

LOTERÍA DE BOGOTÁ

INFORME GENERAL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

PERIODO: Primer Trimestre de 2025

POBLACIÓN OBJETIVO: Visitantes a la entidad y Clientes atención telefónica

NÚMERO DE ENCUESTAS REALIZADAS: 41 distribuidas así:

- Visitantes a la entidad: 13
- Clientes atención telefónica: 35
 - **NOTA:** para efectos de análisis y tabulación, de los 35 encuestados se toman 28 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	3	23%
Unidad de Recursos Físicos	0	0%
Dirección de Operación de Producto y Comercialización	7	54%
Oficina de Atención al Cliente	3	23%
Oficina Oficial de Cumplimiento	0	0%
Oficina Jurídica	0	0%
Unidad Financiera	0	0%
Oficina de Control Interno	0	0%
TOTAL	13	100%

ÍTEMES EVALUADOS (resultados)

	B	%	R	%	M	%
1. Información sitio a donde ir	12	92%	1	8%	0	0%
2. Tiempo de espera	13	100%	0	0%	0	0%
3. Atención	12	92%	1	8%	0	0%
4. Información	11	85%	2	15%	0	0%
5. Comodidad oficina	7	54%	5	38%	1	8%
6. Servicio	12	92%	1	8%	0	0%

RESULTADOS:

Los resultados de las encuestas a visitantes practicadas en el primer 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 y el servicio brindado en general.

Sin embargo, un (1) visitante que se dirigía a la Unidad de Loterías (Dirección de Operación de Producto y Comercialización) calificó como "regular" la información que le suministraron sobre el sitio al que debía dirigirse de acuerdo a su necesidad, la calidad de la atención recibida, la calidad de la información brindada y el servicio brindado en general; un (1) visitante que se dirigía a la Unidad de Loterías (Dirección de Operación de Producto y Comercialización) calificó como "regular" la calidad de la información brindada y la comodidad del sitio en que fue atendido; de otra parte, tres (3) visitantes que se dirigían al punto de Atención al Cliente calificaron como "regular" la comodidad del sitio en el que fueron atendidos, un (1) visitante que se dirigía a la Unidad de Loterías (Dirección de Operación de Producto y Comercialización) calificó este ítem como "regular" y un (1) visitante que se dirigía a la Unidad de Loterías (Dirección de Operación de Producto y Comercialización) calificó este ítem como "malo".

Las oficinas más visitadas fueron: Unidad de Loterías hoy Dirección de Operación de Producto y Comercialización con un 54%, seguido de la Unidad de Apuestas y Control de Juegos y el punto de Atención al Cliente cada uno con un 23%.

Se recibieron las siguientes recomendaciones o sugerencias: *"La atención para premios debería ser en una oficina"* y se dirigía a la Unidad de Loterías (Dirección de Operación de Producto y Comercialización), *"Tener su propia oficina para comodidad del usuario"* y *"La oficina de atención no es el sitio acondicionado para una buena atención"* y los dos visitantes se dirigían al punto de Atención al Cliente.

Dentro de los comentarios positivos están: *"Todo muy bien"* y *"Atención ágil y eficiente. Muchas gracias!"* y los dos visitantes se dirigían a la Unidad de Loterías (Dirección de Operación de Producto y Comercialización).

* Uno de los visitantes que se dirigía a la Unidad de Loterías (Dirección de Operación de Producto y Comercialización) marcó "no acepto" en la opción del tratamiento de datos personales.

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 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.

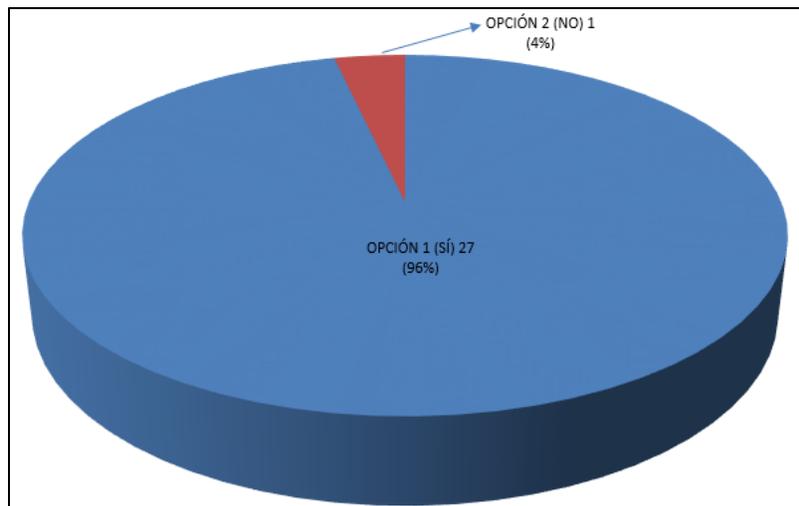
Para orientación, información general y atención a la ciudadanía, la entidad cuenta, adicionalmente al canal presencial y telefónico, con diferentes canales virtuales como lo son: correo electrónico de atención al cliente, correo electrónico ventanilla de radicación virtual, formulario electrónico “contáctenos” 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



