

INFORME DEFINITIVO DE AUDITORIA

LOTERÍA DE MEDELLÍN

PROCESO AUDITADO: GESTIÓN DE MERCADEO

Medellín, 30 de diciembre de 2020

DEFINICIÓN DEL MARCO GENERAL DEL INFORME

INTRODUCCIÓN

La Dirección de Auditoría Interna, en ejercicio de las facultades legales otorgadas por la Ley 87 de 1993, modificada por la Ley 1474 de 2011, el Decreto 2145 de 1999 y sus modificaciones; los Decretos 019, y 2641 de 2012, el Decreto 943 de 2014, los Decretos 648 y 1499 de 2017, el Estatuto de Auditoría Interna y la guía de auditoría para entidades públicas emitida por el DAFP en su versión Nro. 2, tiene como función realizar la evaluación independiente y objetiva al Sistema de Control Interno, a los procesos, procedimientos, actividades y actuaciones de la administración, con el fin de determinar la efectividad del control interno, el cumplimiento de la gestión institucional y los objetivos de la Entidad, produciendo recomendaciones para asesorar el Representante Legal en busca del mejoramiento continuo y permanente del Sistema de Control Interno.

De igual forma, teniendo en cuenta que el numeral 6 del Art. 6º del Decreto 648 de 2017 establece que le corresponde a la Oficina de Control Interno o quien haga sus veces en cada entidad *“Medir y evaluar la eficiencia, eficacia y economía de los demás controles adoptados por la entidad”*, así como asesorar y apoyar a los directivos en el desarrollo y mejoramiento del Sistema Institucional de Control Interno a través del cumplimiento de los roles establecidos mediante la formulación de recomendaciones y observaciones para lograr el cumplimiento de las funciones y objetivos, y dando cumplimiento a lo dispuesto en el Programa Anual de Auditorías para la vigencia 2020, la Dirección de Auditoría Interna, se permite presentar el Informe de Auditoría del Proceso Gestión de Mercadeo, en los siguientes términos:

NOMBRE DE LA AUDITORÍA: Auditoría de Gestión de Mercadeo.

OBJETIVO DE LA AUDITORIA: Evaluar de manera independiente y objetiva la gestión institucional del proceso Gestión de Mercadeo, al igual que el cumplimiento de la normatividad legal vigente aplicable al proceso, con el propósito de determinar el nivel de cumplimiento de los requisitos del proceso en su ejecución, la identificación de riesgos y la aplicación de los controles establecidos que garantizan razonablemente el cumplimiento del objetivo propuesto.

Objetivos Específicos:

1. Verificar el cumplimiento de los siguientes procedimientos:
 - a) Desarrollo de Plan de Premios (Código P-GM-01, versión 03).
 - b) Desarrollo de Estrategia de Mercadeo (Código P-GM-03, versión 07).
 - c) Asignación y Ajuste de Cupos de Distribución (Código P-GM-04, versión 01).

d) Gestión del Servicio al Distribuidor (Código P-GM-05, Versión 07).

2. Verificar el avance y estado de cumplimiento de cada una de las acciones establecidas en el Plan de Mejoramiento del proceso Gestión de Mercadeo realizado en la vigencia 2019.
3. Verificar el Mapa de Riesgos del proceso Gestión Documental y el avance de las acciones realizadas frente a los riesgos detectados.

ALCANCE DE LA AUDITORÍA: Establecer el nivel de cumplimiento y la adecuada ejecución del proceso y sus procedimientos internos (SIGC). Verificar la efectividad de los controles establecidos para los riesgos del proceso de Gestión de Mercadeo; igualmente verificar el cumplimiento de los controles en las acciones establecidas para el Plan de Premios, en el desarrollo de las Estrategias de Mercadeo, en el manejo de los cupos de distribución y en la gestión del Servicio hacia los Distribuidores de la Lotería. Lo anterior para el período comprendido entre agosto de 2019 a agosto de 2020.

Nota: De ser necesario, en el desarrollo de la auditoría, podrán incluirse temas adicionales que no estén informados preliminarmente en éste alcance, a fin de lograr dar claridad y objetividad sobre el resultado de la misma. Esta situación, será informada en el desarrollo de la auditoría.

CRITERIOS DE LA AUDITORIA:

Se aplicaron criterios para verificar el cumplimiento de lo definido en el Objeto de la Auditoría a desarrollar, las siguientes acciones: 1) Se solicitó la información y documentación necesarias y pertinentes a los funcionarios de la Subgerencia Comercial, a través de entrevistas directas y correos electrónicos. 2) Se recibió, analizó y determinó la veracidad y confiabilidad de la información y documentación proporcionada por los funcionarios de la Subgerencia Comercial, de tal manera que se estableciera si se podrían considerar soportes o evidencias sólidas que demuestren que el proceso auditado cumplía con su objetivo. 3) Se Formulan claramente las observaciones, a las que hubo lugar, 4) Se plantean las recomendaciones que se consideren apropiadas, esperando que sean tenidas en cuenta al momento de elaborar el respectivo Plan de Mejoramiento que deberá suscribir y ejecutar el Líder del Proceso auditado, en caso de que resultaren observaciones como producto de la Auditoría.

