



PLAN NACIONAL
DE DESARROLLO
2 0 1 3 - 2 0 1 8
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA

PROGRAMA INSTITUCIONAL
DE LA LOTERÍA NACIONAL
PARA LA ASISTENCIA PÚBLICA
2014-2018

AVANCE Y RESULTADOS 2015

INSTITUCIONAL

ÍNDICE

MARCO NORMATIVO.....	2
RESUMEN EJECUTIVO.....	3
Objetivo 1 Incrementar ventas de los productos de Lotería Nacional para la Asistencia Pública.....	5
Objetivo 2 Reducir la cartera crediticia vencida, para contar con fianzas sanas.....	7
Objetivo 3 Disminuir los costos de operación para hacer rentables los productos que se comercializan.....	9
Objetivo 4 Mantener la imagen y confianza institucional, que permita reforzar los vínculos interinstitucionales y con la sociedad.....	11
ANEXO. FICHAS DE LOS INDICADORES.....	13
GLOSARIO.....	17
SIGLAS Y ABREVIATURAS.....	18



MARCO NORMATIVO

Este documento se presenta con fundamento en lo establecido en el numeral 32 del Acuerdo 01/2013 por el que se emiten los Lineamientos para dictaminar y dar seguimiento a los programas derivados del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 publicado en el Diario Oficial de la Federación del 10 de junio de 2013, el cual enuncia que:

“Las dependencias y entidades deberán difundir y publicar en sus páginas de Internet, los programas a su cargo, al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación. Asimismo, deberán publicar dentro del primer bimestre de cada año, en el mismo medio electrónico, los logros obtenidos de conformidad con los objetivos, indicadores y metas definidos en los programas”.

RESUMEN EJECUTIVO

La Lotería Nacional para la Asistencia Pública (LOTENAL) es un organismo descentralizado de la Administración Pública Federal, creado con el objeto de apoyar económicamente las actividades a cargo del Ejecutivo Federal en el campo de la asistencia pública, destinando a ese fin los recursos que obtenga mediante la celebración de sorteos con premios en efectivo, de conformidad con lo establecido en los artículos 1º y 2º de su Ley Orgánica.

En 2014, con base en lo que establece el artículo 6º del “DECRETO por el que se aprueba el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018”, se elaboró el PROGRAMA Institucional 2014 – 2018 de la Lotería Nacional para la Asistencia Pública, el cual fue publicado en el DOF el 16 de mayo de 2014, mismo que fue objeto de modificación el 15 de julio del mismo año, y publicado en el DOF, el documento denominado “MODIFICACIONES al Programa Institucional 2014-2018 de LOTENAL.

El Programa Institucional 2014 – 2018 de la LOTENAL establece los objetivos y acciones que deberán ejecutarse durante la presente administración para hacer de la Entidad una institución rentable, capaz de dar cumplimiento a su misión y crear las condiciones para alcanzar la visión institucional. Cabe señalar que la misión y visión de la Lotería Nacional señalan a la letra:

- **MISIÓN.** Organismo descentralizado de la Administración Pública Federal, encargada de la celebración de sorteos con premios en efectivo, destinados a captar dinero para apoyar económicamente al Titular del Poder Ejecutivo en los asuntos orientados a procurar la igualdad entre aquellos mexicanos sin posibilidad de satisfacer por sí mismos sus más urgentes necesidades.
- **VISIÓN.** Constituirse como una institución líder y un ejemplo a nivel nacional e internacional, reposicionando su imagen ante la opinión pública mediante el incremento de los niveles de credibilidad y confianza.

Para dar cumplimiento a la misión y alcanzar la visión, la Entidad estableció 4 objetivos institucionales, 11 estrategias y 33 líneas de acción para ser implementadas en el periodo 2014 – 2018:

- **OBJETIVO 1.** Incrementar ventas de los productos de Lotería Nacional para contribuir a la Asistencia Pública.

- **OBJETIVO 2.** Reducir la cartera crediticia vencida, para contar con finanzas sanas.
- **OBJETIVO 3.** Disminuir los costos de operación para hacer rentables los productos que se comercializan.
- **OBJETIVO 4.** Mantener la imagen y confianza institucional, que permita reforzar los vínculos interinstitucionales y con la sociedad.

Al cierre del ejercicio 2015, los principales resultados obtenidos relacionados con el logro del objetivo 1. “Incrementar las ventas de los productos de Lotería Nacional para contribuir a la Asistencia Pública” están orientados a desarrollar nuevos productos mediante el uso de las tecnologías de la información y comunicaciones (Tic’s), alianzas de comercialización y publicidad, Reportes de venta por sorteo para conocer las tendencias actuales de los consumidores mexicanos e incentivos para incrementar la productividad de la fuerza de ventas.

Respecto del objetivo 2. “Reducir la cartera crediticia vencida, para contar con finanzas sanas”, se estableció una estructura administrativa para la integración de expedientes de reclamo judicial de adeudos y se sistematizaron procesos en esta materia para una oportuna y eficaz cobranza: Depósito Firme, Notificación Electrónica de Cobranza y Cálculo de Incentivos.

La cartera vencida presentó un monto de 681.7 MP, 7% menor comparada con el año anterior. El decremento obedeció, entre otras cuestiones, a la aplicación de dictámenes de incobrabilidad e incosteabilidad de algunos Organismos de Venta y billeteros, así como del reconocimiento de bienes en dación en pago.

