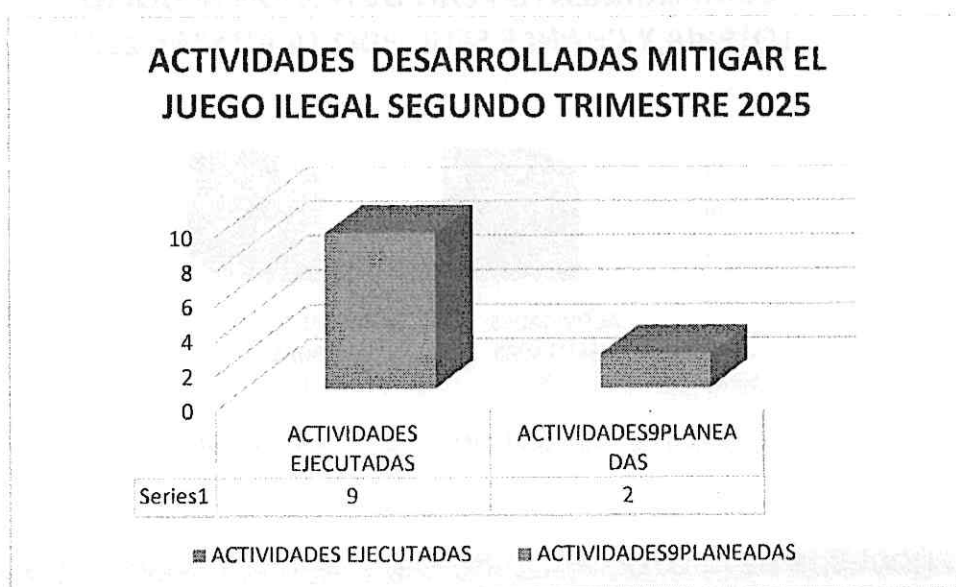
Mide la satisfacción de las necesidades y requisitos del cliente a través del juego ilegal, la entidad mediante actividades y controles efectivos, busca satisfacer las necesidades del cliente, de suma importancia estos controles ya que con ellos la lotería incrementa las transferencias a la Salud del Departamento. Con corte al 30 de junio, estas actividades tuvieron un cumplimiento del 100%, respecto al indicador que está proyectado a un cumplimiento igual o mayor al 90%, la entidad realizó dos (2) actividades en el semestre, de dos (2) planeadas.

La Lotería del Tolima viene realizando varias acciones en el departamento para mitigar el juego ilegal, dentro de ellas está la de efectuar diferentes campañas de concientización sobre los riesgos del juego ilegal y la importancia de jugar de manera responsable y segura, capacitación y sensibilización a operadores, autoridades sobre la importancia del juego legal, colaboración institucional para combatir el juego ilegal, planes de acción, acciones que buscan proteger a los jugadores y garantizar que los recursos generados por el sector del juego beneficien a la sociedad e incrementen las transferencias al sector salud.

Se realizaron diferentes visitas a los municipios en el marco de la campaña "ser legal está de moda", tales como: Armero, Espinal, Coyaima, Valle de San Juan, Libano, Murillo, entre otros, con el fin de concientizar a la población de los beneficios de jugar legal y las consecuencias de jugar de forma ilegal.

Igualmente, las campañas se han extendido a las redes sociales en donde se pautan cuñas radiales, piezas gráficas para redes sociales y canales de televisión, ediciones impresas con slogan ser legal esta de moda.

En la siguiente grafica se refleja el comportamiento del indicador.