NORMATIVIDAD Y DOCUMENTOS DE REFERENCIA:

Para el desarrollo de la presente auditoría se tendrán en cuenta los siguientes criterios normativos: Constitución Política Colombiana de 1991 Ley 643 de 2001 y sus modificaciones, Ley 1393 de 2010 y sus modificaciones, Decreto 1068 de 2015 y sus

modificaciones, Resolución 131 de 2014, Resolución 146 y 171 expedidas por la Lotería de Medellín, Contratos de distribución, comercialización y venta de los productos de la Lotería de Medellín, indicadores, entre otros.

EQUIPO AUDITOR:

Luz Adriana Jaramillo Rendón – Directora Auditoría Interna
William Muñetón Acevedo – Profesional Universitario.

Nota: Se analizó toda la información entregada por el equipo auditado y aquellas situaciones anómalas a los procesos descritos en la respectiva caracterización, se dejan como observaciones, para que una vez revisadas por las partes, se tenga la posibilidad de debatir sobre ella y dar la posibilidad de evidenciar o demostrar que el proceso y procedimiento se viene cumpliendo a cabalidad, caso en el cual la observación se retirará del informe preliminar, de lo contrario quedará como observación en el informe definitivo y sobre ella se deberá construir un Plan de Mejoramiento.

DESARROLLO DE LA AUDITORIA

Esta auditoría resalta la disposición y compromiso del equipo auditado, lo cual se hizo evidente durante el desarrollo de la auditoría con la atención oportuna de las solicitudes, la concertación de horarios y la disposición personal y profesional de los funcionarios encargados de las actividades asociadas al proceso Gestión de Mercadeo.

Es necesario hacer claridad que la auditoría tomó más tiempo del planeado, debido a que hasta el 29 de octubre se solicitó información para avanzar en unos temas específicos, documentos que se recibieron el 19 de noviembre de 2020, todo ello debido a la dificultad del trabajo remoto, pues, no toda la documentación se tenía escaneada y fue necesario realizar dicha actividad.

PROCESO GESTIÓN DE MERCADEO

El Proceso Gestión de mercadeo, acorde con su caracterización Código C-GM-01 Versión 12, en el Sistema Integrado de Gestión de Calidad, aprobado el 18 de junio de 2020. Tiene por objetivo: “Implementar estrategias de comercialización mediante la ejecución del Plan Estratégico de Mercadeo vigente, que conlleve a lograr mayores ventas, liderazgo en el mercado buscando generar más aportes a la salud”.

Para dar cumplimiento a dicho objetivo tiene previstas las siguientes actividades en el PHVA:

CICLO	ACCIÓN
Planear	PLANIFICACIÓN DEL PROCESO Elaboración del Plan Estratégico de Mercadeo, los objetivos y las estrategias.
Hacer	ELABORACIÓN Y EJECUCIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO <ul style="list-style-type: none"> Implementación de las estrategias de Mercadeo a través de: Producto (Plan de Premios), Distribución, Promoción de ventas y Publicidad y Medios.
Hacer	<ul style="list-style-type: none"> Juegos territoriales Gestión de ventas
Verificar	REALIZAR SEGUIMIENTO A LOS INDICADORES DE GESTIÓN <ul style="list-style-type: none"> Seguimiento, análisis y medición al cumplimiento de los objetivos del Plan Estratégico de Mercadeo. IMPLEMENTAR CORRECTIVOS Y PLANES DE MEJORAMIENTO <ul style="list-style-type: none"> Acciones generadas para alcanzar los objetivos del Plan Estratégico de Mercadeo, cuando se requieran ajustes.

Como se puede observar en el ciclo PHVA, no existen actividades en el actuar, por lo que se recomienda realizar una revisión a la caracterización.

Procedimientos Internos asociados al Proceso Gestión de Mercadeo.

En el Sistema Integrado de Gestión de Calidad, se cuenta con caracterización del proceso asociado y los procedimientos correspondientes, descritos a continuación:

- P-GM-01 Versión 03, Desarrollo de Plan de Premios.
- P-GM-03 Versión 07, Desarrollo de Estrategia de Mercadeo.
- P-GM-04 Versión 01, Asignación y Ajuste de Cupos de Distribución.
- P-GM-05 Versión 07, Gestión del Servicio al Distribuidor.

Al momento de la Auditoría, se revisó y analizó cada uno de los procedimientos establecidos en el Sistema Integrado de Gestión de Calidad (SICG) para el Proceso Gestión Jurídica, encontrándose lo siguiente:

- I. **Procedimiento P-GM-01, Versión 03. Desarrollo de Plan de Premios.** Este procedimiento tiene por objeto: Formular los planes de premios para los sorteos ordinarios y extraordinarios de la Lotería de Medellín, de acuerdo con el Plan Estratégico institucional, estudio de mercado, estudio técnico de administración del

riesgo y estudio financiero.