No obstante los avances presentados, la depuración de registros de billetes realizada en 2014, que originó la cancelación de promesas de pago “Salvo Buen Cobro” continúa impactando el saldo de la cartera vencida, de forma que al compararse el saldo con el del año base (2013) aún muestra incremento.

Las acciones realizadas para dar cumplimiento al objetivo 3. “Disminuir los costos de operación para hacer rentables los productos que se comercializan” permitieron que el presupuesto ejercido durante 2015 fuera por un importe de 2,194.5 MP, cantidad menor en 2.6% al presupuesto autorizado para el mismo periodo. Lo anterior como resultado de la aplicación de menor gasto en contrataciones de prestadores de servicios, erogaciones



menores por resoluciones por autoridad competente (laudos), obtención de mejores precios en adquisición de mobiliario y una mejor recuperación de préstamos otorgados al personal de Entidad; cumplimiento estricto de las medidas de austeridad establecidas por el Ejecutivo Federal, dado que en materia de servicios personales, se redujo la plantilla de personal eventual en un 10%; se llevaron a cabo acciones que permitieron enajenar los bienes muebles que ya no eran útiles para las actividades sustantivas de la Entidad y se modificó la normatividad vigente en materia de prestaciones socioeconómicas, en particular en aquellas que inciden directamente en la ejecución del gasto.

Sobre el objetivo 4. "Mantener la imagen y confianza institucional, que permita reforzar los vínculos interinstitucionales y con la sociedad", se realizaron campañas publicitarias para reforzar el posicionamiento de marca de la Entidad y sus productos, así como estrategias publicitarias mediante activaciones en diferentes puntos de la Ciudad de México y en las propias instalaciones de la LOTENAL, con el objetivo de generar un acercamiento con diversos segmentos de mercado. De igual manera, se buscó fortalecer los vínculos y comunicación tanto con la fuerza de venta como con la sociedad mediante la publicación de la revista electrónica "Premio Mayor". Se fortaleció el uso de las redes sociales, que se han constituido en una herramienta indispensable para conocer los gustos, preferencias y expectativas de los jugadores actuales y los potenciales.

AVANCES Y LOGROS

Objetivo 1. Incrementar ventas de los productos de Lotería Nacional para contribuir a la Asistencia Pública

El objeto de la LOTENAL, conforme a su Ley Orgánica es apoyar económicamente las actividades a cargo del Ejecutivo Federal en el campo de la asistencia pública, destinando a ese fin los recursos que obtenga mediante la celebración de sorteos con premios en efectivo.

En este contexto, de conformidad con el Calendario de Sorteos, la Entidad celebró 188 sorteos para el ejercicio fiscal 2015, cifra igual a los celebrados durante 2014.

Con el fin de mantener los productos en el mercado y estabilizar las ventas, se plantearon estrategias mercadológicas y de comercialización enfocadas a modernizar el portafolio de productos para captar nuevos nichos de mercado; introducir mecanismos de comercialización innovadores; revitalizar, expandir y efficientar la fuerza de venta, entre otros aspectos.

Logros

Se incrementaron las ventas de 2015 en un 2.16%, respecto a las ventas del año 2014.

Por primera vez se llevó el Sorteo del Gordo de Navidad, el más emblemático de los sorteos de la LOTENAL, al Zócalo de la Ciudad de México. Alcanzando un incremento en ventas del 9.08% con respecto al año anterior.

De los 188 sorteos celebrados, se mejoró la calidad de la imagen y colores de los motivos de billete para hacerlos más atractivos a los consumidores.

Con base en el desarrollo de las nuevas Tic's se diseñaron propuestas de proyectos para nuevos productos con el objetivo de captar nuevos nichos de mercado.

Se expandió de la Fuerza de Venta para productos de lotería, por medio de la apertura de 18 Organismos de Venta, con ello se amplió la cobertura de la red de comercializadores.

Se realizó la venta de billetes de lotería en las diversas instalaciones del Servicio de Administración Tributaria (SAT), de conformidad al Convenio de Colaboración suscrito entre ambas Dependencias.

Se estableció un esquema de cooperación con la Feria de Chapultepec Mágico. Asimismo, se alcanzaron alianzas

como fue el Festival Internacional del Globo 2015; se colocó publicidad en diversos materiales promocionales sin erogación de recursos de esta Entidad.

Actividades relevantes

Estrategia 1.1 Modernizar el portafolio de productos para captar nuevos nichos de mercados

Con el objeto de captar nuevos nichos de mercado, se realizó el diseño de los motivos de billetes de los 188 sorteos celebrados, los cuales presentaron una imagen atractiva y renovada, por lo que se llevó a cabo la producción de todos los sorteos, con un total de 22,452,538 billetes impresos.

De igual manera, se pretende llegar a nuevos nichos a través de nuevos canales de comercialización, proporcionando seguridad, confianza y accesibilidad al consumidor potencial, ofreciendo en un sólo lugar una amplia numeración de todos los sorteos que ofrece la LOTENAL.

Se diseñaron propuestas de proyectos de nuevos productos para captar nuevos nichos de mercado, basados en las Tic's, elaborándose las propuestas del "Plan de Negocios" y el "Documento Funcional", con la finalidad de valorar la viabilidad para el desarrollo de nuevos productos conjuntamente con todas las áreas involucradas de la Entidad.

