

		PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES		
VERSIÓN: 02	RESPONSABLE: PROF ESPECIALIZADO UNIDAD OPERATIVO Y COMERCIAL	FECHA DE INICIO/ ACTUALIZACIÓN: 9-05-2023	PÁGINA: 1 DE 14	CÓDIGO: MP-R-009

PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL “LOTERÍA DE TOLIMA” 2021 - 2024

INTRODUCCIÓN

La Lotería del Tolima es una empresa industrial y comercial del estado que está sujeta al cumplimiento de los lineamientos de buen gobierno que establece direccionamiento para la implementación de acciones de comunicación interna y externa que garanticen la divulgación, difusión y promoción de la información institucional haciendo visibles las labores de la entidad y dando cumplimiento a lo consagrado en las políticas públicas de acceso a la información, las cuales redundan en la visibilidad de la Lotería del Tolima hacia las partes interesadas.

El correcto procedimiento y adecuado manejo de la información, es un aspecto fundamental de las empresas e instituciones públicas o privadas que debe considerarse un eje fundamental en la toma de decisiones organizacionales que son indiscutiblemente parte esencial del cumplimiento de las metas trazadas en todos los procesos de la entidad.

El Plan Estratégico de comunicaciones debe ser conocido y socializado por todas las partes de la Lotería del Tolima para contribuir a la organización a encontrar sus factores estratégicos críticos, permitiendo que una vez sean identificados, estos puedan ser usados y analizados para basar en ellos los cambios organizacionales y de esta manera satisfacer las necesidades de los clientes, distribuidores y el compromiso que asume la Lotería de cara a la ciudadanía.

Las Tecnologías de Información (TI) son el medio por el cual la información se recoge, almacena, administra, comunica, e interpreta. Las TI, además de apoyar los procesos de toma de decisiones, permiten automatizar procesos, monitorear el estado del negocio usando indicadores, aplicar estrategias, identificar nuevas oportunidades de negocio y ganar flexibilidad para operar de manera efectiva.

ANTECEDENTES

La Lotería del Tolima es una entidad oficial descentralizada, del orden departamental con autonomía para el manejo de los asuntos jurídicos, patrimoniales y administrativos. Los recursos que administra son obtenidos en su mayoría por la explotación de los juegos de azar, por el control del juego de chance y otros ingresos.

Utilizando las facultades otorgadas por el Gobierno Nacional en esta ley, mediante

		PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES		
VERSIÓN: 02	RESPONSABLE: PROF ESPECIALIZADO UNIDAD OPERATIVO Y COMERCIAL	FECHA DE INICIO/ ACTUALIZACIÓN: 9-05-2023	PÁGINA: 2 DE 14	CÓDIGO: MP-R-009

la Ordenanza 17 de 1925, el Gobierno Departamental crea la lotería denominada “Lotería de Beneficencia del Tolima”, a fin de constituir una nueva renta Departamental cuyo producto era destinado en su totalidad a la asistencia pública, estableciendo las funciones de la Junta Directiva, así como la contratación de la Lotería. Esta Ordenanza dispuso que la explotación de la lotería se podía efectuar a través de terceros para lo cual se debía suscribir un contrato para este fin.

En 1991, con la nueva constitución consagró en su artículo 336 los Monopolios Rentísticos de los departamentos que “...Ningún monopolio podrá establecerse sino como arbitrio rentístico, con una finalidad de interés público o social y en virtud de la ley”.

Con la entrada en vigencia del nuevo texto Constitucional se debió implementar por el Gobierno Departamental, modificaciones sustanciales a los estatutos de éste ente, debiendo poner éstos a tono con los mandatos señalados en la constitución, para lo cual se expidió el Decreto Departamental 566 de 1993, por medio del cual se reorganiza la Beneficencia del Tolima, adscribiendo el Establecimiento Público a la Secretaría de Salud del Tolima y acogiendo el postulado constitucional que obliga a destinar sus rentas específicamente al Sector Salud; ordenamiento que rige a la fecha. Mediante el decreto 704 de 1993 se reglamentó la ley 64 de 1923 relacionada con la emisión de la billettería.

