Código: GD-D-04	LOTERÍA DEL QUINDÍO PLANES DE ACCIÓN VIGENCIA 2025	Versión: 06	Fecha de Aprobación: 07/01/2025
		TIPO DOCUMENTO CONTROLADO	

0,10437903

ESTRATEGIA: *"DESDE EL CORAZÓN DE COLOMBIA JUEGO LEGAL, JUEGO SEGURO CON LA LOTERIA DEL QUINDIO"*

Actividades	Meta	Indicadores	Recursos: Tipo	Recursos: Depende de información	Periodo de ejecución: Fecha Inicial	Periodo de ejecución: Fecha Final	¿Quién lo ejecuta? Responsable	LINEA DE TIEMPO (meses): 1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. OBJETIVO: CRECIMIENTO EN VENTAS **Transferir recursos al sector salud, a través de la sostenibilidad de las ventas a nivel local y nacional**																			
CANAL: COMPRADORES / APOSTADORES																			
Desarrollo de juegos promocionales	Realizar 7 campañas promocionales en las modalidades promocionales: •Pasapasa escala •Puntos plan de premios •Bono de premio •Día del padre •7de de la independencia •Amor y amistad •Navidad	No. de juegos realizados	Económicos	Proyecto Plan estratégico de ventas 2022 Plan estratégico de ventas	2/01/2022	31/12/2022	Líder Promoc Comercialización y Ventas Líder Gestión Jurídica												
Elaboración de los estudios para la viabilidad de un Nuevo Plan de Premios	Elaborar un estudio	No. de estudios realizados	Económicos	Estudios del sector	2/01/2022	31/12/2022	Líder Promoc Comercialización y Ventas Líder Gestión Jurídica												
Realizar el lanzamiento del nuevo plan de premios con alcance nacional	Desarrollar una (1) campaña a través de las siguientes medios: Sorteos Plan de Premios Efectivo Pasapasa Quindío Mecanismos para bonos en los municipios Pasaloto Nuevo Plan de Premios Bono nuevo plan de premios)	No. de campañas realizadas	Económicos	Registro Estadístico Informes	2/01/2022	31/12/2022	Líder Promoc Comercialización y Ventas Líder Gestión Jurídica												
Posicionar la marca de la Lotería del Quindío y promocionar el nuevo Plan de premios	Realizar 22 salidas de BTL con la cercanía de la ciudadanía a los diferentes comunas y municipios del departamento del Quindío Realizar 2 salidas promocionales Realizar con concursos a transmitir a través de boletín. Y posicionar el nuevo plan de premios con el objetivo de incentivar el juego legal	2 de salidas promocionales 22 salidas promocionales	Económicos Humanos Redes sociales Página web	Proyecto Plan estratégico de ventas 2022 Plan estratégico de ventas	2/01/2022	31/12/2022	Líder Promoc Comercialización y Ventas Líder Gestión Jurídica												
Continuar con la estrategia para identificar a los ganadores como embajadores de la Lotería del Quindío y difundir a través de medios	Implementar 1 plan de difusión de ganadores a nivel nacional Implementar 1 plan de difusión de ganadores a nivel nacional Implementar 1 plan de difusión de premiaciones entregadas a nivel nacional	No. de difusiones de ganadores con punto de venta (al menos 2 difusiones mensuales de ganadores) No. de difusiones de premiaciones entregadas al público en el mes (2 difusiones de premios de ganadores)	Redes sociales Página web	Proyecto Plan estratégico de ventas 2022 Plan estratégico de ventas Proyecto Plan estratégico de ventas 2022 Plan estratégico de ventas	2/01/2022	31/12/2022	Líder Promoc Comercialización y Ventas Líder Gestión Jurídica												
Continuar con la estrategia para comunicar que la Lotería del Quindío es una de las que más premiación entrega a los apostadores con el slogan "La lotería del Quindío, la de muchos ganadores" y difundir en medios	Realizar las transferencias al sector salud por valor de $11.500.000.000	12 transferencias al sector salud 12 transferencias al sector salud	Económicos	Informe de transferencias	2/01/2022	31/12/2022	Gerente												
Desarrollar una estrategia que cuente historias de vida inspiradoras de ganadores de la Lotería del Quindío y difundir a través de medios	Desarrollar 3 historias al año utilizando piezas gráficas publicadas por las redes sociales del Lotería	No. De historias campañas	Redes sociales Página web	Proyecto Plan estratégico de ventas 2022	2/01/2022	31/12/2022	Líder Promoc Comercialización y Ventas												
Realizar transferencias al sector salud	Realizar las transferencias al sector salud por valor de $11.500.000.000	12 transferencias al sector salud	Económicos	Informe de transferencias	2/01/2022	31/12/2022	Gerente												
CANAL: DISTRIBUIDORES																			
Mantener las ventas virtuales de Lotería	Que el 14% de la venta total de la lotería corresponda a lotería virtual. Línea base: 2021-2022	Porcentaje de cumplimiento	Económicos	Analisis de ventas	2/01/2022	31/12/2022	Líder Promoc Comercialización y Ventas Líder Gestión Jurídica												