Estrategia 1.2 Introducir mecanismos de comercialización innovadores

Con la intención de fortalecer las ventas, se negociaron espacios para acercar y comercializar los productos de la LOTENAL con las dependencias y organizaciones del sector privado que solicitaron el motivo de un billete.

Se realizaron 332 activaciones de venta en diversas instituciones públicas y privadas y 242 en locales o puestos de los Organismos de Venta en el Distrito Federal, con igual número de supervisiones, lográndose ventajas adicionales.

Se inició la operación del Convenio de Colaboración entre el SAT y LOTENAL, asegurando la promoción y comercialización de los productos LOTENAL.

Se mantuvo un esquema de redistribución de billetes en los Organismos de Venta que así lo solicitaron, de acuerdo a la disponibilidad del mismo, lo que permitió una mayor comercialización.

Se buscó diversificar los canales de comercialización preferentemente basados en nuevas tecnologías, en esta

línea de acción se definieron como actividades específicas, captar nuevos canales de comercialización.

En cada sorteo, se analizó el comportamiento de venta de los Organismos, lo que permitió identificar aquellos que presentaron bajas ventas, estableciéndose comunicación con ellos para orientarlos y apoyarlos para solucionar esas situaciones.

Se promovió entre la fuerza de venta el uso de herramientas tecnológicas para fortalecer el mercadeo de productos, se envió a los Organismos de Venta Locales y Foráneos material publicitario (videos, audios, frases publicitarias), invitándolos a las redes sociales de la Entidad y motivarlos para que puedan compartir y viralizar los productos de LOTENAL.

Estrategia 1.3 Revitalizar y expandir la fuerza de venta

Durante 2015, se abrieron 18 Organismos de Venta (2 expendios locales, 8 Vendedores Ambulantes de Billetes del Área Metropolitana y 8 Organismos de Venta Foráneos).

Asimismo, se mantuvieron de forma permanente, las convocatorias para incorporarse a la fuerza de venta: una para el Distrito Federal y área metropolitana y otra para el interior del país.

Se continuó con la capacitación y orientación a la fuerza de venta para el uso y dominio de las aplicaciones utilizadas para la devolución electrónica de billete.

Estrategia 1.4 Eficientar la fuerza de venta

Se evaluó de manera permanente a los Vendedores Ambulantes de Billetes a nivel nacional para determinar quiénes cumplieron con el índice de productividad.

Se aplicaron Programas de Reconocimiento, Supervisión e Incentivos de productividad a los Organismos de Venta Locales y Foráneos, para aquellos que incrementaron sus ventas al final de cada mes y a su comportamiento crediticio.

Por otra parte, se mantuvo comunicación constante con las Agencias Foráneas, los Expendios Locales y Vendedores Ambulantes de Billetes para captar necesidades y opiniones que ayudarán a eficientar el desempeño.

Se realizó la Evaluación de Productividad, para la Permanencia en el Padrón Nacional de Vendedores Ambulantes de Billetes y en el Servicio Médico Institucional,

a fin de que cumplan con el Indicador de Productividad establecido por la LOTENAL.

Resultados de los indicadores del objetivo

Nombre	Línea base	2014	2015	Meta 2018
Incremento de las ventas	5,293.7 MP (2013)	-3.9% (Cifra preliminar Informe de Logros 2014)	-1.98% ¹	+2.5%

Nota: ND: No disponible, la información para calcular el valor del indicador aún no se encuentra disponible.

Factores que han incidido en los resultados

Los resultados anteriores obedecen a los factores siguientes:

Entorno económico

El comportamiento en las ventas se vio afectado por la situación económica de los consumidores, influyendo en el poder adquisitivo y provocando cambios en los hábitos de consumo, aspecto que deja en evidencia que el comprador de lotería hoy en día es más selectivo para atender necesidades básicas.

Cabe mencionar que durante el ejercicio 2015 en comparación con el ejercicio 2014, 7 Expendios Locales y 50 Vendedores Ambulantes de Billeto cesaron o suspendieron actividades de manera total o parcial por diversas circunstancias como son: problemas de crédito, problemas de pago, enfermedad y defunción, por lo que no registraron actividad durante todo el periodo que se reporta.

Otros aspectos importantes

En cuanto a los Organismos de Venta Foráneos, 13 fueron suspendidos por diferentes causas; sin embargo, se ha trabajado para no dejar de tener presencia en esas plazas, aunque repercutió directamente en la comercialización de los productos de LOTENAL.

¹/ El porcentaje se calculó con base en cifras preliminares, ya que a la fecha no se cuenta con los Estados Financieros de 2015 dictaminados.

Objetivo 2. Reducir la cartera crediticia vencida, para contar con finanzas sanas

Durante el 2015 se continuó con las acciones para reducir la cartera vencida mediante la revisión del marco normativo que la regula por lo que se actualizó los Lineamientos para la Constitución de Garantías que favorecerá los esquemas actuales de garantías y dará más certeza para recuperar adeudos. Asimismo, se tienen programadas acciones para 2016 respecto al mismo tema.

La institución se planteó como meta para este objetivo reducir el saldo de cartera vencida en 10%, para cada uno de los ejercicios presupuestales que comprenden el periodo 2014-2018.