En el 2001, la entidad pasó a ser una Empresa Industrial y Comercial del Estado, acogiéndose a la Directiva Presidencial 02 de 2000 en el marco del programa Gobierno en Línea y la Agenda de Conectividad, transformando la Beneficencia del Tolima en Lotería del Tolima, Empresa Industrial y Comercial del Estado, según Ordenanza No. 017 del 24 de Abril de 2001 y dos años después fue la primer lotería en el país que alcanzó la certificación de calidad, recibiendo la certificación ISO 9000 Código 1707-1 para la Operación del juego de la lotería en el territorio nacional y control de los juegos de apuestas permanentes de carácter departamental. – NTC ISO 9001 – 2001.

Convertirse en una Empresa Industrial y comercial del Estado ingresa a la Lotería del Tolima en un mercado que compite con otras entidades del orden gubernamental y privado que la obliga a implementar estrategias y acciones que le permitan ser competitiva para ganar espacio en el mercado, entre ellas, unas de índole comunicativo interno y externo que se condensan en este plan estratégico de comunicaciones.

OBJETIVO GENERAL

Establecer los lineamientos de comunicaciones que deberá ejecutar la Lotería del

		PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES		
VERSIÓN: 02	RESPONSABLE: PROF ESPECIALIZADO UNIDAD OPERATIVO Y COMERCIAL	FECHA DE INICIO/ ACTUALIZACIÓN: 9-05-2023	PÁGINA: 3 DE 14	CÓDIGO: MP-R-009

Tolima a fin de garantizar la divulgación correcta y efectiva de los mensajes que deben ser entregados a los clientes internos y externos, por medio de las campañas y estrategias que garanticen la promoción de la empresa y los productos que ella ofrece.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Brindar información eficaz y oportuna a los diferentes grupos de interés, como eje transversal de los procesos misionales, estratégicos, de apoyo y evaluación de la entidad.

Promocionar las actividades, programas, campañas y proyectos que posicione la marca Lotería del Tolima.

Incrementar la captación de público, con ubicación geográfica dentro del territorio nacional y principalmente en el departamento del Tolima, por medio del uso de redes sociales.

Desarrollar junto a los medios de comunicación locales y regionales las campañas necesarias para dar a conocer el producto de la Lotería del Tolima y llamar la atención de nuevos clientes.

Promover la identidad Lotería del Tolima y el sentido de pertenencia entre los funcionarios y contratistas aportando a la mejora del clima laboral.

Administrar la comunicación interna disponibles en la empresa, para unificar criterios del mensaje de la Lotería del Tolima.

Desarrollar los mecanismos de participación ciudadana que permita conocer la opinión de los clientes y en base a estos desarrollar procesos de mejora.

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES EXTERNAS DIGITALES

En comunicación externa se contempla toda la publicidad y manejo de los canales que permiten comunicar la información de la Lotería del Tolima hacia las partes interesadas, valiéndose de las tecnologías de la información y de medios de difusión propios y externos.

Gran parte de las comunicaciones externas se pueden realizar bajo diferentes

		PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES		
VERSIÓN: 02	RESPONSABLE: PROF ESPECIALIZADO UNIDAD OPERATIVO Y COMERCIAL	FECHA DE INICIO/ ACTUALIZACIÓN: 9-05-2023	PÁGINA: 4 DE 14	CÓDIGO: MP-R-009

medios y estrategias, algunas de ellas de control y manejo exclusivo de la empresa, como lo es el ecosistema de medios digitales propios a través de redes sociales que se proponen realizar de la siguiente forma:

Objetivo cuantitativo	Estrategia (Descripción de las actividades acciones)	Alcance / -Público	Tipo	Periodicidad	Fecha de aplicación
Promocionar las actividades, programas, campañas y proyectos que posicione la marca Lotería del Tolima. Incrementar la comunidad social a través de la captación de público que hace uso de esta red, y que tiene ubicación geográfica dentro del territorio nacional y principalmente en el departamento del Tolima.	Facebook Se realizarán publicaciones en los formatos de fotografía, videos cortos, videos en vivo, piezas visuales individuales y conjuntas, animaciones y gifs. Las publicaciones se realizarán por medio de la red social Facebook con el ánimo de promocionar e incentivar la venta de la lotería, para dar a conocer los logros de la entidad y que el público externo sepa qué sorteo se encuentra en juego y cómo son sus posibilidades de ganar con la adquisición del billete de Lotería del Tolima. Es importante dar a conocer los importantes recursos que se transfieren a la	Público constante y nuevo, compradores, vendedores, distribuidores.	Digital/Virtual	Mínimo dos veces al día durante los 7 días de la semana en el muro.	Durante todos los días del año

		PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES		
VERSIÓN: 02	RESPONSABLE: PROF ESPECIALIZADO UNIDAD OPERATIVO Y COMERCIAL	FECHA DE INICIO/ ACTUALIZACIÓN: 9-05-2023	PÁGINA: 5 DE 14	CÓDIGO: MP-R-009

	salud.				
	Instagram Se realizarán nuevo, publicaciones en los compradores, formatos de fotografía, videos cortos, videos distribuidores. en vivo, piezas visuales individuales y conjuntas, animaciones y gifs. Las publicaciones se realizarán por medio de Instagram y se darán de manera informativa. Se publicarán 2 post mostrando los resultados del sorteo.	Público constante nuevo, compradores, vendedores, distribuidores.	Digital y Virtual	Mínimo dos veces al día:	Durante todos los días del año.
	Twitter Se realizarán nuevo, publicaciones en los compradores, formatos de fotografía, videos cortos, videos distribuidores. en vivo, piezas visuales individuales y conjuntas, animaciones y gifs. Las publicaciones se difundirán con la intención de dar información de interés al público relacionada con la Lotería del Tolima.	Público constante nuevo, compradores, vendedores, distribuidores.	Digital y Virtual	Mínimo una vez al día	Durante todos los días del año.

		PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES		
VERSIÓN: 02	RESPONSABLE: PROF ESPECIALIZADO UNIDAD OPERATIVO Y COMERCIAL	FECHA DE INICIO/ ACTUALIZACIÓN: 9-05-2023	PÁGINA: 6 DE 14	CÓDIGO: MP-R-009

	Tiktok Se realizarán nuevo, publicaciones de compradores, videos con temáticas vendedores, en tendencia que se andistribuidores llamativas para la comunidad que consume esta red social.	Público constante y Virtual	Digital y Virtual	Una vez a la semana.	Durante todas las semanas del año.
--	---	-----------------------------	-------------------	----------------------	------------------------------------

Otro de los canales informativos digitales externos de vital importancia para el empresa es la página web www.loteriadeltolima.com como canal de venta y promoción de la información que permite incrementar la presencia digital de la marca y facilitar la comunicación con nuestras partes interesadas.

Objetivo cuantitativo	Estrategia (Descripción de las actividades acciones)	Alcance / -Público	Tipo	Periodicidad	Fecha de aplicación
Administrar y gestionar los diversos medios de comunicación internos y externos disponibles en la empresa, para unificar criterios del mensaje de la Lotería del Tolima Incrementar la comunidad social a través de la captación de público que hace uso de esta red, y que tiene ubicación geográfica dentro del territorio nacional principalmente en el departamento del Tolima.	Sitio Web Se realizará actualización permanente del sitio web de la Lotería del Tolima, de acuerdo con las exigencias del mercado y las partes interesadas. Se mantendrá actualizado el sitio web, con la información pertinente para el posicionamiento de la empresa y bajo las necesidades comerciales	Público constante y Virtual nuevo, compradores, vendedores, distribuidores de control.	Digital y Virtual	Actualización de banner de resultados cada semana. Publicación de la información de boletines de prensa y promocionales.	Semanal o de acuerdo con la periodicidad de los promocionales.

		PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES		
VERSIÓN: 02	RESPONSABLE: PROF ESPECIALIZADO UNIDAD OPERATIVO Y COMERCIAL	FECHA DE INICIO/ ACTUALIZACIÓN: 9-05-2023	PÁGINA: 7 DE 14	CÓDIGO: MP-R-009

La publicidad digital hace parte del ecosistema digital del que la Lotería del Tolima debe hacer parte para mantenerse vigente y ganar mayores espacios en el mercado.

Objetivo cuantitativo	Estrategia (Descripción de las actividades acciones)	Alcance / -Público	Tipo	Periodicidad	Fecha de aplicación
Administrar y gestionar los diversos medios de comunicación internos y externos disponibles en la empresa, para unificar criterios del mensaje de la Lotería del Tolima Incrementar la comunidad social a través de la captación de público que hace uso de esta red, y que tiene ubicación geográfica dentro del territorio nacional y principalmente en el departamento de Tolima.	Publicidad digital Se gestionarán contratos con sitios web y medios de comunicación digitales y físicos de amplia cobertura y gran aceptación comercial de acuerdo con las necesidades de la Lotería. Se mantendrá actualizada la publicidad que se del contrato.	Público constante y nuevo, compradores, distribuidores de control.	Digital Virtual	Publicación de publicidad de la lotería en forma permanente Publicación de la información de boletines de prensa y otros archivos promocionales.	Comienzo de mes se enviarán actualización de banner y cuñas correspondientes a cada mes. Semanalmente se estarán enviando las piezas, boletines, videos, entre otros archivos de acuerdo con la periodicidad establecida en cada contrato.

MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA DE LA LOTERÍA DEL TOLIMA

INTRODUCCIÓN A LOS MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Es fundamental entregar a los ciudadanos los mecanismos de participación necesarios, para que estos puedan ejercer su derecho fundamental a la participación democrática y de esta forma dar a conocer su opiniones, quejas,

		PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES		
VERSIÓN: 02	RESPONSABLE: PROF ESPECIALIZADO UNIDAD OPERATIVO Y COMERCIAL	FECHA DE INICIO/ ACTUALIZACIÓN: 9-05-2023	PÁGINA: 8 DE 14	CÓDIGO: MP-R-009

reclamos, solicitudes o felicitaciones a nuestra institución.

Así mismo, cumpliendo la obligación que tiene la Lotería del Tolima como entidad del estado, para escuchar y atender a la ciudadana, desarrollando diferentes herramientas físicas y digitales que faciliten la comunicación en ambos sentidos y aseguren el acceso en igualdad de condiciones a todos los sectores interesados.

De esta forma, la entidad logra reunir la información necesaria para generar el diagnóstico, formulación, implementación, evaluación y seguimiento de mejoras en los espacios que garanticen la relación con nuestros clientes internos y externos; además los mecanismos de participación nos permiten comprender las necesidades, problemáticas y propuestas de la ciudadanía y convertirlas en retos y oportunidades en el futuro próximo.

Dicho lo anterior, la Lotería del Tolima está abierta a promover la cooperación y el diálogo con la comunidad a fin de seguir construyendo una entidad con base sólida de transparencia administrativa y de cumplimiento de la normativa vigente.

NORMAS APLICABLES

- Manual Operativo del Modelo Integrado de Planeación y Gestión - MIPG
- Constitución Política Nacional
- Ley 1437 de 2011
- Ley 1474 de 2011
- Ley 1712 de 2014
- Ley 1757 de 2015

OBJETIVO GENERAL

Establecer las herramientas presenciales y virtuales que tiene la Lotería del Tolima para facilitar y asegurar la interacción de la ciudadanía con la entidad.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Dar a conocer a la entidad las diferentes herramientas presenciales y virtuales disponibles que tienen para interactuar con la Lotería del Tolima.
- Brindar a la ciudadanía información necesaria para que participen de la construcción de los nuevos planes, premios y campañas de la entidad

		PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES		
VERSIÓN: 02	RESPONSABLE: PROF ESPECIALIZADO UNIDAD OPERATIVO Y COMERCIAL	FECHA DE INICIO/ ACTUALIZACIÓN: 9-05-2023	PÁGINA: 9 DE 14	CÓDIGO: MP-R-009

- Acercar a la comunidad a los canales de comunicación de la Lotería del Tolima.
- Permitir el acceso a la información de forma oportuna.
- Facilitar el ejercicio de control social a la gestión pública.

MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA DISPONIBLES EN LA LT

La entidad ha establecido diferentes canales de comunicación que permitan la oportuna atención a los clientes y sean base para garantizar el derecho a ser escuchados de la comunidad, al tiempo que garantice un servicio de calidad y permita generar los planes de mejoramiento institucional.

MECANISMOS PRESENCIALES

Los ciudadanos podrán acercarse a las instalaciones de la Lotería del Tolima, ubicadas en la Carrera 2°, calle 11, edificio Centro Comercial La Once, segundo piso, Ibagué -Tolima para instaurar sus peticiones, quejas, reclamos, solicitudes y consultas ciudadanas.

Este mecanismo podrá ser usado en el siguiente horario:

Lunes a jueves de 7:00am a 12:00m y de 2:00pm a 6:00pm

Viernes: 7:00am a 12:00m y de 2:00pm a 5:00pm

MECANISMOS TELEFONICOS

La Lotería del Tolima ha dispuesto el numero celular 312 592 9517, para que cualquier persona con acceso a una línea telefónica pueda dar a conocer sus quejas, reclamos, solicitudes y consultas ciudadanas.

