

**PLANEACIÓN ESTRATÉGICA 2014
MATRIZ SEGUIMIENTO DE OBJETIVOS E INDICADORES AÑO 2014**

Perspectiva	Objetivos Estratégicos Indicadores Primer Nivel					Unidad Medida	Resultado Acumulado: ENERO A DICIEMBRE 2014		% de Avance			
	No.	Nombre	Nombre de los Objetivos Estratégicos	Nombre del Indicador	Nombre de los Objetivos Estratégicos		Código	Nombre del Indicador		Programado	Ejecutado	
1	Impactos Institucionales (35%)	Garantizar la administración eficiente de los recursos financieros	Grado de optimización de los recursos institucionales.	Administrar eficiente los recursos financieros de la LNB, cumpliendo con las normas establecidas.	UFI-0301	Rentabilidad sobre la disponibilidad	US\$	\$170,000	\$203,672.14	119.8%		
					UFI-0101	Número de análisis financiero para canales y puntos de venta, a requerimiento de la Gerencia Comercial.	Informes	35	0	0.0%		
					UFI-0102	Número de Análisis Financieros realizados a Estructura de Premios y Planes de Juegos a requerimiento de Gerencia Comercial.	Informes	3	0	0.0%		
					UFI-0103	Ejecutar Alianzas Promocionales con Marcas de prestigio en el mercado.	Informes	2	0	0.0%		
					UFI-0104	Número de propuestas para eficientar el gasto.	Informes	2	2	100%		
					UFI-0201	Grado de optimización de los activos institucionales.	% de Avance	100%	83.30%	83%		
			Fortalecer la Responsabilidad Social Corporativa.	Ejecutar proyecto de Responsabilidad Social Corporativa.	BENA-0101	Número de instituciones atendidas durante el 2014.	Número de instituciones beneficiadas	70	88	125.7%		
		Cantidad de personas beneficiadas con el programa PRSI.		BENA-0102	Número de personas beneficiadas con el programa en el 2014.	Número de beneficiarios	13,000	10730	82.5%			
		2	Clientes (25%)	Mejorar la accesibilidad de los productos a nivel nacional.	Satisfacción del cliente sobre la accesibilidad de los productos.	Coordinar y ejecutar el desarrollo de estudios de mercado, cualitativos y/o cuantitativos, orientados a conocer necesidades, gustos y preferencias de clientes actuales, renovables y potenciales, en relación a los productos de lotería.	DME-0101	Cantidad de estudios de mercado realizados.	No. de Estudios de Mercado ejecutados	2	0	0.0%
				Motivar a los clientes a la compra de los productos de lotería.	Nivel de intención de compra.							
Proyectar una mejor imagen de la LNB.	Percepción de la imagen por la ciudadanía.											
3	Procesos Internos (20%)	Modernizar la LNB.	Gestionar las reformas del marco regulatorio de la LNB.	Dar seguimiento a Reformas a Ley Orgánica y Reglamento de la LNB.	UTL-0101	Número de gestiones realizadas.	Cantidad de gestiones realizada	4	7	175.0%		
			Facilitar la generación y manejo de la información a través de sistemas informáticos.	Reducir la probabilidad de caída de sistemas críticos de la LNB.	DIN-0101	Porcentaje de avance en la consolidación de servidores de la LNB.	% de avance	100.00%	35.0%	35.0%		
				Mantener la operación del sistema comercial y sorteo de la LNB.	DIN-0201	Porcentaje de avance en la migración de EAServer hacia un nuevo servidor de aplicaciones. (Finaliza en 2015)	% de avance	100.0%	7.50%	7.5%		
		Desarrollo continuo de la mejora de los procesos, para el logro de la eficacia, eficiencia y transparencia.	Nivel de implementación de mejores prácticas a través de procesos.	Adquirir bienes y servicios de procesos de licitación/concurso.	UACI-0101	Licitaciones o Concursos/prorrogas requeridas ejecutados.	Número de Licitaciones adjudicadas	14	12	86%		
				Realizar Taller de Planeación Estratégica, quinquenio 2015-2019.	UPD-0101	Plan Estratégico aprobado	% de avance	100%	0%	0.0%		
				Estructurar el proyecto del proceso de Sorteo en el 2014 para posterior certificación.	UPD-0201	Grado de avance en el ordenamiento del Proceso de sorteo.	% de avance	100%	80.0%	80%		
				Ordenar los procesos de trabajo de las unidades organizativas.	UPD-0301	Grado de avance del ordenamiento de los procesos del área.	% de avance	100%	65.98%	66.01%		