Para cumplir con el objetivo, formuló dos estrategias institucionales: eficientar esquemas para el otorgamiento de crédito y efectuar una cobranza oportuna y efectiva; comprendiendo una línea de acción para la primer estrategia, relacionada con los mecanismos de garantía sobre los créditos otorgados, así como tres líneas de acción sobre procesos judiciales y extrajudiciales de cobranza para la segunda estrategia.

Logros

Se recuperó en efectivo, la cantidad de 4,101.5 MP, vía afectación a fideicomisos de garantía por adeudos de dotación de billetes a comisionistas, así como por pagos directos, derivados del cumplimiento a convenios de reconocimiento y pago de adeudos.

Para este ejercicio, se celebraron convenios de reconocimiento y pago de adeudos por 32.2 MP.

Se fortaleció la integración de expedientes para procesos judiciales, con el propósito de robustecer los elementos de cobro ante instancias oficiales, propiciando así una reingeniería en las unidades administrativas involucradas.

Como una innovación a toda la cadena de información que se genera en la recuperación de créditos, se implementó la sistematización de depósitos bancarios a organismos de venta locales y foráneos.

La cartera vencida presentó un monto de 681.7 MP, 7% menor comparada con el año anterior. El decremento obedeció a la aplicación de dictámenes de incobrabilidad e incosteabilidad de algunos Organismos de Venta y billeteros, así como del reconocimiento de los bienes en dación en pago.

Actividades relevantes

Estrategia 2.1 Eficientar esquemas para el otorgamiento de crédito

La actualización de los Lineamientos para la Constitución de Garantías, aprobados por la Junta Directiva en 2014, fueron publicados en el DOF el 4 de agosto. Como resultado de su aplicación se cuenta con respaldos hipotecarios superiores en 10%, con respecto al ejercicio del año anterior.

Las garantías constituidas al cierre de 2015, se integraron de la siguiente forma: 72.69% en hipoteca, 21.16% en fideicomiso, 4.34% en hipoteca CODE y 1.81% en fianza.

Las gestiones para que los Organismos de Venta cumplan con el 80% de incremento en las aportaciones a los fideicomisos continuaron, tal como se estableció en los Lineamientos para la Constitución de Garantías.

Como parte del fortalecimiento de los procesos extrajudiciales para la recuperación de cartera vencida de Organismos de Venta, se implementó la notificación de la cobranza electrónica vía sistema.

Estrategia 2.2 Efectuar una cobranza oportuna y efectiva

Se continuó con la integración de expedientes para cobro judicial a Organismos de Venta y billeteros, como parte de la atención que el área de crédito da a los procesos judiciales de cobranza.

Igualmente, se continuó atendiendo de manera oportuna los juicios con el propósito de recuperar los adeudos.

A través de los procesos de reingeniería administrativa, se creó una estructura administrativa enfocada a integrar el expediente de reclamo judicial de adeudos, así como a la sistematización de procesos como los "Depósitos Firme", la "Notificación electrónica de cobranza" y el "Cálculo de Incentivos"; todos éstos en las plataformas tecnológicas de la institución.

Se tuvieron avances importantes en la automatización de los registros de billeteros, controlados a través de la Subgerencia Expendedora, adscrita a la Gerencia de Crédito y Cobranza.

Se aplicaron incentivos otorgados por pronto pago y pago oportuno que representaron menos del 0.51% de la cobranza del período, esto generó una recuperación anticipada y oportuna de los créditos en la siguiente proporción: 42% de cobranza anticipada y 7% de cobranza oportuna; el 51% restante corresponde a cobranza en la que no se entregó incentivo alguno.



En este sentido, el comportamiento de las cuentas por cobrar a diciembre de 2015, en relación con el ejercicio anterior, presentó una disminución del 10.94% la cual se originó por la disminución de la cartera vigente y la cartera vencida, ambos casos como respuesta a las acciones de cobranza extrajudicial y dictaminación.

La cobranza se efectuó en la siguiente proporción: bancos 65%, premios y reintegros 34% y otros conceptos 1%.

Resultados de los indicadores del objetivo

Nombre	Línea base	2014	2015	Meta 2018
Reducción del saldo de cartera vencida	604.1 MP (2013)	+20.8% (Cifra preliminar Informe de Logros 2014)	+12.84% ²	- 50%

Nota: ND: No disponible, la información para calcular el valor del indicador aún no se encuentra disponible.

Para 2015, las cifras no son dictaminadas, debido a que no se cuenta con Estados Financieros Dictaminadas a la fecha.

Factores que han incidido en los resultados

La depuración de los registros realizada en 2014, que originó la cancelación de las promesas de pago "Salvo Buen Cobro", que no estaban sustentadas por billetes, continúa impactando el saldo de la cartera vencida de forma que aún se muestran incrementos al ser comparado dicho saldo con el año base de 2013.

2/ El porcentaje se calculó con base en cifras preliminares, ya que a la fecha no se cuenta con los Estados Financieros de 2015 dictaminados.

Objetivo 3. Disminuir los costos de operación para hacer rentables los productos que se comercializan

Para el cumplimiento de este objetivo, se implementaron acciones encaminadas a la eficiencia de los recursos: humanos materiales, técnicos y financieros.