Para analizar éste procedimiento se revisaron los siguientes documentos:

- Acta Junta Directiva Nro. 4, realizada el 28 de abril de 2020, donde se aprobó el nuevo Plan de Premios como una gran posibilidad de reactivar las ventas con un excelente retorno para los apostadores.
- Estructura del Plan de premios: Se evidencia la estructura del Plan de premios presentada para el cambio del Plan de Premios que inició el 29 de mayo de 2020 con el sorteo Nro. 4524.
- Acto Administrativo de Aprobación del Plan de Premios: Acuerdo Nro. 9 del 28 de abril del 2020, POR MEDIO DEL CUAL SE APRUEBA LA REDISTRIBUCIÓN DEL PLAN DE PREMIOS DE LOS SORTEOS ORDINARIOS DE LA LOTERÍA DE MEDELLÍN.
- Estudio de Mercado: Para el cambio de Plan de Premios que inició el 29 de Mayo de 2020 con el sorteo 4524, no se hacía necesario tener estudio de Mercado debido a que es una redistribución del Plan de Premios, sin embargo se recibió para el análisis del procedimiento en análisis, el Estudio de Mercado realizado para el Plan de Premios del Sorteo Extraordinario del año 2019 y el que se realiza actualmente para el nuevo Plan de Premios que iniciará a partir del mes de noviembre de 2020, denotándose que cumple con lo especificado en dicho procedimiento.
- Estudio Técnico de Administración del riesgo: Para el cambio de Plan de Premios que inició el 29 de Mayo de 2020 con el sorteo 4524, no se hacía necesario tener Estudio Técnico de Administración del Riesgo, debido a que es una redistribución del Plan de Premios, sin embargo se recibió para el análisis del procedimiento en análisis, el Estudio Técnico de Administración del Riesgo realizado para el Plan de Premios del Sorteo Extraordinario del año 2019 y el que se realiza actualmente para el nuevo Plan de Premios que iniciará a partir del mes de noviembre de 2020, denotándose que cumple con lo especificado en dicho procedimiento.
- Estudio Financiero: Para el cambio de Plan de Premios que inició el 29 de Mayo de 2020 con el sorteo 4524, no se hacía necesario tener Estudio Financiero, debido a que es una redistribución del Plan de Premios, sin embargo se recibió para el análisis del procedimiento en análisis, el Estudio Financiero realizado para el Plan de Premios del Sorteo Extraordinario del año 2019 y el que se realiza actualmente para el nuevo Plan de Premios que iniciará a partir del mes de

noviembre de 2020, denotándose que cumple con lo especificado en dicho procedimiento.

- **Concepto Autoridad Competente:** Se verificó la aprobación del Consejo Nacional de Juegos de Suerte y Azar para la Redistribución del Plan de premios que inició el 29 de mayo de 2020 con el sorteo 4524, a través de comunicación con radicado 20202400167131 del 06 de julio de 2020, donde indica "...La Secretaría Técnica del CNJSA encontró que este se ajusta a los parámetros de retorno mínimo al público, composición de rebalanceo, reservas técnicas y patrimonio técnico exigido por la normatividad"

OBSERVACIÓN POSITIVA Nro. 1: La auditoría observó que la Subgerencia Comercial viene cumpliendo a cabalidad lo especificado en el procedimiento P-GM-01 Versión 03, Desarrollo de Plan de Premios, dando cumplimiento al Sistema de Gestión de Calidad de la Entidad.

Se recomienda continuar con las actividades descritas con el fin de evitar la posible materialización de un riesgo.

II. Procedimiento P-GM-03, versión 07. Desarrollo de Estrategias de Mercadeo. Este procedimiento tiene por objeto: Diseñar las estrategias de mercadeo de los productos y/o unidades estratégicas de la Lotería de Medellín.

Se evidenció que el Plan Estratégico de Mercadeo fue aprobado a través del Comité Institucional de Gestión y Desempeño mediante Acta de Reunión Nro. 7 realizada el 25 de agosto de 2020.

Dentro de éste procedimiento se encuentran los sorteos promocionales, para ello se estudiaron los siguientes sorteos promocionales:

Promocionales 2019: Resoluciones 232, 259, 332,373 y 379

- **Resolución 232 de 2019:** "Promocional 5 cifras sin serie" sorteos 4489, 4490, 4491 y 4492, viaje por el Caribe para dos (2) personas.

De éste promocional quedaron en poder del público sólo 5 premios, de los cuales se revisan los siguientes:

1. Sorteo 4490 del 16 de agosto de 2019, con el número 8897 de la serie 107, ganadora,

Daniela Vélez Aguirre.

- Sorteo 4491 del 23 de agosto de 2019, con el número 7945 de la serie 035, ganador, José Guillermo González García.

OBSERVACIÓN Nro. 1:

La Resolución 232 fue expedida un (1) día antes de iniciar los promocionales, queriendo decir con ello que no se tiene buen tiempo para cumplir el Artículo Tercero de la Resolución: Comunicar a Distribuidores y loteros de la Lotería de Medellín, del grupo de interés de éste promocional.

RECOMENDACIÓN Nro. 1:

Se debe planear con más tiempo éste tipo de actividades para que se pueda cumplir con el cometido de la misma.

- **Resolución 259 de 2019:** “Promocional 5 cifras sin serie” así: 4493, 4494 y 4496, viajes a San Andrés isla para dos (2) personas. Sorteo 4495, viaje a Europa para dos (2) personas.

De éste promocional quedaron en poder del público sólo 4 premios en los sorteos 4493, 4494 y 4496, viaje a San Andrés, de los cuales se revisa el siguiente:

- Sorteo 4496 del 27 de septiembre de 2019, con el número 1212 de la serie 021, ganador, José Ignacio Ceballos Ramírez.

Analizada la misma Resolución, podemos verificar que del sorteo 4495 no hubo ningún ganador.