**PLANEACIÓN ESTRATÉGICA 2014
MATRIZ SEGUIMIENTO DE OBJETIVOS E INDICADORES AÑO 2014**

Perspectiva	Objetivos Estratégicos Indicadores Primer Nivel					Unidad Medida	Resultado Acumulado: ENERO A DICIEMBRE 2014		% de Avance				
	No.	Nombre	Nombre de los Objetivos Estratégicos	Nombre del Indicador	Código		Nombre del Indicador	Programado		Ejecutado			
3		Continuación.... Desarrollo continuo de la mejora de los procesos, para el logro de la eficacia, eficiencia y transparencia.	Continuación... Nivel de implementación de mejores prácticas a través de procesos.	Ordenar los procesos de trabajo del Departamento de Activo Fijo	ACF-0201	Grado de avance del ordenamiento de los procesos del área.	% de avance	100.0%	0.0%	0.0%			
				Ordenar los procesos de trabajo del Departamento de Servicios Generales.	DSG-0201	Grado de avance del ordenamiento de los procesos del área.	% de avance	100.0%	0.0%	0.0%			
				Presentar propuesta de adquisición de vehículos para sustitución de unidades antiguas.	DSG-0101	Cantidad de propuestas presentadas.	% de avance	100%	0.0%	0.0%			
				Ordenar los procesos de trabajo	GRH-0201	Porcentaje de avance de los procesos de trabajo.	% de avance	100%	100%	100.0%			
			Garantizar el acceso a la información pública a toda persona.	Garantizar el derecho de acceso que tiene toda persona a la información pública, afín de contribuir con la transparencia y la anticorrupción.	UAIP-0101	Eficiencia en el tiempo de respuesta a Solicitudes de Información Pública.	Número de días	7	7.4	105.7%			
				Eficiencia en la Publicación de la Información en el Portal de Transparencia Institucional.	UAIP-0102		% de avance	100%	100%	99.9%			
			3	Procesos Internos (20%)	Incrementar niveles de ventas de Productos de Lotería en un 15% en relación al año anterior.	Porcentaje de incremento en ventas de productos de lotería.	Ejecutar Alianzas Promocionales con Marcas de prestigio en el mercado.	DME-0201	Alianza promocional realizada.	Alianzas concretadas	1	0	0.0%
							Lograr el cumplimiento de meta de ventas LOTRA y LOTIN.	DVC-0101	Vender el 65% de la emisión de billetes en los productos de lotería tradicional en 2014.	% de cumplimiento de venta	100%	49.72%	49.72%
								DVC-0102	Vender el 100% de la emisión de libretas en los productos de lotería instantánea en 2014.	Número de libretas vendidas	80,000	58,666	73.3%
							Aperturar 2 nuevas agencias en lugares estratégicos	DVC-0201	Apertura de 2 agencias	Número de Agencias aperturadas	2	0	0.0%
Otorgar 100 créditos a Agentes Vendedores	DOI-0101	Número de créditos otorgados a Agentes vendedores.					Número de créditos otorgados	100	11	11.0%			
Recuperar el 90% de créditos en mora	DOI-0201	Índice de morosidad					Número de créditos recuperados	100	11	11.0%			
Ejecutar acciones para contribuir al cumplimiento de la metas de Ventas de Producto de Lotería durante el año 2014.	AGN-0101	Número de acciones realizadas					Acciones implementadas	10	11	110%			
Incrementar la fuerza de ventas de productos de lotería	AGN-0201	Número de agentes vendedores reclutados.					# Agtes. Vendedores Reclutados	160	80	50.0%			
Gestionar créditos a los agentes vendedores de productos de lotería	AGN-0301	Cantidad de créditos gestionados con calidad.					# solicitudes recibidas	100	49	49.0%			
Desarrollo de canales de comercialización.	Aperturar y fortalecer los canales de venta	DVC-0301					Aperturar 5 nuevos canales de venta.	Cantidad de Canales aperturados	5	0	0.0%		
	Apertura de 100 nuevos puntos de venta.	DVC-0302		Cantidad de PDV aperturados	100	45	45.0%						