Por lo que se programaron estrategias de aprovechamiento de los recursos y reducción de gastos de operación y administración.

Logros

El gasto ejercido durante 2015 fue de 2,194.5 MP³, cantidad menor en 2.6% al presupuesto autorizado, debido al menor gasto en contrataciones de prestadores de servicios, erogaciones inferiores por laudos; se redujo el personal eventual en 10%; enajenación de los bienes muebles que ya no eran útiles para actividades sustantivas y se modificó la normatividad vigente de prestaciones socioeconómicas.

En Cumplimiento con las medidas de austeridad, y las Disposiciones Específicas para la Autorización de Plazas Presupuestarias de Carácter Eventual, así como para el Control Presupuestario en Materia de Servicios Profesionales por Honorarios; se solicitó a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) la reducción de 2 MDP que representan el 10% del presupuesto original autorizado en la partida 12201 "Sueldos base al personal eventual".

Se logró la enajenación de 742 bienes de desecho por la cantidad de 38 mil pesos contemplados en el Programa Anual de Disposición Final de Bienes Muebles y su respectiva modificación.

Se actualizaron los procedimientos de las prestaciones socioeconómicas que inciden directamente en la ejecución del gasto con el fin de propiciar la reducción del gasto en estos rubros.

Se promovió al interior de la institución, la contratación consolidada de bienes y servicios con características similares.

Se efectuaron el mayor número de trabajos de mantenimiento especializado con personal de la institución, a efecto de evitar la contratación de terceros.

Actividades relevantes

Estrategia 3.1 Aprovechar eficientemente los recursos institucionales

Con el fin de dar seguimiento a la enajenación de los bienes muebles que no son útiles para la operación de la Entidad; se sometió a la Junta Directiva en su tercera sesión ordinaria de 2015, las Modificaciones al Programa Anual de Disposición Final de Bienes Muebles 2015, mismo que fue aprobado mediante acuerdo No. 39/2015.

Derivado de lo anterior, en el cuarto trimestre se concluyó la enajenación de 742 bienes de desecho por la cantidad de 38 mil pesos mediante el procedimiento de "Adjudicación Directa".

Se realizaron las gestiones para que los tres inmuebles pendientes de venta ubicados dos en Huatusco, Veracruz y uno en Ciudad Lerdo, Durango, fueran incluidos en los procedimientos de enajenación que el Servicio de Administración y Enajenación de Bienes (SAE) realiza. Asimismo, se gestionó la incorporación al SAE del inmueble ubicado en Cuernavaca, Morelos, para su enajenación.

Se logró la profesionalización del 9.7% de los servidores públicos de mando, quienes obtuvieron capacitación especializada orientada a objetivos estratégicos. Asimismo, se continúa con apoyos económicos para estudios de licenciatura y posgrado, concluyendo con 12 apoyos activos.

Se realizó en forma consolidada la adquisición de alimentos para el CENDI y el Comedor Institucional, misma que se adjudicó de manera directa por haberse declarado desierto el procedimiento de Invitación a Cuando Menos Tres Personas, situación que genera una economía por el volumen de bienes adquiridos.

Estrategia 3.2 Reducir el gasto de operación

En apego al Decreto que establece las medidas para el uso eficiente, transparente y eficaz de los recursos públicos, y las acciones de disciplina presupuestaria en el ejercicio del gasto público, se efectuaron adecuaciones presupuestarias en los capítulos 2000 "Materiales y Suministros" y 3000 "Servicios Generales", para aplicar un ahorro del 5% que establecen las medidas.

Se realizó en cada centro de costos, a partir del mes octubre, el retiro de disponibilidades no comprometidas del ejercicio.

^{3/} Cifras preliminares, ya que a la fecha no se cuenta con los Estados Financieros de 2015 dictaminados.

Estrategia 3.3 Reducir el gasto de administración

Se cumplió con las Disposiciones Específicas para la Autorización de Plazas Presupuestarias de Carácter Eventual, así como para el Control Presupuestario en Materia de Servicios Profesionales por Honorarios para 2015; por lo que solicitó a la SHCP, la reducción de 2 MDP que representan el 10% del presupuesto original autorizado en la partida 12201 "Sueldos base al personal eventual".

Se modificaron los procedimientos que inciden en la ejecución eficiente del gasto: Trámite y Control de Licencias Médicas; Otorgamiento de Vales de Despensa para el Personal Pensionado; Pagos de Defunción; Otorgamiento de Préstamos Personales y Compensación por Servicios Eventuales, Adicional por Servicios Especiales.

Derivado de las medidas de control implementadas en el surtimiento de medicamentos, se logró una disminución considerable en la prescripción de los mismos, situación que impacta en el recurso erogado por concepto de esta prestación.

Se implementó un Programa de Mantenimiento con personal de la Entidad, en apego a las jornadas laborales y órdenes de servicio, para reducir costos de contratación con terceros. Se establecieron indicadores de productividad, para evaluar el avance de los realizados respecto de los programados cada mes; por lo que al finalizar el ejercicio se realizaron 7,659 trabajos de mantenimiento especializado.

Factores que han incidido en los resultados

Las medidas de austeridad implementadas tanto en materia de servicios personales como en gasto corriente.

El seguimiento oportuno al Programa Anual de Disposición Final de Bienes Muebles hasta concretar su enajenación.