Realizar 3 retos comerciales con los canales de venta virtuales	Incremento a sustentarnos en un 5% de las ventas en el sorteo durante el periodo de la estrategia	Incremento sustentado en las ventas	Económicos Humanos Redes sociales Página web	Analisis de ventas	2/01/2022	31/12/2022	Líder Promoc Comercialización y Ventas												
CANAL: NUEVOS DISTRIBUIDORES																			
Difusión de la campaña de promoción de las ventas en línea de la Lotería del Quindío a través del balcón PIR	La campaña ejecutada	No. De actividades realizadas/total actividades planificadas	Económicos Humanos Redes sociales Página web	Proyecto Plan estratégico de ventas 2022 Plan estratégico de ventas	2/01/2022	31/12/2022	Líder Promoc Comercialización y Ventas												
CANAL: ABONADOS																			
Suscribir clientes al club de abonados	6 clientes nuevos en el trimestre	No. de clientes nuevos	Humanos	Proyecto Plan estratégico de ventas 2022	2/01/2022	31/12/2022	Líder Promoc Comercialización y Ventas												
Plan de incentivos al club de abonados	100% de cumplimiento	No. de actividades ejecutadas/programadas	Económicos	Proyecto Plan estratégico de ventas 2022	2/01/2022	31/12/2022	Líder Promoc Comercialización y Ventas												
2. OBJETIVO: RESPONSABILIDAD SOCIAL **Desarrollar programas de responsabilidad social que mejoren las condiciones de vida de los loteros del departamento del Quindío**																			
Elaboración del portafolio para los loteros con el nuevo plan de premios y las campañas comerciales y de venta	1 portafolio entregado y socializado	No. De portafolios	Económicos Logísticos Humanos	Proyecto Plan estratégico de ventas 2022	2/01/2022	31/12/2022	Líder Promoc Comercialización y Ventas												
Implementación de la estrategia plan cotilla	1 estrategia implementada	No. De estrategias ejecutadas			2/01/2022	31/12/2022	Líder Promoc Comercialización y Ventas Líder Gestión Jurídica												
Realizar charlas de ventas con los loteros enfocados a la legalidad y el posicionamiento del nuevo plan de premios.	11 charlas de ventas al año	No. De reuniones realizadas (ACUERDOS)	Económicos Logísticos Humanos	Proyecto Plan estratégico de ventas 2022	2/01/2022	31/12/2022	Líder Promoc Comercialización y Ventas												
Dignificar la actividad laboral y comercial del lotero a través de la formación en competencias en ventas	100% de las actividades planificadas en la segunda etapa del proceso	No. De actividades ejecutadas/planificadas	Económicos Logísticos Humanos	Planes sectoriales Registros de capacitación, Medios de asistencia	2/01/2022	31/12/2022	Gerente												
CANAL: NUEVOS LOTEROS																			
Replicar la campaña "Ser lotero pagas" (mujeres emprendedoras, jóvenes)	Realizar una campaña de reclutamiento de nueva fuerza de ventas	1 campaña socializada	Redes sociales Página web	Proyecto Plan estratégico de ventas 2022	2/01/2022	31/12/2022	Líder Promoc Comercialización y Ventas												
3. OBJETIVO: CLIENTES Y PARTES INTERESADAS **Incrementar la satisfacción de nuestros clientes directos e indirectos mediante la atención oportuna de sus necesidades**																			
Aplicación encuestas de satisfacción de clientes a (compradores, distribuidores, abonados) y partes interesadas (loteros)	>=80% Deseable	Porcentaje de satisfacción de los clientes que califican positivamente el servicio. Total de clientes encuestados	Humanos Logístico	Encuestas de satisfacción Base de datos Informe de resultados	2/01/2022	31/12/2022	Líder Promoc Comercialización y Ventas												
4. OBJETIVO: FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN **Retroalimentar la gestión de la organización a través del mejoramiento continuo de todos sus procesos**																			
Continuar con la implementación de los estándares de MIPG (Sistema de Calidad y Seguridad y Salud en el trabajo	100% de cumplimiento de los planes de trabajo	No. de actividades ejecutadas/programadas	Económicos Humanos	Plan de trabajo Informes	2/01/2022	31/12/2022	Líderes de procesos												
5. OBJETIVO: POSICIONAMIENTO DE MARCA **Desarrollar estrategias que permitan dar a conocer el producto de la Lotería del Quindío a nivel nacional**																			
Aumentar los seguidores de las redes sociales oficiales de la lotería, como Facebook, Instagram y demás para mejorar el alcance de la promoción de los premios/sorteos y sorteos	Incremento mensual de los seguidores de las redes sociales (línea base, reporte último trimestre 2022)	No. de seguidores	Económicos Humanos Redes sociales Página web	Métricas que arrojan las redes sociales	2/01/2022	31/12/2022	Líder Promoc Comercialización y Ventas Líder Gestión Jurídica												