También, se encuentra disponible la Línea Gratuita Nacional: 01 800 094 2542 y el número de telefonía fija (+57)(608) 2631883

Estos mecanismos podrán ser usado en el siguiente horario:

Lunes a jueves de 7:00am a 12:00m y de 2:00pm a 6:00pm

		PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES		
VERSIÓN: 02	RESPONSABLE: PROF ESPECIALIZADO UNIDAD OPERATIVO Y COMERCIAL	FECHA DE INICIO/ ACTUALIZACIÓN: 9-05-2023	PÁGINA: 10 DE 14	CÓDIGO: MP-R-009

Viernes: 7:00am a 12:00m y de 2:00pm a 5:00pm

MECANISMOS VIRTUALES

Se dispuso de diferentes canales virtuales para brindar atención a la ciudadanía que requiera información general de trámites y servicios de la entidad, tales como:

- WhatsApp al N° 312 592 95 17

Este mecanismo podrá ser usado en el siguiente horario:

Lunes a jueves de 7:00am a 12:00m y de 2:00pm a 6:00pm

Viernes: 7:00am a 12:00m y de 2:00pm a 5:00pm

- Emails de contacto: loterias@loteriadeltolima.com
juridica@loteriadeltolima.com

Por medio del correo electrónico se reciben peticiones, quejas, reclamos, solicitudes y consultas ciudadanas. A través de este canal, los ciudadanos podrán registrar, las 24 horas del día, derechos de petición, consultas, solicitudes de información, quejas, reclamos, sugerencias denuncias y felicitaciones; entre otros servicios.

- **Página web:**

A través de este canal se puede consultar toda la información de la entidad.

<https://loteriadeltolima.com/>

- **Formulario de Peticiones, Quejas, Reclamos y Solicitud de Información (PQRS)**

La ciudadanía que requiera interponer una petición, queja, reclamo y solicitud lo podrá hacer también por medio de la página web de la Lotería del Tolima www.loteriadeltolima.com, a través de este Link <https://loteriadeltolima.com/pqr/> donde encontrarás un formato diseñado para generar tu requerimiento.

- **Redes sociales:**

		PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES		
VERSIÓN: 02	RESPONSABLE: PROF ESPECIALIZADO UNIDAD OPERATIVO Y COMERCIAL	FECHA DE INICIO/ ACTUALIZACIÓN: 9-05-2023	PÁGINA: 11 DE 14	CÓDIGO: MP-R-009

A través de estos canales se manejan mensajes directos, así como reacciones y comentarios en las publicaciones de la Lotería del Tolima en *Facebook, Instagram, Twitter, Tik Tok y Threads*

Es necesario además establecer que las denuncias por actos de corrupción podrán presentarse también, a través de todos los canales de atención antes mencionados.

- **Rendición de Cuentas**

De acuerdo con el párrafo del artículo 50 de la ley 1757 de 2015 exceptúa las empresas industriales y comerciales del estado de rendir cuentas.

- **Encuestas**

Encuesta de satisfacción para el comprador de Lotería del Tolima

Objetivo: Evaluar la satisfacción de los compradores de la Lotería del Tolima en cumplimiento al Modelo Integrado de Planeación y Gestión MIPG.

Tipo de encuesta: La encuesta se realizará vía telefónica a los clientes compradores de la Lotería del Tolima registrados a través de la página web www.loteriadeltolima.com, link registro de clientes (para participar en premios y clientes VIP).

Método para aplicar: El formato de la encuesta virtual se diseña a través de la plataforma de Google Forms, cuyo cuestionario contará con preguntas tipo cerradas según la percepción del comprador; en base al formato MP-R-005 (Encuesta de Satisfacción para el comprador de la Lotería), adicional se habilita al final del mismo, pregunta abierta para exponer puntualmente alguna sugerencia de mejoramiento que el encuestado considere pertinente.

Encuesta de Satisfacción al Concesionario de la Lotería del Tolima

Objetivo: Medir el nivel de satisfacción del Concesionario con respecto al cumplimiento de la Lotería del Tolima en el suministro de formularios oficiales.

Tipo de encuesta: La encuesta se realizará de forma presencial al concesionario de la Lotería del Tolima.