La gestión que se está realizando ante el SAE, para la venta de los inmuebles propiedad de la Entidad que no son útiles para las actividades sustantivas y el oportuno seguimiento de los mismos para su inclusión en los procesos de licitación pública y subastas electrónicas.

Estrategias para reducir los costos de administración que permitan eficientar los recursos humanos, materiales y financieros; sin afectar la operación de las áreas sustantivas de la entidad, proporcionando con en tiempo y forma los bienes y servicios que las unidades administrativas requieren para desarrollar las actividades.

La revisión y en su caso modificación al marco normativo vigente en materia de prestaciones socioeconómicas para la reducción de costos de administración.

En este sentido, se adoptaron y robustecieron las acciones que permiten transparentar objetivamente la eficiencia del gasto, mismo que ha sido asignado de manera objetiva con el fin de brindar un aprovechamiento eficiente de los recursos y optimizar los gastos de operación y administración sin afectar el cumplimiento de los objetivos institucionales.

Resultados de los indicadores del objetivo

Nombre	Línea base	2014	2015	Meta 2018 ⁴
Reducción de gasto del presupuesto autorizado	2,068.6 MP (2013)	-7.3% (Cifra preliminar Informe de Logros 2014)	-2.6% ⁴	-3%

Nota: ND: No disponible, la información para calcular el valor del indicador aún no se encuentra disponible.

⁴/ El porcentaje se calculó con base en cifras preliminares, ya que a la fecha no se cuenta con los Estados Financieros de 2015 dictaminados.

Objetivo 4. Mantener la imagen y confianza institucional, que permita reforzar los vínculos interinstitucionales y con la sociedad

Durante 2015 la LOTENAL cumplió su 245 Aniversario. En las campañas publicitarias se destacó el acontecimiento asociado a los íconos más representativos de su identidad, con el propósito de destacar sus principales atributos e impulsar la comercialización de sus productos. Para ello, se generaron mensajes publicitarios creativos impulsando los valores de la Entidad y el aprecio de la sociedad en toda comunicación gráfica y sonora.

Logros

Se realizaron cinco campañas publicitarias que reforzaron el posicionamiento de marca de la Entidad y sus productos. Asimismo, se impactaron a diversos segmentos de la población objetivo para comunicar las ventajas competitivas y destacar los valores de la Entidad y de los sorteos.

En todos los materiales publicitarios, se dio difusión a los íconos más representativos de la Entidad, es decir, los logotipos: "Institucional" y el de "Aniversario" con motivo de los 245 Años de la LOTENAL. Asimismo, se continuó con el posicionamiento de la frase "¡Ahora sí! La suerte está en tus manos", como parte de la identidad institucional.

Se realizaron 20 mecánicas de participación asociadas a la tradición familiar de jugar, con la intención de generar acercamiento con diversos segmentos de mercado, tanto en la explanada del Edificio Moro, parques, centros comerciales, Organismos de Venta, Autódromo Hermanos Rodríguez, Plaza de la Constitución, entre otros.

Se generó material publicitario (carteles, protector de pantalla, invitaciones a sorteos y banners) para promover los sorteos con instituciones públicas y privadas, estableciendo alianzas, así como el fortalecimiento del uso de las redes sociales.

Actividades relevantes

Estrategia 4.1 Destacar los principales atributos de la LOTENAL y sus productos para impulsar la comercialización

Se realizaron campañas publicitarias en medios de comunicación masivos que reforzaron el posicionamiento de marca de la Entidad y sus productos; por ejemplo la campaña para promover el Sorteo Magno del Día de las Madres.

Igualmente, se difundió la "Campaña Clásica", versión "Sorteos Semanales", con el tema "Los Mensajeros de la Suerte"; para promover la labor de los Vendedores Ambulantes de Billetes y difundir los sorteos celebrados cada semana para apoyar su comercialización. También, se destacó el Aniversario de los 245 años de la Entidad mediante su logotipo.

La campaña para el "Sorteo Magno del 15 de septiembre", resaltó los 245 Años de tradición de la Lotería Nacional, para lo cual se mostraron billetes de lotería de 1700 hasta el billete conmemorativo del 15 de septiembre de 2015.

En diciembre se realizó la Campaña "Clásica", Versión "Magno 24 de diciembre", con el Tema del Sorteo "Gordo de Navidad", por medio de difusión publicitaria en medios de comunicación tradicionales, digitales y complementarios.

La Campaña "Lotería Nacional", Versión "Institucional", cuyo eje rector, fue rescatar las razones de compra de los billetes de lotería por medio de la tradición; la ayuda a la asistencia pública, cumplir y hacer realidad los sueños de los ganadores y las posibilidades de ganar.

Se realizaron 13 activaciones publicitarias. Con motivo del Sorteo de San Judas Tadeo, se realizaron acciones de perifoneo; se visitaron 30 agencias de venta en el Centro Histórico y otras colonias del Distrito Federal, en donde se repartieron artículos promocionales; asimismo, se realizaron firmas de autógrafos para incrementar la promoción y ventas del Sorteo Especial de la Sonora Santanera.

También se desarrollaron actividades para promover el Sorteo alusivo a la Fórmula 1 CDMX; en el Autódromo "Hermanos Rodríguez y el evento denominado "Car Fest" en el Centro Comercial Mundo "E" en Tlalneapantla, Estado de México.

