

## LOTERÍA DE BOGOTÁ

### INFORME GENERAL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

PERIODO: Segundo Trimestre de 2025

POBLACIÓN OBJETIVO: Visitantes a la entidad y Clientes atención telefónica

NÚMERO DE ENCUESTAS DILIGENCIADAS: 56 distribuidas así:

- Visitantes a la entidad: 16
- Clientes atención telefónica: 40
  - **NOTA:** para efectos de análisis y tabulación, de los 44 encuestados se toman 40 que contestaron en su totalidad las 3 preguntas que miden el servicio telefónico.

#### VISITANTES A LA ENTIDAD:

#### CONSOLIDADO ÁREAS VISITADAS

| Oficinas / Áreas Visitadas                            | No.       | %           |
|---|-----------|-------------|
| Gerencia General                                      | 0         | 0%          |
| Subgerencia Comercial y Operativa                     | 0         | 0%          |
| Secretaría General                                    | 0         | 0%          |
| Contabilidad  | 0         | 0%          |
| Presupuesto   | 0         | 0%          |
| Cartera   | 0         | 0%          |
| Tesorería   | 0         | 0%          |
| Oficina Gestión Tecnológica e Innovación              | 0         | 0%          |
| Unidad de Talento Humano                              | 0         | 0%          |
| Oficina Asesora de Planeación                         | 0         | 0%          |
| Oficina de Comunicaciones y Mercadeo                  | 0         | 0%          |
| Unidad de Apuestas y Control de Juegos                | 5         | 31%         |
| Unidad de Recursos Físicos                            | 0         | 0%          |
| Dirección de Operación de Producto y Comercialización | 10        | 63%         |
| Oficina de Atención al Cliente                        | 1         | 6%          |
| Oficina Oficial de Cumplimiento                       | 0         | 0%          |
| Oficina Jurídica                                      | 0         | 0%          |
| Unidad Financiera                                     | 0         | 0%          |
| Oficina de Control Interno                            | 0         | 0%          |
| <b>TOTAL</b>  | <b>16</b> | <b>100%</b> |

#### ÍTEMS EVALUADOS (resultados)

|                                 | B  | %    | R | %  | M | %  |
|---------------------------------|----|------|---|----|---|----|
| 1. Información sitio a donde ir | 16 | 100% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| 2. Tiempo de espera             | 16 | 100% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| 3. Atención                     | 16 | 100% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| 4. Información                  | 16 | 100% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| 5. Comodidad oficina            | 15 | 94%  | 1 | 6% | 0 | 0% |
| 6. Servicio                     | 16 | 100% | 0 | 0% | 0 | 0% |

## RESULTADOS:

Los resultados de las encuestas a visitantes practicadas en el segundo trimestre de 2025 permiten deducir que en términos generales, más del 90% de los visitantes a la entidad, en el periodo de análisis, quedaron satisfechos con la información que les suministraron sobre el sitio al que debían dirigirse de acuerdo a su necesidad, el tiempo de espera para ser atendidos, la calidad de la atención recibida, la calidad de la información brindada, la comodidad de la oficina en que fueron atendidos y el servicio brindado en general.

Sin embargo, un (1) visitante que se dirigía al punto de Atención al Cliente calificó como "regular" la comodidad del sitio en el que fue atendido.

Las oficinas más visitadas fueron: Unidad de Loterías hoy Dirección de Operación de Producto y Comercialización con un 63%, seguido de la Unidad de Apuestas y Control de Juegos con un 31% y el punto de Atención al Cliente con un 6%.

Se recibió la siguiente recomendación o sugerencia: "*Se requiere adecuar las instalaciones para una mejor atención y comodidad al usuario*" y se dirigió al punto de Atención al Cliente.

Dentro de los comentarios positivos están: "*Felicitaciones por la atención desde recepción hasta la oficina*" y "*Que sigan atendiendo con esa excelente amabilidad mostrada en la charla de hoy*" y los dos visitantes se dirigían a la Unidad de Apuestas y Control de Juegos, "*Excelente*" y "*Seguiré comprando Lotería de Bogotá*" y los dos visitantes se dirigían a la Unidad de Loterías (Dirección de Operación de Producto y Comercialización).

**NOTA:** El bajo número de visitantes obedece a que la Entidad cuenta con canales virtuales o electrónicos, a través de los cuales los clientes y ciudadanía en general pueden adelantar trámites, obtener información y orientación, acceder a servicios e interponer PQRS, sin necesidad de hacerlo presencialmente en las instalaciones de la entidad; estos canales, frente al canal presencial, registran un mayor uso por parte de los clientes y ciudadanía.