OBSERVACIÓN Nro. 2:

La Resolución 259 fue expedida el mismo día que inician los promocionales, queriendo decir con ello que no se tiene buen tiempo para cumplir el Artículo Tercero de la Resolución: Comunicar a Distribuidores y loteros de la Lotería de Medellín, del grupo de interés de éste promocional.

RECOMENDACIÓN Nro. 2:

Se debe planear con más tiempo éste tipo de actividades para que se pueda cumplir con el cometido de la misma.

- **Resolución 332 de 2019:** “AMIGO VENDEDOR PORQUE ¡TE LO MERECEES!, para la Empresa GELSA. Exclusivo para ventas mayores a 65.000 billetes del Sorteo Extraordinario de Medellín a jugar el 14 de diciembre de 2019.

Informa el auditado que la Empresa GELSA no logró superar las ventas por lo que no se realizó ninguna premiación.

- **Resolución 373 de 2019:** Promocional “RASPA YA”, este promocional se aplicaría para el billete del Súper Extra Navideño Nro. 008 de 2019 a jugar el 14 de diciembre de 2019.

No fue posible verificar los pagos correspondientes a ésta Resolución debido a que los pagos se hacen directamente con los billetes devueltos por los Distribuidores y debido a que nos encontramos en auditorias remotas, este tipo de documentos no pueden salir de las instalaciones de la Lotería de Medellín y se hace muy complicada su digitalización.

OBSERVACIÓN Nro. 3:

La Resolución 373 fue expedida un (1) día antes de iniciar los promocionales, queriendo decir con ello que no se tiene buen tiempo para cumplir el Artículo Tercero de la Resolución: Comunicar a Distribuidores y loteros de la Lotería de Medellín.

Se evidencia en la Resolución que en el Artículo Tercero de los considerandos dice que el promocional aplica para el sorteo súper extra navideño, en el Artículo Cuarto de los considerandos dice que se efectuará en el sorteo 008 del 13 de diciembre de 2019, en el Artículo Quinto de los considerando dice nuevamente billete del sorteo Súper extra navideño y en el Artículo Primero del Resuelve dice Súper extra navideño de la Lotería de Medellín, sorteo 0008 del 14 de diciembre de 2019. Se puede observar una diferencia en las fechas de la Resolución que puede ocasionar una dificultad al pagar dichos promocionales.

RECOMENDACIÓN Nro. 3:

Se debe planear con más tiempo éste tipo de actividades para que se pueda cumplir con el cometido de la misma.

Se recomienda que antes de publicar éste tipo de documentos, se pasen a un abogado de la Secretaria General o al Asesor de la Gerencia para evitar incongruencias que pueden generar costos a la Lotería.

- **Resolución 379 de 2019:** Promocional “VENDE MAS, GANE MAS”

No fue posible verificar los pagos correspondientes a ésta Resolución debido a que los pagos se hacen directamente con los billetes devueltos por los Distribuidores y debido a que nos encontramos en auditorias remotas, este tipo de documentos no pueden salir de las instalaciones de la Lotería de Medellín y se hace muy complicada su digitalización.

OBSERVACIÓN Nro. 4:

La Resolución 379 fue expedida el mismo día que inician los promocionales, queriendo decir con ello que no se tiene buen tiempo para cumplir el Artículo Tercero de la Resolución: Comunicar a Distribuidores y loteros de la Lotería de Medellín, del grupo de interés de éste promocional.

No se entiende la redacción del Artículo cuarto de los considerandos.

RECOMENDACIÓN Nro. 4:

Es necesario que antes de publicar este tipo de documentos, se revise la redacción para tener la seguridad que haya suficiente claridad para el público apostador.

Revisar que si el promocional se llama “VENDA MAS, GANE MAS”, en toda la redacción del documento se coloque lo mismo, no una sola palabra.

SEGUIMIENTO A LA SUPERVISIÓN DE LOS CONTRATOS

MUESTRA: Se solicitaron los contratos de la Entidad, del período comprendido entre el 01 de agosto de 2019 al 30 de agosto de 2020 (en total 42 contratos), de las cuales se tomaron nueve (9) contratos para la muestra, y se revisaron en su totalidad observándose lo siguiente:

1) ACEPTACIÓN DE OFERTA Nro. 027 de 2019

CONTRATISTA: SUMIDAN CORPORATIONS S.A.S

OBJETO: Compra de material textil para campañas de control de juego legal de la Lotería de Medellín.

PLAZO: El plazo de ejecución del contrato a partir del acta de inicio hasta el 13 de diciembre de 2019.

ACTA DE INICIO: 23 de septiembre de 2019

VALOR: \$ 137.088.000, IVA incluido

FECHA DE TERMINACIÓN: 13 de diciembre de 2019.

SIN OBSERVACIONES

2) ACEPTACIÓN DE OFERTA Nro. 029 de 2019

CONTRATISTA: REDIG S.A.S

OBJETO: Compra de material textil para campañas de control de juego legal de la lotería de Medellín. (1.300 chalecos con manga y 7.000 gorras)

PLAZO: El plazo de ejecución del contrato a partir del acta de inicio hasta el 13 de diciembre de 2019

ACTA DE INICIO: 24 de septiembre de 2019.

VALOR: \$ 130.512.060 IVA incluido.