Con motivo de la celebración por primera vez del Sorteo Magno del 24 de diciembre "Gordo de Navidad" en el Zócalo de la Ciudad de México, se realizaron 5 activaciones en la Plaza de la Constitución.

Se diseñaron conceptos creativos para la producción de material punto de venta, videos en You Tube y banners para la página web de LOTENAL de forma permanente, para destacar los atributos de los productos de la Entidad.

Durante todas las campañas y en las actividades publicitarias se destacaron los íconos más representativos de la Entidad, como son: logotipo institucional y el de los 245 Aniversario, la frase "¡Ahora sí! La suerte está en tus manos".

Estrategia 4.2 Fortalecer la comunicación con la sociedad

Fortalecimiento de la estrategia de comunicación en redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram y Google + para informar las reglas de los productos y transparentar el desarrollo de los sorteos. Asimismo, se atienden permanentemente las dudas, consultas, críticas y comentarios que se generen en relación con la mecánica de participación.

Se logró relacionar a la LOTENAL con las Instituciones que solicitan un motivo de sorteo, incrementando la interacción entre los seguidores de ambas organizaciones.

Se reforzó la estrategia visual a través de consejos diarios de la suerte, por lo que permitió elevar la interacción con los usuarios y conseguir mayor impacto por publicación.

Cobertura a la totalidad de sorteos celebrados en 2015, elaborando los boletines de prensa sobre el desarrollo de los eventos y los resultados, para su difusión en la página de internet institucional y redes sociales.

Se emitieron 11 números de la revista "Premio Mayor", misma que fue difundida entre la fuerza de venta de la institución para fortalecer los vínculos y comunicación con Organismos de Venta y Vendedores Ambulantes de Billeto. Cabe señalar que la revista se emite únicamente en versión electrónica, racionalizando el uso de papel.

Resultados de los indicadores del objetivo

Nombre	Línea base	2014	2015	Meta 2018
Mantener el índice de relación afectiva	65.5% (2014)	NA	69%	66.3%

ANEXO. FICHAS DE LOS INDICADORES

Objetivo		Incrementar ventas de los productos de Lotería Nacional para contribuir a la Asistencia Pública				
Nombre del indicador		Incremento de las ventas				
Fuente de información o medio de verificación		Estados financieros de Lotería Nacional para la Asistencia Pública				
Dirección electrónica donde puede verificarse el valor del indicador		http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5344965&fecha=16/05/2014				
Línea base	Valor observado del indicador en 2010	Valor observado del indicador en 2011	Valor observado del indicador en 2012	Valor observado del indicador en 2013	Valor observado del indicador en 2015	Meta 2018
2013	NA	NA	NA	NA	-1.98%	+2.5%
Método de cálculo				Unidad de Medida		Frecuencia de medición
El indicador "Incremento de las ventas" se calcula comparando las ventas registradas en el ejercicio 2014, en relación con las registradas en el ejercicio línea base, es decir 2013; a fin de determinar el porcentaje de incremento para verificar el cumplimiento de la meta establecida de 0.5%: (Ventas actuales - Ventas 2013/ Ventas 2013)100.				Porcentaje		Anual
Nombre de la variable 1				Valor observado de la variable 1 en 2015		
Ventas actuales				5,188'900,000 pesos		
Nombre de la variable 2				Valor observado de la variable 2 en 2015		
Ventas 2013				5,293'700,000 pesos		
Nombre de la variable 3				Valor observado de la variable 3 en 2015		
Nombre de la variable 4				Valor observado de la variable 4 en 2015		
Nombre de la variable 5				Valor observado de la variable 5 en 2015		
Nombre de la variable 6				Valor observado de la variable 6 en 2015		
Nombre de la variable 7				Valor observado de la variable 7 en 2015		
Nombre de la variable 8				Valor observado de la variable 8 en 2015		

Objetivo		Reducir la cartera crediticia vencida, para contar con finanzas sanas.				
Nombre del indicador		Reducción del saldo de cartera vencida				
Fuente de información o medio de verificación		Estados financieros de Lotería Nacional para la Asistencia Pública				
Dirección electrónica donde puede verificarse el valor del indicador		NA				
Línea base	Valor observado del indicador en 2010	Valor observado del indicador en 2011	Valor observado del indicador en 2012	Valor observado del indicador en 2013	Valor observado del indicador en 2015	Meta 2018
2013						
604'100,000	NA	NA	NA	NA	+12.84%	-50%
Método de cálculo				Unidad de Medida		Frecuencia de medición
<p>El indicador "Reducción del saldo de cartera vencida" se calcula comparando el saldo de la cartera vencida registrado en el ejercicio 2014, en relación con el saldo registrado en el ejercicio línea base, es decir 2013; a fin de determinar el porcentaje de reducción para verificar el cumplimiento de la meta establecida de 10%:</p> <p>(Saldo de la cartera vencida actual - Saldo de cartera vencida 2013 / Saldo cartera vencida 2013) * 100</p>				Porcentaje		Anual
Nombre de la variable 1				Valor observado de la variable 1 en 2015		
Saldo de cartera vencida actual				681'706,000 pesos pl/		
Nombre de la variable 2				Valor observado de la variable 2 en 2015		
Saldo de cartera vencida 2013				604'100,000 pesos		
Nombre de la variable 3				Valor observado de la variable 3 en 2015		
Nombre de la variable 4				Valor observado de la variable 4 en 2015		
Nombre de la variable 5				Valor observado de la variable 5 en 2015		
Nombre de la variable 6				Valor observado de la variable 6 en 2015		
Nombre de la variable 7				Valor observado de la variable 7 en 2015		
Nombre de la variable 8				Valor observado de la variable 8 en 2015		