Método para aplicar: La encuesta se realiza con base en el formato MP-R-004

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES			
VERSIÓN: 02	RESPONSABLE: PROF ESPECIALIZADO UNIDAD OPERATIVO Y COMERCIAL	FECHA DE INICIO/ ACTUALIZACIÓN: 9-05-2023	PÁGINA: 12 DE 14	CÓDIGO: MP-R-009

(Encuesta de Satisfacción al Concesionario), adicional se habilita al final del mismo, pregunta abierta para exponer puntualmente sugerencias de mejoramiento.

Encuesta Nivel de Satisfacción del Distribuidor

Objetivo: Conocer la opinión de los distribuidores con respecto a la calidad de nuestros servicios. Esta información nos ayudará a enfocar nuestros servicios a sus necesidades y expectativa.

Tipo de encuesta: La encuesta podrá ser aplicada por medio telefónico, electrónico, personal o por correspondencia a los representantes de las empresas distribuidoras de nuestro producto.

Método para aplicar: El formato de encuesta se diseña en el formato MP-R-003 versión 02 de la Lotería del Tolima y en ella se establecieron siete preguntas que podrán responder con excelente, bueno, regular o malo y tendrán espacio para hacer observaciones precisas en cada caso, así mismo al finalizar habrá un espacio para informar sobre las sugerencias de mejoramiento.

Encuesta Nivel de Satisfacción del Proveedor

Objetivo: Conocer la percepción que tienen los proveedores respecto del proceso y relación comercial con la entidad, es importante medir el grado de satisfacción del proveedor, en aras de implementar acciones de mejora y acciones correctivas.

Tipo de encuesta: La encuesta se realizará de forma virtual o presencial a los proveedores, enviándoles la encuesta por el correo electrónico que cada uno de ellos nos ha reportado, aplicándola por número telefónico, por correspondencia o de manera presencial.

Método para aplicar: El formato de encuesta se diseña en el formato MP-R-010 versión 01 de la Lotería del Tolima y en ella se evalúan cinco aspectos que permiten validar si la entidad es oportuna en cada uno de ellos, así mismo al final encontraran un cuadro para que relacionen sugerencias de mejoramiento en caso de ser necesarias.

Encuesta de Satisfacción al Comprador a Domicilio

Objetivo: La presente encuesta buscar medir el nivel de satisfacción del comprador

		PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES		
VERSIÓN: 02	RESPONSABLE: PROF ESPECIALIZADO UNIDAD OPERATIVO Y COMERCIAL	FECHA DE INICIO/ ACTUALIZACIÓN: 9-05-2023	PÁGINA: 13 DE 14	CÓDIGO: MP-R-009

de Lotería del Tolima a domicilio, solicitamos contestar de manera objetiva.

Tipo de encuesta: La encuesta se realizará de forma presencial a los clientes que usan el servicio de billete de Lotería del Tolima a domicilio.

Método para aplicar: El formato de encuesta se diseña en el formato MP-R-008 versión 01 de la Lotería del Tolima y en ella se exponen cuatro preguntas que permiten conocer la opinión de los clientes sobre este servicio.

Encuesta de Satisfacción Para el Vendedor de Lotería

Objetivo: Conocer el nivel de satisfacción del vendedor de Loteria del Tolima.

Tipo de encuesta: La encuesta se realizará de forma presencial o telefónica a la fuerza de ventad de la Loteria del Tolima.

Método para aplicar: El formato de encuesta se diseña en el formato MP-R-006 versión 01 de la Lotería del Tolima, en esta encuesta se establecen 11 preguntas, así mismo al culminar, quien la llene encontrará un espacio para hacer sugerencias de mejoramiento.

Control de cambios

Rev.	Fecha	Elaboro	Reviso / Aprobó	Observaciones y/o Ajustes
2	9-05-2023	Profesional especializado unidad operativa y comercial	Comité de calidad	Se modifica el cuadro de control de cambios con la Rev. y fecha de elaboración. Se modifica la codificación de los documentos de acuerdo con el

		PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES		
VERSIÓN: 02	RESPONSABLE: PROF ESPECIALIZADO UNIDAD OPERATIVO Y COMERCIAL	FECHA DE INICIO/ ACTUALIZACIÓN: 9-05-2023	PÁGINA: 14 DE 14	CÓDIGO: MP-R-009

				procedimiento control de la información documentada.
1	30-06-2022	Profesional especializado unidad operativa y comercial	Comité de calidad	Se implementa el SIGC. Se actualiza por revisión y ajuste del formato del SIGC.
0	18-08-2020	Profesional especializado unidad operativa y comercial	Comité de calidad	Creación del documento