Comunicación estratégica promocional de la Lotería aumentando la publicación de fotos, piezas gráficas por medio de redes sociales	Postulación de 12 piezas publicitarias mensuales	No. de piezas publicitarias	Económicos Humanos Redes sociales Página web	Métricas que arrojan las redes sociales	2/01/2022	31/12/2022	Líder Promoc Comercialización y Ventas Líder Gestión Jurídica												
Actividades encaminadas al cumplimiento de los compromisos adquiridos en el PACTO POR LA LEGALIDAD	Realizar 2 reuniones al año	No. De reuniones	Humanos	Resolución de conformación Actas de reunion	2/01/2022	31/12/2022	Líder Gestión Jurídica												

Actividades	Enero: Meta cuantitativa	Enero: Descripción cualitativa (concisa)	Febrero: Meta cuantitativa	Febrero: Descripción cualitativa (concisa)	Marzo: Meta cuantitativa	Marzo: Descripción cualitativa (concisa)	Abril: Meta cuantitativa	Abril: Descripción cualitativa (concisa)	Mayo: Meta cuantitativa	Mayo: Descripción cualitativa (concisa)	Junio: Meta cuantitativa	Junio: Descripción cualitativa (concisa)	Julio: Meta cuantitativa	Julio: Descripción cualitativa (concisa)	Agosto: Meta cuantitativa	Agosto: Descripción cualitativa	Septiembre: Meta cuantitativa	Septiembre: Descripción cualitativa	Octubre: Meta cuantitativa	Octubre: Descripción cualitativa	Noviembre: Meta cuantitativa	Noviembre: Descripción cualitativa	Diciembre: Meta cuantitativa	Diciembre: Descripción cualitativa
1. OBJETIVO: CRECIMIENTO EN VENTAS																								
CANAL: COMPRADORES / APOSTADORES																								
Desarrollo de juegos promocionales			100%	En ceiba el lanzamiento de la campaña escala a través de los redes sociales donde se le informa a los clientes la mecánica del concurso y se incentiva a que participen que van desde el sorteo 2853 hasta el sorteo 2870.	100%	En sorteos con la campaña escala a través de las redes sociales donde se le informa a los clientes la mecánica del concurso y se incentiva a que participen que van desde el sorteo 2853 hasta el sorteo 2870.	100%	El 12 de abril se realizó el sorteo del día de Boyacá. A través de un directo en las redes sociales en el marco del lanzamiento del plan de premios se le informa a los clientes la mecánica del concurso y se incentiva a que participen que van desde el sorteo 2871 hasta el sorteo 2882.	100%	En ceiba el lanzamiento de la campaña del día del padre a través de las redes sociales donde se le informa a los clientes la mecánica del concurso y se incentiva a que participen que van desde el sorteo 2883 hasta el sorteo 2897.	100%	En sorteos con la campaña escala a través de las redes sociales donde se le informa a los clientes la mecánica del concurso y se incentiva a que participen que van desde el sorteo 2898 hasta el sorteo 2912.	100%	En sorteos con la campaña escala a través de las redes sociales donde se le informa a los clientes la mecánica del concurso y se incentiva a que participen que van desde el sorteo 2913 hasta el sorteo 2927.	100%	En ceiba el lanzamiento de la campaña del día del padre a través de las redes sociales donde se le informa a los clientes la mecánica del concurso y se incentiva a que participen que van desde el sorteo 2928 hasta el sorteo 2942.	100%	En sorteos la alianza mi antioquia entre el evento mitos y leyendas y la lotería del Quindío con la campaña escala a través de las redes sociales donde se le informa a los clientes la mecánica del concurso y se incentiva a que participen que van desde el sorteo 2943 hasta el sorteo 2957.	100%	En ceiba el lanzamiento de la campaña de amor y amistad a través de las redes sociales donde se le informa a los clientes la mecánica del concurso y se incentiva a que participen que van desde el sorteo 2958 hasta el sorteo 2972.	100%	En sorteos con la campaña escala a través de las redes sociales donde se le informa a los clientes la mecánica del concurso y se incentiva a que participen que van desde el sorteo 2973 hasta el sorteo 2987.	100%	En ceiba el lanzamiento de la campaña de navidad a través de las redes sociales donde se le informa a los clientes la mecánica del concurso y se incentiva a que participen que van desde el sorteo 2988 hasta el sorteo 3000.	100%	En sorteos con la campaña escala a través de las redes sociales donde se le informa a los clientes la mecánica del concurso y se incentiva a que participen que van desde el sorteo 3001 hasta el sorteo 3015.	100%	En sorteos con la campaña escala a través de las redes sociales donde se le informa a los clientes la mecánica del concurso y se incentiva a que participen que van desde el sorteo 3016 hasta el sorteo 3029.