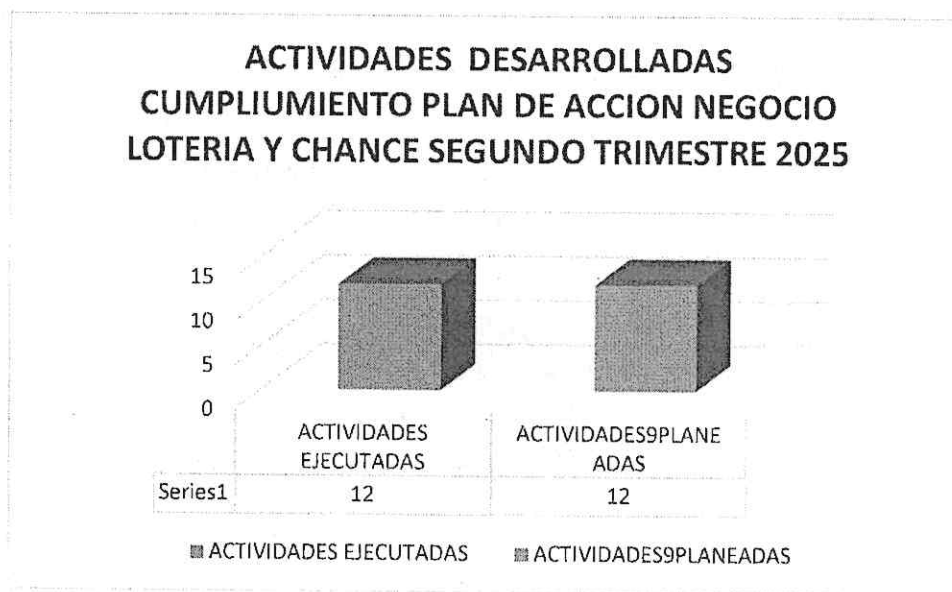
1.3.2 Cumplimiento a las actividades del plan de acción relacionadas con las unidades de negocio de la lotería y chance, indicador que se presenta de manera semestral.

Mide el cumplimiento de actividades del plan de acción relacionadas con las unidades de negocio de la lotería y chance programadas para el segundo trimestre 2025 meta que está establecida en un cumplimiento mayor o igual al 90%; para el periodo evaluado la unidad operativa y comercial en el proceso de control de juegos cumplió con el 100% de las doce (12) actividades programadas en el plan de acción, se cumplieron en su totalidad, las cuales se detallan a continuación:

1. Se realizaron auditorias en la ciudad de Ibagué, Espinal, Rovira, Ambalema, Fresno, Mariquita,

- Chaparral, los días 20 de febrero y 19 de marzo.
- Se realizaron las visitas a escrutinios el día 3 de marzo y 5 de mayo de 2025, en donde se verificó la venta, el número de formularios comercializados, las colillas anuladas, información que fuera verificada en el servidor espejo.
 - Se realizaron 2 visitas a bodega de rollos, 17 de enero, 5 de marzo y 12 de mayo en donde se verificaron que los rollos cumplieran con las especificaciones técnicas y de seguridad requeridas por la norma.
 - Se realizaron visitas programadas a los puntos de venta en la ciudad de Ibagué durante los días 14 de marzo, 10 de abril y 15 de mayo. El día 20 de marzo se visitó Cajamarca y límites con el departamento del Quindío, el 5 de junio se realizó auditoría en el municipio de Mariquita, la Victoria Caldas, visitas que apuntaron a la verificación de la venta, óptima utilización de los rollos, y el cumplimiento de las condiciones de los puntos de venta.
 - Entre otras actividades.

En siguiente grafica se registra el comportamiento del indicador.



2 PROCESOS DE APOYO

Dentro del proceso de apoyo, existen tres (3) indicadores con medición mensual, trimestral y semestral los cuales son de suma importancia para la entidad, ya que orientan su análisis al cumplimiento de la misión y objetivos; los mismos permiten evaluar el cumplimiento de los ingresos de los gastos generados por la entidad durante este periodo.