Para el caso de pago de premios, la mayoría de clientes lo hacen a través del envío de la documentación para el pago de los mismos a través de agencias de distribución o por correo certificado o por correo electrónico y para el caso de compradores que adquieren la Lotería de Bogotá a través de la página web reclaman o redimen sus premios directamente en sus perfiles de sus cuentas inscritas en el portal web [www.loteriadebogota.com](http://www.loteriadebogota.com) en la opción "premios por cobrar".

De la misma manera, para los gestores de rifas y juegos promocionales, en la página web de la Lotería se dispone de un aplicativo denominado "gestores" a través del cual pueden realizar todos sus trámites de solicitudes de autorización y/o excepción de juegos promocionales y rifas sin necesidad de hacer el trámite de manera presencial.

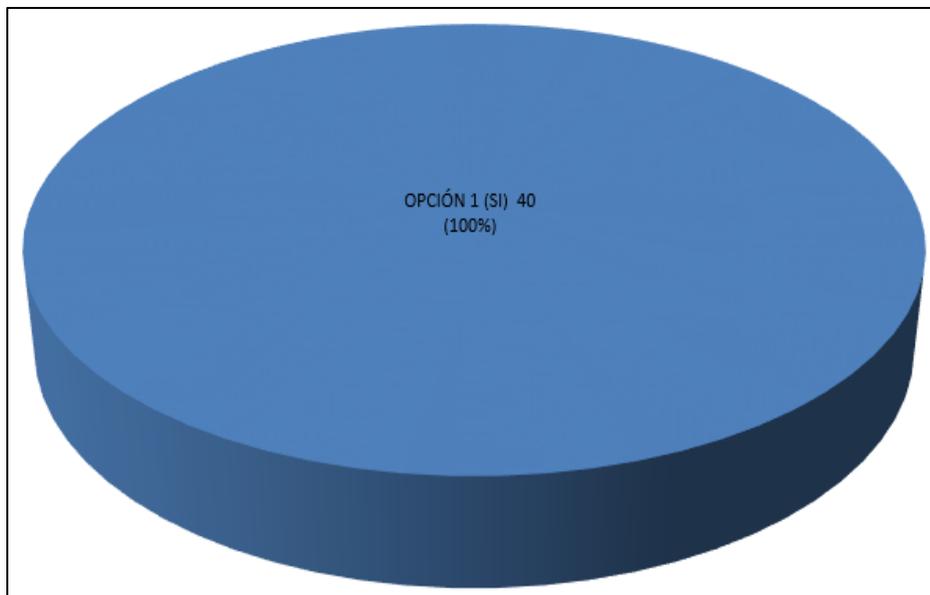
Para orientación, información general y atención a la ciudadanía, la entidad cuenta, adicionalmente al canal presencial y telefónico, con diferentes canales virtuales como lo son: correo electrónico de atención al cliente, correo electrónico ventanilla de radicación virtual, formulario electrónico “contáctenos” ubicado en la página web y el Sistema Distrital para la Gestión de Peticiones Ciudadanas – Bogotá Te Escucha.

## **CLIENTES ATENCIÓN TELEFÓNICA:**

### **PREGUNTAS EVALUADAS (resultados)**

#### **1. ¿SU REQUERIMIENTO FUE ATENDIDO SATISFACTORIAMENTE?**

Marque 1 para Sí  
Marque 2 para NO



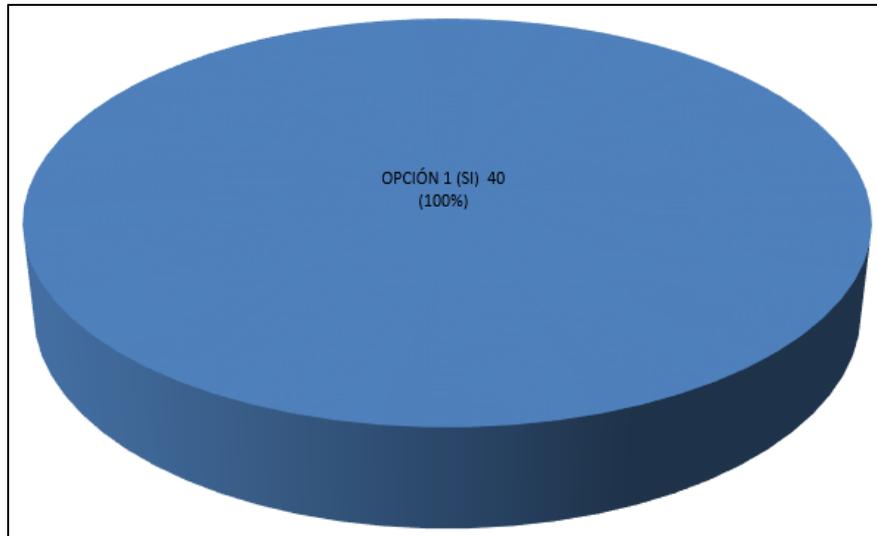
#### **RESULTADOS:**

Para efectos de análisis y tabulación, se toman 40 clientes que contestaron en su totalidad las 3 preguntas que miden el servicio telefónico.