FECHA DE TERMINACIÓN: 13 de diciembre de 2019.

SIN OBSERVACIONES

3) ACEPTACIÓN DE OFERTA Nro. 037 de 2019

CONTRATISTA: HUGO ESNEYDER CORREA PÉREZ

OBJETO: Compra de pendones y volantes con publicidad del Sorteo Extraordinario de la Lotería de Medellín.

PLAZO: El plazo de ejecución del contrato será hasta el 02 de octubre de 2019 desde la expedición del registro presupuestal.

ACTA DE INICIO: Esta la aceptación de la oferta con fecha 1 de octubre de 2019.

VALOR: \$ 9.652.090 IVA incluido.

FECHA DE TERMINACIÓN: 02 de octubre de 2019.

OBSERVACIÓN Nro. 5:

- Se evidencia en las fechas del expediente lo siguiente: Aceptación de Oferta con fecha 1/10/2019 y Plazo de ejecución, hasta el 2/10/2019, queriendo decir que el contrato sólo tenía 1 día para su ejecución del contrato. Se debe tener cuidado con la planeación de los contratos.

RECOMENDACIÓN Nro. 5: Recomendamos revisar fechas de éste contrato que tengan coherencia con el cumplimiento del objeto.

4) ACEPTACIÓN DE OFERTA Nro. 001 de 2020

CONTRATISTA: Cyan Eventos y Logística S.A.S.

OBJETO: Activación de marca con clientes de la Lotería de Medellín en el área Metropolitana

PLAZO: El plazo de ejecución del contrato será de tres (3) meses o hasta agotar los recursos, lo primero que suceda a partir del Acta de Inicio.

ACTA DE INICIO: 6 de marzo de 2020.

VALOR: \$ 15.934.100 IVA incluido.

FECHA DE TERMINACIÓN: 6 de junio de 2020.

SIN OBSERVACIONES

La Auditoría reconoce el esfuerzo enorme realizado por los servidores de Secretaría General y Subgerencia Comercial y de Operaciones para escanear la totalidad de los formatos de productos entregados, sin embargo no es posible revisarlos puntualmente, por lo tanto recomienda al Líder del proceso como Segunda Línea de Defensa verificar que concuerde lo contratado con lo entregado, para evitar diferencias que pueden dar como resultado un hallazgo de la Contraloría General de Antioquia en una próxima auditoría.

5) CONTRATO Nro. 107 de 2019

CONTRATISTA: ALCÁNTARA ASOCIADOS S.A.S.

OBJETO: Compra de morrales con publicidad de la campaña Juegue Legal Lotería de Medellín.

PLAZO: El plazo de ejecución del contrato será a partir de la expedición del compromiso presupuestal, hasta el 20 de diciembre de 2019.

ACTA DE INICIO: 18 de noviembre de 2019.

VALOR: \$ 37.566.095 IVA incluido.

FECHA DE TERMINACIÓN: 20 de diciembre de 2019.

SIN OBSERVACIONES

6) CONTRATO Nro. 113 de 2019

CONTRATISTA: SERVICIOS UNIREN S.A.S.

OBJETO: Participación publicitaria de la Lotería de Medellín en encuentro con loteros de Servicios Unired S.A.S.

PLAZO: El plazo de ejecución del contrato será hasta el 02 de diciembre de 2019, desde

la expedición del registro presupuestal.

ACTA DE INICIO: 22 de noviembre de 2019.

VALOR: \$ 23.000.000 IVA incluido.

FECHA DE TERMINACIÓN: 02 de diciembre de 2019.

SIN OBSERVACIONES.

7) CONTRATO Nro. 122 de 2019

CONTRATISTA: CARACOL PRIMERA CADENA RADIAL COLOMBIANA S.A.

OBJETO: Pauta publicitaria radial para la campaña juego legal de la Lotería e Medellín.

PLAZO: El plazo de ejecución del contrato será hasta el 14 de diciembre de 2019, desde la expedición del registro presupuestal.

ACTA DE INICIO: 06 de diciembre de 2019.

VALOR: \$ 41.025.250 IVA incluido.

VALOR FINAL EJECUTADO: 40.763.529

FECHA DE TERMINACIÓN: 14 de diciembre de 2019.

SIN OBSERVACIONES.

8) CONTRATO Nro. 35 de 2020

CONTRATISTA: INES ELVIRA ARANGO

OBJETO: Prestación de servicios profesionales de apoyo a la gestión estratégica y comercial de la Lotería de Medellín.

PLAZO: El plazo de ejecución del contrato será de siete (7) meses y veintiún (21) días, contados desde la suscripción del Acta de Inicio, sin sobrepasar el 30 de diciembre de 2020.

ACTA DE INICIO: 13 de mayo de 2020.

VALOR: \$ 42.350.000.

FECHA DE TERMINACIÓN: 30 de diciembre de 2020.

SIN OBSERVACIONES.

9) CONTRATO Nro. 36 de 2020

CONTRATISTA: INES ELVIRA ARANGO

OBJETO: Diseño, planificación y difusión de planes de medios para la pauta de los

productos, canales y campañas comerciales y de legalidad de la Lotería de Medellín en diferentes medios masivos y alternativos de forma integral..

PLAZO: El plazo será desde la fecha de aprobación del Acta de inicio hasta el 31 de diciembre de 2020 o hasta agotar los recursos, lo que ocurra primero.