2.1 PROCESO GESTION FINANCIERA

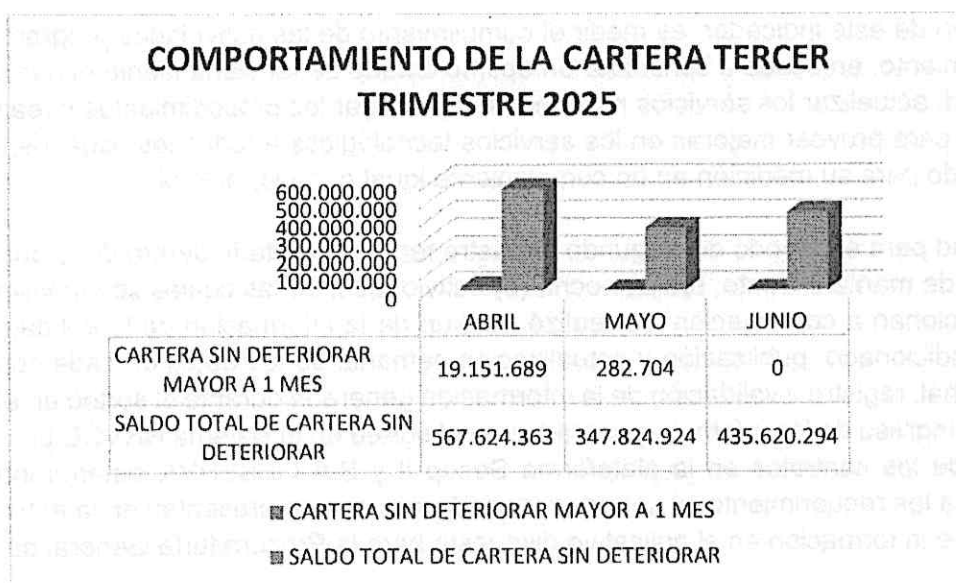
Gestión Financiera es un proceso que tiene un (1) indicador

2.1.1 seguimiento a la cartera sin deteriorar. Indicador que se presenta de manera mensual.

El objetivo de este indicador, es visualizar el comportamiento de la cartera de la entidad mensualmente; la eficiente gestión de las cuentas por cobrar a los distribuidores depende de la liquidez de la lotería conllevando a que exista un adecuado cumplimiento de las obligaciones y compromisos de la empresa. Indicador que está proyectado para su medición en un cumplimiento igual o menor a un 20%, queriendo decir con esto, que la lotería realizara las gestiones necesarias para que la cartera no corra riesgos y se vuelva incobrable, afectando los estados financieros de la entidad.

La Lotería del Tolima para los meses de abril, mayo y junio de 2025, tuvo un comportamiento adecuado en el manejo de la cartera, pues sus índices estuvieron muy por debajo de su meta; para el mes de abril, tuvo un comportamiento de 3%(cartera sin deteriorar mayor a 1 mes 19.151.689/saldo total de cartera sin deteriorar \$ 567.624.363), para el mes de mayo, tuvo un comportamiento de 0%(cartera sin deteriorar mayor a 1 mes 282.704/saldo total de cartera sin deteriorar \$ 347.824.924), para el mes de junio, tuvo un comportamiento de 0%(cartera sin deteriorar mayor a 1 mes 0/saldo total de cartera sin deteriorar \$ 435.620.294).

En la siguiente gráfica, se visualiza el comportamiento de este indicador:



2.2 PROCESO GESTION HUMANA

Gestión Humana es un proceso que tiene un (1) indicador:

2.2.1 Medir la efectividad de las capacitaciones, indicador que se presenta de manera trimestral.

El objetivo de este indicador, es el de verificar el cumplimiento de la calidad de las capacitaciones, la entidad interesada en fortalecer los procesos de la entidad, busca mediante las capacitaciones mejorar

el desempeño de las competencias laborales, indicador que está proyectado para su medición en un cumplimiento igual o mayor al 75%, la entidad para el periodo del segundo trimestre tenía proyectado dentro del plan de capacitaciones de talento humano y bienestar social realizar cuatro (4) capacitaciones, de las cuales se cumplieron en su totalidad, cumpliéndose con el 100% del índice propuesto. Estas, se orientaron a capacitación de habilidades blandas, manejo de extintores, simulacros y primer auxilio, aplicación de batería de riesgo psicológica. indicador que al 30 de junio se cumplió en un 91,53%; para la medición del presente indicador, se utilizó el formato GH-R-013 (evaluación de la capacitación), en donde el personal capacitado calificó la aplicación de los conocimientos adquiridos en las respectivas capacitaciones y cómo influyen en su vida laboral; el resultado surge de dividir la sumatoria del puntaje obtenido de la evaluación del asistente sobre el número de evaluaciones reportadas por 40 según la referencia de la evaluación según formato R-104 y luego se divide entre 100 $((1611/(44 \times 40)) \times 100) = 91,53\%$.