Elaboración de los estudios para la viabilidad de un Nuevo Plan de Premios			30%	En empresas con el proceso de recolección de la información para responder con los estudios para los cambios del plan de premios Se presenta el nuevo plan de premios a la junta de gerencia para aprobación de la misma y posterior aprobación de CIN.ENSOSO. En empresas con el desarrollo de la campaña de lanzamiento y difusión del nuevo plan de premios. Se envía a través de correos a todos los distribuidores el material impreso con la información del nuevo plan de premios, volantes, afiches y afiches.	100%	Se presenta el nuevo plan de premios para aprobación de la junta y posterior aprobación de CIN.ENSOSO. En empresas con el desarrollo de la campaña de lanzamiento y difusión del nuevo plan de premios. Se envía a través de correos a todos los distribuidores el material impreso con la información del nuevo plan de premios, volantes, afiches.																								
Realizar el lanzamiento del nuevo plan de premios con alcance nacional					50%	En el mes de abril realizar el lanzamiento del plan de premios a nivel nacional. Se envía a través de correos a todos los distribuidores	100%	En el mes de abril realizar el lanzamiento del plan de premios a nivel nacional. Se envía a través de correos a todos los distribuidores																				
Posicionar la marca de la Lotería del Quindío y promocionar el nuevo Plan de premios			50%	Se suscribe contrato de BTL se realiza el 20 de febrero de 2022	100,00%	En el mes de febrero se realizaron 2 salidas de BTL, los día 2, 8, 16 y 22 de febrero, acompañadas del tronado y la chiviada, redoblante, tronado y acompañamiento musical dedicaos a la lotería del Quindío.	100,00%	En el mes de marzo se realizaron 5 salidas de BTL, los día 1, 8, 15, 22 y 29 de marzo, acompañadas del tronado y la chiviada, redoblante, tronado y acompañamiento musical dedicaos a la lotería del Quindío.	100%	En el mes de abril se realizaron 4 salidas de BTL, los día 5, 12, 19 y 26 de abril, acompañadas del tronado y la chiviada, redoblante, tronado y acompañamiento musical dedicaos a la lotería del Quindío.	100%	En el mes de junio se hizo exposición de marca en dos parroquias, relacionadas con el entrado nacional del sagrado corazón de jesús.	100%	En el mes de julio se realizaron 4 salidas de BTL, los día 3, 10, 17 y 24 de julio, acompañadas del tronado y la chiviada, redoblante, tronado y acompañamiento musical dedicaos a la lotería del Quindío.	100%	En el mes de agosto se realizaron 4 salidas de BTL, los día 7, 14, 21 y 28 de agosto, acompañadas del tronado y la chiviada y el día de agosto se acompañó la actividad de la Gobernación en el barrio Uniones, en el marco de la celebración de la lotería y el día de agosto se acompañó la actividad de la Gobernación en el barrio la Unión en el marco de la transparencia.	100%	En el mes de septiembre se realizaron 4 salidas de BTL, los día 4, 11, 18 y 25 de septiembre, acompañadas del tronado y la chiviada y el día de septiembre se acompañó el evento del día del día de el Quindío, en el marco de la celebración de la lotería y el día de septiembre se acompañó el evento del día del día de el amor y la alegría en alianza con el gobierno para conmemorar el día de la transparencia.	100%	En el mes de octubre se realizaron 4 salidas de BTL, los día 2, 9, 16 y 23 de octubre, acompañadas del tronado y la chiviada, redoblante, tronado y acompañamiento musical dedicaos a la lotería del Quindío.	100%	En el mes de noviembre se realizaron 4 salidas de BTL, los día 6, 13, 20 y 27 de noviembre, acompañadas del tronado y la chiviada, redoblante, tronado y acompañamiento musical dedicaos a la lotería del Quindío.	100%	En el mes de diciembre se realizaron 4 salidas de BTL, los día 4, 11, 18 y 25 de diciembre, acompañadas del tronado y la chiviada, redoblante, tronado y acompañamiento musical dedicaos a la lotería del Quindío.