ACTA DE INICIO: 22 de mayo de 2020.

VALOR: \$ 1.650.000.000 incluido IVA.

FECHA DE TERMINACIÓN: 31 de diciembre de 2020 o hasta agotar los recursos, lo que ocurra primero.

SIN OBSERVACIONES

Como en la propuesta presentada por Teleantioquia sólo se especifica el cobro de honorarios por el 3,5% más IVA, la Auditoría recomienda que la Subgerencia Comercial como Segunda Línea de Defensa y el Supervisor deben tener suficiente conocimiento de los cobros que se realizarán durante el contrato para verificar que lo pagado sea concordante a lo presupuestado para evitar diferencias que pueden ocasionar futuros hallazgos por parte de los entes de control.

SEGUIMIENTO AL PLAN DE MERCADEO:

La Subgerencia Financiera ha realizado dos (2) seguimientos al Plan de Mercadeo, uno correspondiente al segundo trimestre y el otro al tercer trimestre de 2020.

Recomienda la Auditoría que como ya se tiene el Plan de Mercadeo aprobado, se realice el correspondiente seguimiento con las metas establecidas para cada vigencia en cada una de las Líneas Estratégicas y siguiendo los indicadores de gestión allí definidos.

OBSERVACIÓN POSITIVA: La Subgerencia Financiera con el Liderazgo que tiene actualmente, viene dando cumplimiento al procedimiento P-GM-03 versión 07. Desarrollo de Estrategias de Mercadeo, en lo pertinente al Plan de Mercadeo, tal y como está descrito en el Sistema de Gestión de la Calidad.

- III. Procedimiento P-GM-04, versión 07 (Versión 1). Asignación y Ajuste de Cupos de Distribución:** Este procedimiento tiene por objeto, Realizar la suscripción, ejecución, terminación y liquidación de los contratos de distribución, comercialización y venta de la Lotería de Medellín.

Para el análisis del procedimiento, realizamos la revisión de las siguientes solicitudes:

1. Rossemary Castañeda Duarte

Anexa:

- Acta de Reunión del Comité de Billetería.
- Solicitud para continuar con la agencia por fallecimiento de su esposo.
- Formulario de solicitud, Registro y Capacidad de los Distribuidores. F-GC-01, versión 4.
- Certificado de inhabilidades, impedimentos, incompatibilidades, conflictos de interés y SIPLAFT.
- Certificado de Defunción del esposo.
- Copia CC de la Señora Rossemary Castañeda Duarte.
- Certificados de Policía, Procuraduría y Contraloría.
- Concepto SIPLAFT.
- Estado situación financiera de la solicitante.
- Certificado Cámara de Comercio de la solicitante
- Solicitud análisis situación financiera al Subgerente Comercial sin fecha.
- Análisis realizado por el área comercial.

2. Víctor Hugo Yarce Cossio, representante legal de Loterías y Servicios Colombia S.A.

Anexa:

- Acta de reunión del Comité de Billetería.
- Solicitud para reasignación de cupo.
- Certificado de inhabilidades, impedimentos, incompatibilidades y conflictos de interés, con el logo de la Anterior gobernación.
- Copia CC del señor Víctor Hugo Yarce Cossio.
- Certificados de Policía, Procuraduría y Contraloría.
- Concepto SIPLAFT.
- Estado situación financiera del solicitante.
- Certificado Cámara de Comercio del solicitante
- RUT.
- Solicitud análisis situación financiera al Subgerente Comercial radicado.
- Análisis realizado por el área comercial.
- Otrosí Nro. 4 al contrato 144 de 2017.

- Garantía.
- Aprobación de garantía

3. AGAPPE S.A.S

Anexa:

- Acta de reunión del Comité de Billetería.
- Actualización de datos de la Distribuidora pero no está la solicitud para asignación de cupo.
- Certificado de inhabilidades, impedimentos, incompatibilidades y conflictos de interés.
- Copia CC de la señora Isabel Cristina Roldán Ospina.
- Certificados de Policía, Procuraduría y Contraloría.
- Concepto SIPLAFT.
- Estado situación financiera de la solicitante sin firma de la Subgerencia Financiera.
- Certificado Cámara de Comercio de la solicitante
- RUT.
- Solicitud análisis situación financiera al Subgerente Comercial sin fecha.
- Respuesta del análisis financiero sin firma.
- Análisis realizado por el área comercial.
- Contrato Nro. 278 de 2020.
- Póliza
- Aprobación de garantía

OBSERVACIÓN Nro. 6:

- El equipo auditor observó que según el procedimiento establecido en el Sistema de Gestión de Calidad de la entidad, las carpetas de los tres distribuidores analizados (Rossemay Castañeda Duarte, Víctor Hugo Yarce Cossio, representante legal de Loterías y Servicios Colombia S.A. y AGAPPE S.A.S, , no contienen la totalidad de la documentación necesaria para cada procedimiento a realizar.

RECOMENDACIÓN Nro. 6:

- Recomienda el equipo auditor, tener la totalidad de la documentación relacionada en el Sistema Integrado de Gestión de Calidad en la carpeta correspondiente.
- Recomendamos que antes de legalizar cualquier proceso, el líder de la

Subgerencia Comercial y de Operaciones, como Segunda Línea de Defensa, consolide y analice la información sobre temas clave para la entidad, base para la toma de decisiones y de las acciones preventivas necesarias para evitar materialización de riesgos.