2.4 PROCESO GESTION INFORMATICA

Gestión Informática, es un proceso que tiene un (1) indicador:

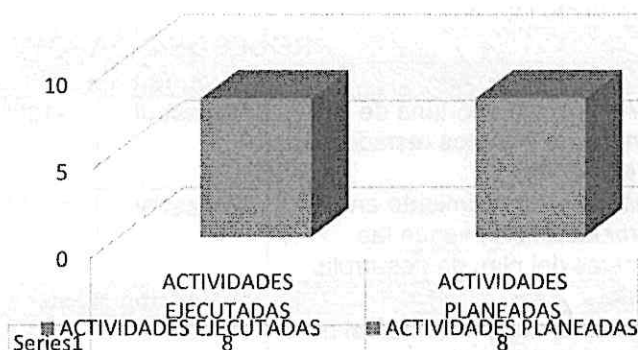
2.4.1 Medir el cumplimiento de actividades del plan de acción de gestión informática., Indicador que se presenta de manera trimestral.

El objetivo de este indicador, es medir el cumplimiento de las actividades programadas en el plan de mantenimiento, enfocado a conservar en optimo estado de funcionamiento el hardware y software de la entidad, actualizar los servicios habilitados, normalizar los procedimientos y realizar el seguimiento y control para proveer mejoras en los servicios tecnológicos a todos los usuarios, indicador que está proyectado para su medición en un cumplimiento igual o mayor al 85%.

La entidad para el periodo del segundo trimestre tenía proyectado dentro del cronograma para el año y el plan de mantenimiento, realizar ocho (8) actividades, de las cuales se cumplieron en su totalidad y se relacionan a continuación: se realizó Backup de la información de la entidad, mantenimiento al aire acondicionado, publicación y actualización semanal de los datos de cada sorteo en el sitio web institucional, registro y validación de la información generada durante el sorteo en el software de venta en línea, ingreso de los informes generados en el sorteo en el sistema NRVCC para su registro oficial, registro de los contratos en la plataforma Secop II y SIA OBSERVA sistema integral de auditoria, atención a los requerimientos y soportes tecnológicos que se presenten en la entidad, actualización y registro de información en el aplicativo dispuesto para la Procuraduría General de la Nación.

En la siguiente gráfica, se visualiza el comportamiento de este indicador:

ACTIVIDADES DESARROLLADAS GESTION INFORMATICA SEGUNDO TRIMESTRE 2025



3 PROCESO EVALUACION Y SEGUIMIENTO

Gestión Control interno, es un proceso que tiene un (1) indicador:

3.1 Cumplimiento plan de auditorías, Indicador que se presenta de manera semestral.

El objetivo de este indicador, es medir el cumplimiento de las acciones de mejora de los procesos de la entidad, con el fin de eliminar las no conformidades. Mediante Acta de Comité Institucional de Coordinación de Control Interno No 001 del 21 de marzo de 2025 se aprobó el plan de auditorías a los procesos de la entidad para los días 6,7 Y 8 de mayo de 2025, con el fin de establecer el grado de madurez y la eficacia de los procesos de gestión, de Direccionamiento Estratégico, Operación de Juegos, Mercadeo y Publicidad, Control de Juegos, Gestión Informática, Bienes y Servicios, Gestión Humana, Gestión Financiera y Control Interno, así como la identificación de los riesgos y oportunidades que puedan surgir en el curso de la misma.

Realizada la auditoria de calidad a los procesos, se pudieron determinar dos (2) No Conformidades que recayeron en el proceso de gestión informática; identificada las mismas, se dio a conocer al líder del proceso y en el término establecido se presentó el plan de mejora

CONSOLIDADO DE INDICADORES AL 30 DE JUNIO DE 2025

No	Proceso	Frecuencia	Meta	Trimestre II	
				Resultado	Observaciones
INDICADORES DE MEDICION					
1	PROCESOS MISIONALES				