Continuar con la estrategia para identificar a los ganadores como embajadores de la Lotería del Quindío y difundir a través de medios			100%	En el mes febrero se publicaron tres piezas publicitarias con el slogan " La lotería del Quindío, la de muchos ganadores", en los que se publican los premios entregados al público apostador.	100%	En el mes de marzo se publicaron tres piezas publicitarias con el slogan " La lotería del Quindío, la de muchos ganadores", en los que se publican los premios entregados al público apostador.	100%	En el mes de abril se publicaron dos piezas publicitarias con el slogan " La lotería del Quindío, la de muchos ganadores", en los que se publican los premios entregados al público apostador.	100%	En el mes de mayo se publicaron cuatro piezas publicitarias con el slogan " La lotería del Quindío, la de muchos ganadores", en los que se publican los premios entregados al público apostador.	100%	En el mes junio se publicaron cuatro piezas publicitarias con el slogan " La lotería del Quindío, la de muchos ganadores", en los que se publican los premios entregados al público apostador.	100%	En el mes de julio se publicaron 5 piezas publicitarias con el slogan " La lotería del Quindío, la de muchos ganadores", en los que se publican los premios entregados al público apostador.	100%	En el mes de agosto se publicaron 5 piezas publicitarias con el slogan " La lotería del Quindío, la de muchos ganadores", en los que se publican los premios entregados al público apostador.	100%	En el mes de septiembre se publicaron 5 piezas publicitarias con el slogan " La lotería del Quindío, la de muchos ganadores", en los que se publican los premios entregados al público apostador.	100%	En el mes de octubre se publicaron 5 piezas publicitarias con el slogan " La lotería del Quindío, la de muchos ganadores", en los que se publican los premios entregados al público apostador.	100%	En el mes de noviembre se publicaron 5 piezas publicitarias con el slogan " La lotería del Quindío, la de muchos ganadores", en los que se publican los premios entregados al público apostador.	100%	En el mes de diciembre se publicaron 5 piezas publicitarias con el slogan " La lotería del Quindío, la de muchos ganadores", en los que se publican los premios entregados al público apostador.
Desarrollar una estrategia que cuente historias de vida inspiradoras de ganadores de la Lotería del Quindío y difundir a través de medios					33%	Para el mes de abril el publicó a través de las redes sociales el testimonio de una de nuestros ganadores (jaiberth del pinero Reyes)																		
Realizar transferencias al sector salud			100%	Para el mes de febrero se realizaron transferencias al sector salud equivalentes a $1,157,597,000, con una participación sobre la venta del 8,70% (ejemplo, situación que de acuerdo a la proyectada para la vigencia enfatizamos en un 19,22% (ejemplo del rendimiento general)	100%	Para el mes de marzo se realizaron transferencias al sector salud equivalentes a $1,214,607,000, con una participación sobre la venta del 8,70% (ejemplo, situación que de acuerdo a la proyectada para la vigencia enfatizamos en un 19,22% (ejemplo del rendimiento general	100%	Para el mes de abril se realizaron transferencias al sector salud equivalentes a $1,201,461,511, con una participación sobre la venta del 8,70% (ejemplo, situación que de acuerdo a la proyectada para la vigencia enfatizamos en un 19,22% (ejemplo del rendimiento general	100%	Para el mes de mayo se realizaron transferencias al sector salud equivalentes a $1,166,298,501, con una participación sobre la venta del 8,70% (ejemplo, situación que de acuerdo a la proyectada para la vigencia enfatizamos en un 19,22% (ejemplo del rendimiento general	100%	Para el mes de junio se realizaron transferencias al sector salud equivalentes a $1,166,797,535, con una participación sobre la venta del 8,70% (ejemplo, situación que de acuerdo a la proyectada para la vigencia enfatizamos en un 19,22% (ejemplo del rendimiento general	100%	Para el mes de julio se realizaron transferencias al sector salud equivalentes a $1,229,991,161, con una participación sobre la venta del 8,70% (ejemplo, situación