IV. Procedimiento P-GM-05 Versión 07, Gestión del Servicio al Distribuidor: Este procedimiento tiene por objeto identificar la satisfacción de los Distribuidores de la Lotería de Medellín para diseñar, gestionar y mejorar los servicios inherentes al proceso de Gestión de Mercadeo.

Se tienen identificados los Distribuidores de la Lotería de Medellín, evidenciando que se cuenta con 94 Distribuidores y se les realiza el seguimiento comercial de manera semanal, identificando claramente sus ventas de manera periódica, información que se entrega a la Gerencia para la correcta toma de decisiones.

Dentro de éste proceso se tienen descritas algunas actividades que fueron solicitadas por la Auditoría con el fin de analizar y recomendar mejoras, sin embargo el Subgerente Comercial (e), informó que no se tiene dicha información, por lo que queda en el informe preliminar como una observación.

“Del mismo modo, le informo como responsable del proceso, que la Subgerencia Comercial y de Operaciones en el desarrollo de sus actividades y los procedimientos de la Gestión de Mercadeo, realiza todas las acciones tendientes al cumplimiento de la satisfacción de los Distribuidores y los seguimientos a los controles de riesgos, sin embargo, no se cuenta con el soporte documental para aportar las evidencias, toda vez que, el proceso de gestión se encuentra en una etapa de construcción ajustándose a las normas técnicas reglamentarias, dando cumplimiento a un plan de mejoramiento continuo alineado a las políticas de la Empresa, y la última versión actualizada es del mes de junio de 2020, estos son los relacionados con:

15. Análisis de fortalezas y/o amenazas para lograr la satisfacción del Distribuidor.
16. Planes de mejoramiento para aumentar los niveles de calidad en el servicio prestado al Distribuidor.
17. Análisis general de la satisfacción de los Distribuidores en cada semestre.
18. Seguimiento a los controles realizados al riesgo de “No incremento en ventas”.
19. Seguimiento a los controles realizados al riesgo “Desconocimiento de la eficacia de las Estrategias del Plan Estratégico de Mercadeo”.
20. Seguimiento a los controles realizados al riesgo de “satisfacción del cliente”.
21. Seguimiento a los controles realizados al riesgo de “desconocimiento del mercado”.
22. Seguimiento a los controles realizados al riesgo de “errores en el aumento de

cupos”.

23. Seguimiento a los Riesgos de corrupción del proceso.

OBSERVACIÓN Nro. 7: No se está dando cumplimiento a lo dispuesto en el procedimiento P-GM-05 Versión 07, Gestión del Servicio al Distribuidor, descrito en el Sistema de Gestión de la calidad, en lo referido al análisis de fortalezas y amenazas para lograr la satisfacción de los Distribuidores y el análisis general de la satisfacción de los Distribuidores, temas de sensibles que apuntan al crecimiento de ventas de la Lotería, además trabajado como tema primordial desde el Modelo Integrado de Planeación y Gestión-MIPG. (De la ventanilla hacia afuera)

RECOMENDACIÓN Nro. 7: Dar cumplimiento a lo dispuesto en el Procedimiento P-GM-05 Versión 07, Gestión del Servicio al Distribuidor, descrito en el Sistema de Gestión de la Calidad y validado por MIPG. (De la ventanilla hacia afuera)

RIESGOS IDENTIFICADOS EN EL PROCESO GESTIÓN MERCADEO

La Secretaría General como líder del Proceso Gestión Jurídica, determinó tres (3) riesgos asociados al Proceso, los cuales están publicados en la herramienta SIGC (arbolito). en donde se presentaron los siguientes riesgos:

RIESGO	CONTROLES EXISTENTES	OPCIONES PARA EL TRATAMIENTO DEL RIESGO
<p>Riesgo 4: No incremento en ventas</p> <p>(Riesgo identificado en el mes de junio de 2005 y actualizado en el mes de junio de 2020).</p>	<ul style="list-style-type: none"> *Potencializar el canal electrónico. *Cumplimiento a los indicadores de gestión, eficiencia y rentabilidad. <ul style="list-style-type: none"> *Realizar Promocionales. *Evaluaciones a través de FEDELCO. *Seguimiento constante a pagos cartera y entrega de lotería al Distribuidor. *Entrega oportuna de mezcla y diseño del billete al proveedor. *Medición permanente del Plan de Mercadeo. 	<ul style="list-style-type: none"> *Implementación de nuevos canales – implementación Plan Estratégico con distribuidores. *Renovación de la imagen de Lotería – Campaña institucional realizada por FEDELCO. *Establecer promocionales constantes al canal y a los consumidores – Capacitación a Loteros. *Evaluación constante de la ley-Lobby para proyecto de modificación de la ley, actividades innovadoras soportadas en la ley existente.