**PLANEACIÓN ESTRATÉGICA 2014
MATRIZ SEGUIMIENTO DE OBJETIVOS E INDICADORES AÑO 2014**

Perspectiva	Objetivos Estratégicos Indicadores Primer Nivel				Unidad Media	Resultado Acumulado: ENERO A DICIEMBRE 2014		% de Avance		
	No.	Nombre	Nombre de los Objetivos Estratégicos	Nombre del Indicador		Código	Nombre del Indicador		Programado	Ejecutado
3	Procesos Internos (20%)	Desarrollo continuo e innovación de juegos de azar.	Efectividad de los nuevos juegos lanzados.	Desarrollar propuestas de nuevos juegos de Lotería	DNP-0101	Porcentaje de avance de la propuesta de nuevos juego de Lotería.	% de Avance	100.0%	80.0%	80.0%
			Cantidad de cambios incorporados a juegos actuales.	Modernizar los productos de Lotería Existentes.	DNP-0201	Proponer mejoras para los Sorteos de Lotería Tradicional.	Mejora autorizada	1	1	100.0%
		Mejorar la imagen institucional.	Cantidad de proyectos ejecutados, orientados a mejorar la imagen Institucional.	Lanzar campañas publicitarias que mejoren la imagen institucional y la promoción de productos de lotería.	DNP-0202	Proponer mejoras para los Juegos de Lotería Instantánea.	Mejora autorizada	1	1	100%
			Efectividad de las campañas publicitarias.		CRP-0201	Lanzamiento de campaña de imagen institucional.	Campañas Publicitarias realizadas	1	1	100.0%
					CRP-0202	Lanzamientos de Campañas LOTRA.	Campañas Publicitarias realizadas	3	2	66.7%
		CRP-0203	Lanzamientos de Campañas Publicitarias Lotin.	Campañas Publicitarias realizadas	3	3	100%			
		4	Aprendizaje y Desarrollo del Recurso Humano (20%)	Desarrollar las competencias del Personal de la LNB.	Grado de avance de resultados esperados de capacitaciones impartidas.	Especializar y Desarrollar Talento Humano en la LNB.	GRH-0101	Cantidad de Tutores formados.	Número	4
GRH-0102	Número de empleados especializados.						Número	2	2	100%
GRH-0103	Número de empleados desarrollados para ocupar puestos de jefaturas.						Número	4	4	100%
Dar continuidad a la cultura de valores institucionales.	Mejorar el clima laboral			Fomentar el conocimiento de los valores institucionales en 2014.	GRH-0301	Diseñar y Ejecutar Plan de Capacitación Institucional para el 2014	Número de capacitación es ejecutadas	21	16	76.2%
					GRH-0401	Informes sobre ejecución del programa.	Informes	2	2	100.0%
Fortalecer los mecanismos de comunicación interna y externa.	Nivel de impacto del programa de comunicación interna y externa.			Implementar un sistema de comunicación que contribuyan a la promoción de la imagen institucional	CRP-0101	Implementar el sistema de comunicación institucional.	% de avance	100%	100%	100.0%