que de acuerdo a la proyectada para la vigencia enfatizamos en un 19,22% (ejemplo del rendimiento general	100%	Para el mes de agosto se realizaron transferencias al sector salud equivalentes a $1,199,592,995, con una participación sobre la venta del 8,70% (ejemplo, situación que de acuerdo a la proyectada para la vigencia enfatizamos en un 19,22% (ejemplo del rendimiento general	100%	Para el mes de septiembre se realizaron transferencias al sector salud equivalentes a $1,157,897,899, con una participación sobre la venta del 8,70% (ejemplo, situación que de acuerdo a la proyectada para la vigencia enfatizamos en un 19,22% (ejemplo del rendimiento general	100%	Para el mes de octubre se realizaron transferencias al sector salud equivalentes a $1,158,095,881, con una participación sobre la venta del 8,70% (ejemplo, situación que de acuerdo a la proyectada para la vigencia enfatizamos en un 19,22% (ejemplo del rendimiento general	100%	Para el mes de noviembre se realizaron transferencias al sector salud equivalentes a $1,157,897,899, con una participación sobre la venta del 8,70% (ejemplo, situación que de acuerdo a la proyectada para la vigencia enfatizamos en un 19,22% (ejemplo del rendimiento general	100%	Para el mes de diciembre se realizaron transferencias al sector salud equivalentes a $1,157,897,899, con una participación sobre la venta del 8,70% (ejemplo, situación que de acuerdo a la proyectada para la vigencia enfatizamos en un 19,22% (ejemplo del rendimiento general, $1,179 por encima de lo esperado en la vigencia 2022
CANAL: DISTRIBUIDORES																								
Mantener las ventas virtuales de Lotería			99,8%	El porcentaje de ventas virtuales del mes de febrero, fue de 14,98 % (ejemplo, 14,98% de ventas virtuales en el documento GD-R-01 Cuadro de mando indicadores.	100%	El porcentaje de ventas virtuales del mes de marzo, fue de 14,98 % (ejemplo, 14,98% de ventas virtuales en el documento GD-R-01 Cuadro de mando indicadores.	94,10%	El porcentaje de ventas virtuales del mes de abril, fue de 14,14 %, el cual se puede evidenciar en el documento GD-R-01 Cuadro de mando indicadores.	96%	El porcentaje de ventas virtuales del mes de mayo, fue de 14,32 %, el cual se puede evidenciar en el documento GD-R-01 Cuadro de mando indicadores.	100%	El porcentaje de ventas virtuales del mes de junio, fue de 14,98 % (ejemplo, 14,98% de ventas virtuales en el documento GD-R-01 Cuadro de mando indicadores.	99,52%	El porcentaje de ventas virtuales del mes de julio, fue de 14,98 % (ejemplo, 14,98% de ventas virtuales en el documento GD-R-01 Cuadro de mando indicadores.	100%	El porcentaje de ventas virtuales del mes de AGOSTO, fue de 15,13 %, el cual se puede evidenciar en el documento GD-R-01 Cuadro de mando indicadores.	100%	El porcentaje de ventas virtuales del mes de SEPTIEMBRE, fue de 14,98 %, el cual se puede evidenciar en el documento GD-R-01 Cuadro de mando indicadores.	100%	El porcentaje de ventas virtuales del mes de OCTUBRE, fue de 14,98 %, el cual se puede evidenciar en el documento GD-R-01 Cuadro de mando indicadores.	100%	El porcentaje de ventas virtuales del mes de NOVIEMBRE, fue de 14%, el cual se puede evidenciar en el documento GD-R-01 Cuadro de mando indicadores.	100%	El porcentaje de ventas virtuales del mes de diciembre, fue de 14%, el cual se puede evidenciar en el documento GD-R-01 Cuadro de mando indicadores.
Realizar 3 retos comerciales con los canales de venta virtuales													40%	En acuerdo a ejecución de 3 retos comerciales en el mes de julio, se logró sustentar en un 5% de incremento en las ventas en un 5% en el sorteo 2870			80%	En proyeccion las mediciones para la ejecución de los 3 retos comerciales en el mes, Latacunera y Bolívar con el objetivo de incrementar las ventas de un 5% en el sorteo a partir del 2882 hasta el 2.888					50%	Sustentar lograr un incremento en las ventas por parte de los distribuidores (Luis Calderón, Fardinico Limited, no se logró sustentar por 5 sorteos el incremento del 5% en las ventas, se hizo el requerimiento ante que prior seguir en proyectarnos incrementos mayores en varias loterías, para la ejecución de este reto no se logró la meta.