<p>Riesgo 6: Desconocimiento de la eficacia de las estrategias de PEM.</p> <p>(Riesgo identificado en el mes de junio de 2005 y actualizado en el mes de junio de 2020).</p>	<p>*Informe de junta presupuestales. *Plan Estratégico de la Entidad. *Planes de medios. *Registros de la industria.</p>	<p>*Estudio de factibilidad definiendo el impacto deseado presupuesto asignado al PEM. *Contrato de plan de medios. *Plan Estratégico.</p>
<p>Riesgo 7: No satisfacción del cliente – Distribuidor.</p> <p>(Riesgo identificado en el mes de junio de 2005 y actualizado en el mes de junio de 2020).</p>	<p>*Acompañamiento permanente al distribuidor. *Definición de zonas y responsables. *Contrato de impresión, distribución , custodia y recolección de billetería.</p>	<p>*Publicidad y promocional *Potencializar el Servicio al Cliente CRM. *Supervisión del contrato. *Lobby permanente ante el Estado.</p>
<p>Riesgo 9: Desconocimiento del mercado.</p> <p>(Riesgo identificado en el mes de junio de 2005 y actualizado en el mes de junio de 2020).</p>	<p>*Contacto del gerente y del área comercial con el 100% de los clientes actuales (distribuidores). *Consulta al mercado a través de fuentes primarias y/o secundarias.. *Tablero de control.</p>	<p>*Implementación de las investigaciones de mercado: Posicionamiento de la marca, Cobertura del mercado, Análisis de competidores, Factores motivacionales de compra y Visita Gerente Distribuidores. *Software administración de negocios.</p>
<p>Riesgo 15: Errores en el aumento de cupos</p> <p>(Riesgo identificado en el mes de junio de 2005 y actualizado en el mes de junio de 2020).</p>	<p>*Solicitud del distribuidor para aumento de cupo. *Solicitud del distribuidor de números abonados. *El sistema los rechaza. *Circulación de estados de cuenta.</p>	<p>*Resolución de autorización de aumento de cupos.</p>

OBSERVACIÓN Nro. 8:

- El equipo auditor al revisar los riesgos del Proceso Gestión Mercadeo, encontró deficiencias en la gestión de riesgos y controles, identificando los siguientes aspectos: se advierten deficiencias en la forma como están descritos los riesgos identificados, “es

importante recordar que en la descripción riesgo se deben tener en cuenta las respuestas a las preguntas: ¿Qué puede suceder?, ¿Cómo puede suceder?, ¿Cuándo puede suceder? ¿Y Qué consecuencias tiene su materialización?”. De igual manera recomendamos lo escrito en la guía de riesgos del DAFP y es de tener en cuenta que para la redacción del riesgo se debe evitar iniciarlos con palabras negativas como “No...”; “Que no...”, o con palabras que denoten un factor de riesgo (causa) tales como: “ausencia de...”, “falta de...”, “poco(a)...”, “escaso(a)...”, “insuficiente...”, “deficiente...”, “debilidades en...” También se hace necesario revisar el diseño de los controles y verificar si los controles descritos si evitan la materialización del riesgo, cada cuanto se haría el respectivo seguimiento el cual debe quedar documentado y clasificar el riesgo; es decir la tipología del riesgo (riesgos financieros, riesgos operativos, riesgos estratégicos, riesgos tecnológicos, riesgos de corrupción, entre otros), ajustándose a lo establecido en los Numerales 2.15, 2.18, 2.20, 2.22, 2.25, 2.26, 2.29 y el Numeral 3 PRINCIPIOS, de la NTC ISO 31000/2011 Gestión del Riesgo. Principios y Directrices (ICONTEC) y la Guía para la administración del riesgo y el diseño de controles en entidades públicas.

RECOMENDACIÓN Nro. 8:

- El equipo auditor recomienda a la Subgerencia Comercial y de Mercadeo, como encargada del proceso Gestión Mercadeo, revisar el diseño y definición de los riesgos, y actualizarlos en la matriz de Riesgos del Proceso Gestión Mercadeo, de acuerdo a lo establecido en la NTC ISO 31000/2011 Gestión del Riesgo. Principios y Directrices (ICONTEC), y los lineamientos de la Guía para la Administración del riesgo y el diseño de controles en entidades públicas Versión 4 del Departamento Administrativo de la Función Pública DAFP de octubre de 2018.

REVISIÓN PLANES DE MEJORAMIENTO


Al cierre de la presente auditoría, el plan de mejoramiento a la auditoría del proceso Gestión Jurídica realizado en el año 2019, se encuentra cerrada con un cumplimiento del 100%.

CONCLUSIONES

- ✓ El equipo auditor reconoce el gran trabajo que se viene realizando en la Subgerencia Comercial y de Operaciones, donde el mejoramiento ha sido notable cada vez que se realizan las auditorías internas. Las observaciones encontradas son susceptibles de mejora y estamos seguros que se realizarán los ajustes pertinentes.

- ✓ Se debe fortalecer el tema de riesgos y controles en el Proceso Gestión Mercadeo, con el fin de contar con mecanismos de medición y seguimiento eficientes que permitan cumplir los objetivos institucionales.
- ✓ Se deben emprender acciones que permitan fortalecer la Gestión de Mercadeo en la entidad desde la óptica de las tres líneas de defensa, conforme a lo establecido en MIPG y la normatividad vigente aplicable.
- ✓ Es importante resaltar la cordialidad, disponibilidad y atención prestada por el grupo encargado del Proceso Gestión de Mercadeo para con el equipo auditor, mostrando un alto grado de compromiso frente la cultura del control.

Cordialmente;



LUZ ADRIANA JARAMILLO RENDÓN
Directora Auditoría Interna