1.1	Mercadeo y Publicidad				
1.1.1	Establecer el grado de satisfacción del producto en el cliente	Semestral	$\geq 80\%$	100%	CUMPLE
1.2	Operación de Juegos				
1.2.1	Cumplimiento en las proyecciones de venta del producto lotería	Trimestral	$\geq 90\%$	100%	CUMPLE
2	PROCESOS DE APOYO				
2.1	Gestión Financiera				
2.1.1	Verificación oportuna de ingresos y gastos (estado de resultados)	Trimestral	$> 100\%$	100%	CUMPLE
2.1.2	Medir el cumplimiento en transferencias según las metas del plan de desarrollo	Trimestral	$= 100\%$	100%	CUMPLE
2.2	Gestión Humana				
2.2.1	Medir el cumplimiento del plan de capacitaciones	Trimestral	$\geq 90\%$	100%	CUMPLE
2.2.2	Medir el cumplimiento del plan de bienestar	Trimestral	$\geq 90\%$	100%	CUMPLE
2.3	Gestión Informática				
2.3.1	Medir el cumplimiento de actividades del plan de acción de gestión informática	Trimestral	$\geq 85\%$	100%	CUMPLE
3	PROCESO EVALUACION Y SEGUIMIENTO				
3.1	Mejoramiento Continuo	Semestral	$\geq 70\%$	100%	CUMPLE

En la siguiente gráfica, se visualiza el cumplimiento de los indicadores

No	Proceso	Frecuencia	Meta	Trimestre II	
				Resultado	Observaciones
INDICADORES DE SEGUIMIENTO					
1	PROCESOS MISIONALES				
1.1	Mercadeo y Publicidad				
1.1.1	Determinar el grado de respuesta de la Lotería del Tolima frente al cliente	Semestral	>=90%	100%	CUMPLE
	Cumplimiento de actividades del plan de acción relacionadas con mercadeo y publicidad	Trimestral	>=90%	100%	CUMPLE
1.2	Operación de Juegos				
1.2.1	Cumplimiento de actividades del plan de acción	Trimestral	>=90%	100%	CUMPLE
Control de Juegos					

	Cumplimiento al Plan de trabajo control juego ilegal	Semestral	$\geq 90\%$	100%	CUMPLE
	Cumplimiento a las actividades del plan de acción relacionadas con las unidades de negocio de la lotería y chance	Semestral	$\geq 90\%$	100%	CUMPLE
2	PROCESOS DE APOYO				
2.1	Gestión Financiera				
	seguimiento a la cartera sin deteriorar	Mensual	$\geq 20\%$		
2.2.	Gestión Humana				
2.2.1	Medir la efectividad de las capacitaciones	Trimestral	$\geq 75\%$	100%	CUMPLE
2.3	Gestión Informática				
2.3.1	Medir el cumplimiento de actividades del plan de acción de gestión informática	Trimestral	$\geq 85\%$	100%	CUMPLE
3	PROCESO EVALUACION Y SEGUIMIENTO				
3.1	Cumplimiento plan de auditoria	Semestral	$\geq 90\%$	100%	CUMPLE

CONCLUSIONES

La Lotería del Tolima para el segundo trimestre de 2025 de los diecisiete (17) indicadores que miden la gestión de los procesos evaluados para el periodo, todos cumplieron sus proyecciones, generando con ello un valor que demuestra la eficacia, eficiencia y efectividad con que la entidad a través de los procesos viene cumpliendo con las metas y objetivos propuestos, conllevando a que la alta dirección tome directrices oportunas que se reflejan en la gestión institucional.

El cumplimiento de los indicadores a los procesos de la entidad para el periodo evaluado, representan una medida gerencial que permite evaluar el desempeño de la organización frente a sus metas y objetivos, coadyuvando a que la gestión de la organización sea eficaz y eficiente.

RECOMENDACIONES

Seguir fortaleciendo las estrategias comerciales que ha implementado la alta dirección y que han permitido el incremento en la venta de la lotería y por ende el incremento de las transferencias a la salud del departamento.

Mantener dentro de las estrategias comerciales, los incentivos ofrecidos a los distribuidores,

loteros y partes interesadas para motivarlos a que el incremento de la venta de la lotería no solo beneficia a los tolimeses, sino que ellos también son beneficiados con la buena gestión de su actividad.

La importancia y la efectividad de seguir fortaleciendo la página Web de la entidad como herramienta tecnológica el cual favorece a los clientes internos y externos de acceder de una forma ágil y oportuna a la información de los productos, y servicios, noticias, promociones, gestión administrativa, entre otros; generando a sus clientes un alto nivel de confianza del producto ofrecido.

Cordialmente,



FREDDY MAURICIO BASTIDAS ORTIZ
Jefe Control interno