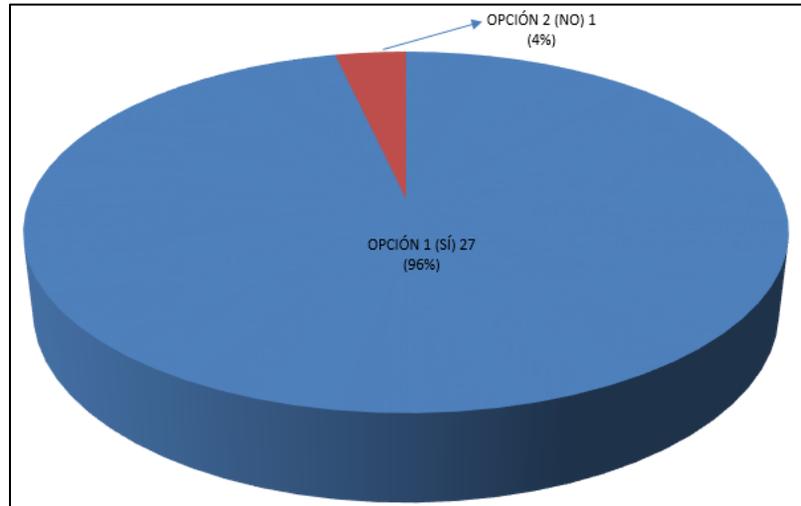
RESULTADOS:

Para efectos de análisis y tabulación, se toman 28 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 veintiocho (28) clientes, veintisiete (27) equivalentes al 96% indicaron que SÍ fue atendido satisfactoriamente su requerimiento y un (1) cliente equivalente al 4% indicó que NO fue atendido su requerimiento de manera satisfactoria.

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

Marque 1 para SÍ
Marque 2 para NO



RESULTADOS:

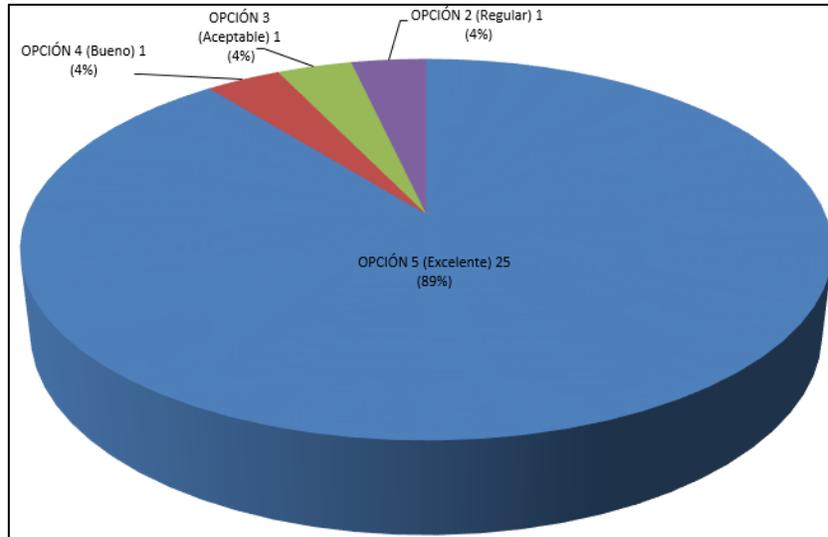
Para efectos de análisis y tabulación, se toman 28 clientes que contestaron en su totalidad las 3 preguntas que miden el servicio telefónico.

De acuerdo con lo anterior, frente a esta pregunta, se concluye que de los veintiocho (28) clientes, veintisiete (27) equivalentes al 96% indicaron que SÍ fue oportuno el tiempo de espera para ser atendidos y un (1) cliente equivalente al 4% indicó que NO fue oportuno el tiempo de espera para ser atendido.

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 28 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 veintiocho (28) clientes, veinticinco (25) equivalentes al 89% calificaron como “excelente” la satisfacción general con el servicio recibido, uno (1) equivalente al 4% como “bueno”, uno (1) equivalente al 4% como “aceptable” y uno (1) equivalente al 4% como “regular”.

NOTA: De acuerdo con el reporte de la data de la encuesta de satisfacción telefónica del IVR, para el primer trimestre de 2025 se reportaron trece (13) clientes a quienes se les dirigió a la encuesta telefónica pero la abandonaron y no la contestaron. Así mismo se reportan siete (7) clientes quienes no contestaron en su totalidad las 3 preguntas.

Los veintiocho (28) clientes que contestaron las 3 preguntas en su totalidad fueron dirigidos a la encuesta desde extensiones no identificadas.

CONCLUSIÓN:

Los resultados de la encuesta de atención telefónica del primer trimestre de 2025, permiten deducir a manera general que en relación con los tres ítems evaluados, para el 96% de los 28 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 28 que contestaron en su totalidad las 3 preguntas que miden el servicio telefónico; en este sentido, se concluye que el 96% de los encuestados lo calificó entre “excelente”, “bueno” y “aceptable”.