CANAL: NUEVOS DISTRIBUIDORES																								
Difusión de la campaña de promoción de las ventas en línea de la Lotería del Quindío a través del balcón PIR			100%	En el mes de febrero se explicó la campaña de promoción del balcón PIR, lo cual busca aumentar las ventas virtuales de la Lotería del Quindío.	100%	En el mes de marzo se explicó la campaña de promoción del balcón PIR, lo cual busca aumentar las ventas virtuales de la Lotería del Quindío.	100%	En el mes de abril se explicó la campaña de promoción del balcón PIR, lo cual busca aumentar las ventas virtuales de la Lotería del Quindío.	100%	En el mes de mayo se explicó la campaña de promoción del balcón PIR, lo cual busca aumentar las ventas virtuales de la Lotería del Quindío.	100%	En el mes de junio se explicó la campaña de promoción del balcón PIR, lo cual busca aumentar las ventas virtuales de la Lotería del Quindío.	100%	En el mes de julio se explicó la campaña de promoción del balcón PIR, lo cual busca aumentar las ventas virtuales de la Lotería del Quindío.	100%	En el mes de agosto se explicó la campaña de promoción del balcón PIR, lo cual busca aumentar las ventas virtuales de la Lotería del Quindío.	100%	En el mes de SEPTIEMBRE se explicó la campaña de promoción del balcón PIR, lo cual busca aumentar las ventas virtuales de la Lotería del Quindío.	100%	En el mes de OCTUBRE se explicó la campaña de promoción del balcón PIR, lo cual busca aumentar las ventas virtuales de la Lotería del Quindío.	100%	En el mes de NOVIEMBRE se explicó la campaña de promoción del balcón PIR, lo cual busca aumentar las ventas virtuales de la Lotería del Quindío.	100%	En el mes de diciembre se explicó la campaña de promoción del balcón PIR, lo cual busca aumentar las ventas virtuales de la Lotería del Quindío.
CANAL: ABONADOS																								
Suscribir clientes al club de abonados					89%	Para el trimestre correspondiente entre los meses de febrero, marzo y abril se contaron con 8 nuevos abonados.					100%	Para el trimestre correspondiente entre los meses de mayo y junio se contaron con 12 nuevos abonados.							100%	Para el trimestre correspondiente entre los meses de julio, agosto y septiembre se contaron con 9 nuevos abonados, de el mes de septiembre hubo reporte los sorteos 2970, 2979 y 2982 no los cuales no hubieron ganadores de abonados					100%	Para el trimestre correspondiente entre los meses de octubre, noviembre y diciembre se contaron con 9 nuevos abonados, de el mes de septiembre hubo reporte los sorteos 2970, 2979 y 2982 no los cuales no hubieron ganadores de abonados
Plan de incentivos al club de abonados			100%	En el mes de febrero se realizaron 3 envíos con tarjetas de cumpleaños para cada uno de los cumpleañeros del club de abonados.	100%	En el mes de marzo se realizaron 3 envíos con tarjetas de cumpleaños para cada uno de los cumpleañeros del club de abonados.	100%	En el mes de abril se realizaron 3 envíos con tarjetas de cumpleaños para cada uno de los cumpleañeros del club de abonados.	100%	En el mes de mayo se realizaron 3 envíos con tarjetas de cumpleaños para cada uno de los cumpleañeros del club de abonados.	100%	En el mes de junio se realizaron 3 envíos con tarjetas de cumpleaños para cada uno de los cumpleañeros del club de abonados.	100%	En el mes de julio se realizaron 3 envíos con tarjetas de cumpleaños para cada uno de los cumpleañeros del club de abonados.	100%	En el mes de agosto se realizaron 3 envíos con tarjetas de cumpleaños para cada uno de los cumpleañeros del club de abonados.	100%	En el mes de SEPTIEMBRE se realizaron 3 envíos con tarjetas de cumpleaños para cada uno de los cumpleañeros del club de abonados.	100%	En el mes de OCTUBRE se realizaron 3 envíos con tarjetas de cumpleaños para cada uno de los cumpleañeros del club de abonados.	100%	En el mes de NOVIEMBRE se realizaron 3 envíos con tarjetas de cumpleaños para cada uno de los cumpleañeros del club de abonados.	100%	En el mes de diciembre se realizaron 3 envíos con tarjetas de cumpleaños para cada uno de los cumpleañeros del club de abonados.