De acuerdo con lo anterior, frente a esta pregunta, se concluye que los cuarenta (40) encuestados equivalentes al 100% indicaron que SÍ fue atendido satisfactoriamente su requerimiento.

#### **2. ¿EL TIEMPO DE ESPERA PARA SER ATENDIDO FUE OPORTUNO?**

Marque 1 para Sí  
Marque 2 para NO



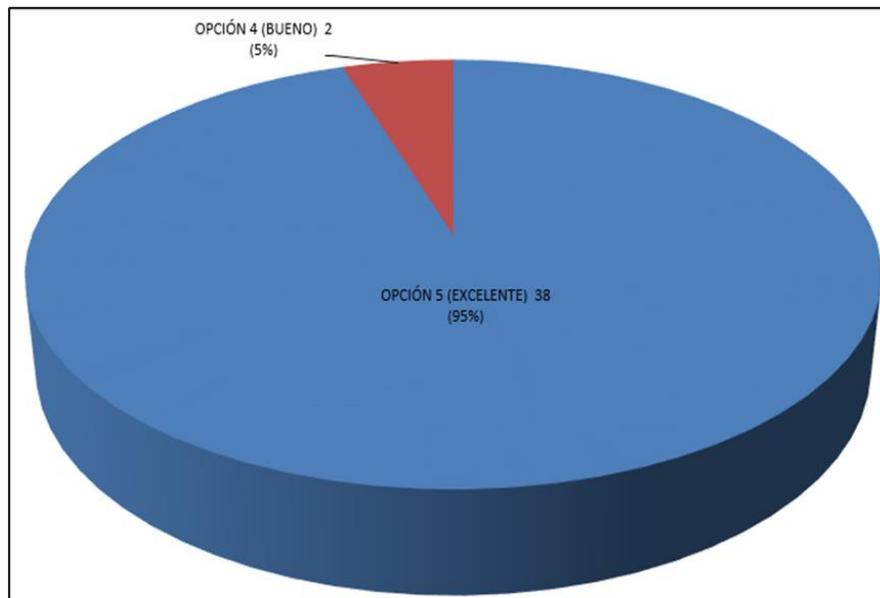
### RESULTADOS:

Para efectos de análisis y tabulación, se toman 40 clientes que contestaron en su totalidad las 3 preguntas que miden el servicio telefónico.

De acuerdo con lo anterior, frente a esta pregunta, se concluye que los cuarenta (40) encuestados equivalentes al 100% indicaron que Sí fue oportuno el tiempo de espera para ser atendidos.

### 3. INDÍQUENOS SU GRADO DE SATISFACCIÓN GENERAL CON EL SERVICIO RECIBIDO EN UNA ESCALA DE 1 AL 5, SIENDO 1 MALO Y 5 EXCELENTE

- 5 excelente
- 4 bueno
- 3 aceptable
- 2 regular
- 1 malo



## RESULTADOS:

Para efectos de análisis y tabulación, se toman 40 clientes que contestaron en su totalidad las 3 preguntas que miden el servicio telefónico.

De acuerdo con lo anterior, frente a esta pregunta, se concluye que de los cuarenta (40) encuestados, treinta y ocho (38) equivalentes al 95% calificaron como “excelente” la satisfacción general con el servicio recibido y dos (2) equivalentes al 5% como “bueno”.

**NOTA:** De acuerdo con el reporte de la data de la encuesta de satisfacción telefónica del IVR, para el segundo trimestre de 2025 se reportaron tres (3) personas a quienes se les dirigió a la encuesta telefónica pero la abandonaron y no la contestaron. Así mismo se reportan cuatro (4) personas que no contestaron en su totalidad las 3 preguntas.

De las cuarenta (40) personas que contestaron las 3 preguntas en su totalidad, dos (2) fueron dirigidas a la encuesta desde la extensión 2224 de la Unidad de Apuestas y Control de Juegos y las treinta y ocho (38) restantes fueron dirigidas a la encuesta desde extensiones no identificadas.

## CONCLUSIÓN:

Los resultados de la encuesta de atención telefónica del segundo trimestre de 2025, permiten deducir a manera general que en relación con los tres ítems evaluados, para el 100% de los 40 encuestados que contestaron las 3 preguntas en su totalidad, la atención recibida a sus requerimientos fue satisfactoria, así mismo el tiempo de espera para ser atendidos lo calificaron como oportuno.

En cuanto a la satisfacción general con el servicio recibido a través del canal telefónico, para efectos de análisis y tabulación, se toman 40 que contestaron en su totalidad las 3 preguntas que miden el servicio telefónico; en este sentido, se concluye que el 100% de los encuestados lo calificó entre “excelente” y “bueno” (95% “excelente” y 5% “bueno”)