2. OBJETIVO: RESPONSABILIDAD SOCIAL **Desarrollar programas de responsabilidad social que mejoren las condiciones de vida de los loteros del departamento del Quindío**																								
Elaboración del portafolio para los loteros con el nuevo plan de premios y las campañas comerciales y de venta									100%	Se entrega el portafolio el día 22/02/2022 a los gerencias														
Implementación de la estrategia plan cotilla																	0%	Improgramar la fecha					100%	El mes de diciembre se realizó el plan cotilla con la lotería de oriente, el día 22 de diciembre hubo reporte los sorteos 2970, 2979 y 2982
Realizar charlas de ventas con los loteros enfocados a la legalidad y el posicionamiento del nuevo plan de premios.			100%	A 11 de marzo se realizó la charla de ventas con nuestros clientes correspondiente a la cuenta de premios con el objetivo de dar a conocer todas las estrategias comerciales durante el agosto 2022.	100%	A 11 de abril se realizó la charla de ventas con el objetivo de dar a conocer el nuevo plan de ventas a nuestros loteros.	100%	A 11 de abril se realizó la charla de ventas con el objetivo de dar a conocer el nuevo plan de ventas a nuestros loteros.	100%	En el mes de mayo se realizaron y envieron cinco tarjetas de cumpleaños para cada uno de los cumpleañeros del club de abonados.	100%	El día 6 de junio se realizó la actividad para los loteros	100%	A 30 de julio se realizó la charla de ventas con el objetivo promocionar el sorteo 2870 y realizar la retroalimentación de la estrategia de la campaña de volantes officebrigthpaper	100%	A 15 de agosto se realizó la charla de ventas con el objetivo promocionar el sorteo 2870 y realizar la retroalimentación de la estrategia de la campaña de volantes officebrigthpaper	100%	A 12 de septiembre se realizó la charla de ventas con el objetivo promocionar el sorteo 2870 y realizar la retroalimentación de la estrategia	100%	A 24 de OCTUBRE se realizó la charla de ventas y la graduación de 22 loteros en competencia laborales.			100%	Se realizo en el mes de la celebración de lotería la última charla de ventas con el objetivo de llamar a los loteros.
Dignificar la actividad laboral y comercial del lotero a través de la formación en competencias en ventas																			50%	A 24 de OCTUBRE se realizó la graduación de 22 loteros en competencia laboralés.				
CANAL: NUEVOS LOTEROS																								
Replicar la campaña "Ser lotero pagas" (mujeres emprendedoras, jóvenes)			100%	En el mes de febrero se replicó a través de las redes sociales la campaña ser lotero pagas.	100%	En el mes de marzo se replicó a través de las redes sociales la campaña ser lotero pagas.	100%	En el mes de abril se replicó a través de las redes sociales la campaña ser lotero pagas.	100%	En el mes de mayo se replicó a través de las redes sociales la campaña ser lotero pagas.	100%	En el mes de junio se replicó a través de las redes sociales la campaña ser lotero pagas.	100%	En el mes de julio se replicó a través de las redes sociales la campaña ser lotero pagas.	100%	La campaña ser ser lotero paga se dislo como campaña promocional de 2 nuevos loteros en la ceiba del alto		para este mes no se publicaron piezas de la campaña.	100%	En el mes de OCTUBRE se replicó a través de las redes sociales la campaña ser lotero pagas	100%	En el mes de NOVIEMBRE se replicó a través de las redes sociales la campaña ser lotero pagas	100%	En el mes de diciembre se replicó a través de las redes sociales la campaña ser lotero pagas
3. OBJETIVO: CLIENTES Y PARTES INTERESADAS **Incrementar la satisfacción de nuestros clientes directos e indirectos mediante la atención oportuna de sus necesidades**																								
Aplicación encuestas de satisfacción de clientes a (compradores, distribuidores, abonados) y partes interesadas (loteros)																		Se aplicaron las encuestas a loteros, compradores, abonados y distribuidores en proceso de ventas			50%	Se cuenta con el analisis de la encuesta a los clientes de la organización		
4. OBJETIVO: FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN **Retroalimentar la gestión de la organización a través del mejoramiento continuo de todos sus procesos**																								
Continuar con la implementación de los estándares de MIPG (Sistema de Cal