Objetivo		Disminuir los costos de operación para hacer rentables los productos que se comercializan				
Nombre del indicador		Reducción de gasto del presupuesto autorizado				
Fuente de información o medio de verificación		Estados financieros de Lotería Nacional para la Asistencia Pública				
Dirección electrónica donde puede verificarse el valor del indicador		NA				
Línea base	Valor observado del indicador en 2010	Valor observado del indicador en 2011	Valor observado del indicador en 2012	Valor observado del indicador en 2013	Valor observado del indicador en 2015	Meta 2018
2014	NA	NA	NA	NA	-2.6%	-3%
2'068,600,000	NA	NA	NA	NA	-2.6%	-3%
Método de cálculo				Unidad de Medida		Frecuencia de medición
<p>El indicador "Reducción de gasto del presupuesto autorizado" se calcula comparando el presupuesto ejercido en el ejercicio 2014, en relación con el presupuesto autorizado para dicho ejercicio, a fin de determinar el porcentaje de reducción para verificar el cumplimiento de la meta establecida de 5%:</p> <p>(Presupuesto ejercido / Presupuesto autorizado) * 100 -100</p> <p>Cabe señalar que la meta al ejercicio 2018 consiste en contar con un presupuesto 3% menor al del ejercicio 2014.</p>				Porcentaje		Anual
Nombre de la variable 1				Valor observado de la variable 1 en 2015		
Presupuesto ejercido				2'194,523,438		
Nombre de la variable 2				Valor observado de la variable 2 en 2015		
Presupuesto autorizado				2'253,038,859		
Nombre de la variable 3				Valor observado de la variable 3 en 2015		
Nombre de la variable 4				Valor observado de la variable 4 en 2015		
Nombre de la variable 5				Valor observado de la variable 5 en 2015		
Nombre de la variable 6				Valor observado de la variable 6 en 2015		
Nombre de la variable 7				Valor observado de la variable 7 en 2015		
Nombre de la variable 8				Valor observado de la variable 8 en 2015		

Objetivo		Mantener la imagen y confianza institucional, que permita reforzar los vínculos interinstitucionales y con la sociedad.				
Nombre del indicador		Mantener el índice de relación afectiva				
Fuente de información o medio de verificación		Encuestas				
Dirección electrónica donde puede verificarse el valor del indicador		NA				
Linea base	Valor observado del indicador en 2010	Valor observado del indicador en 2011	Valor observado del indicador en 2012	Valor observado del indicador en 2013	Valor observado del indicador en 2015	Meta 2018
2014	NA	NA	NA	NA	69%	66.3
Método de cálculo				Unidad de Medida		Frecuencia de medición
El indicador mide el porcentaje de relación afectiva de la Lotería Nacional para la Asistencia Pública entre la sociedad. El índice se basa en niveles de confianza y opinión de la Entidad y sus productos. (Población que refiere relación afectiva con la LOTENAL / Total de población encuestada) expresada en porcentaje.				Porcentaje		Anual
Nombre de la variable 1				Valor observado de la variable 1 en 2015*		
Población que refiere relación afectiva				69%		
Nombre de la variable 2				Valor observado de la variable 2 en 2015		
Población encuestada				NA		
Nombre de la variable 3				Valor observado de la variable 3 en 2015**		
Nombre de la variable 4				Valor observado de la variable 4 en 2015		
Nombre de la variable 5				Valor observado de la variable 5 en 2015		
Nombre de la variable 6				Valor observado de la variable 6 en 2015		
Nombre de la variable 7				Valor observado de la variable 7 en 2015		
Nombre de la variable 8				Valor observado de la variable 8 en 2015		

GLOSARIO

Activaciones temáticas	Interacción con el público para participar en mecánicas de juego para ganar premios y promocionar los productos.
Calendario de Sorteos	Documento aprobado por la Junta Directiva que establece las fechas en que debe celebrarse cada sorteo durante el periodo que abarca un semestre.
Fuerza de Venta	Vendedores Ambulantes de Billetes, Organismos de Venta Locales y Foráneos que apoyan a la Lotería Nacional para la Asistencia Pública en la comercialización del billete de lotería.
Entidad	La Lotería Nacional para la Asistencia Pública
Junta Directiva	Órgano de Gobierno que, junto con la Directora General, está a cargo de la administración de la Entidad, de conformidad con el artículo 4º de la Ley Orgánica de la Lotería Nacional para la Asistencia Pública.
Motivo de Billeto	Imagen impresa en los billetes de los sorteos de Lotería Nacional con motivo de alguna celebración, organización, lugar, etc.
Promesa de Pago “Salvo buen cobro”	Reporte que enviaban los Organismos de Venta foráneos en el que señalaban las promesas de pago con los montos de premios y reintegros los cuales eran registrados “Salvo buen cobro”, y se confirmaban a la recepción física de los billetes, aplicándose en firme a la cuenta de éstos.



SIGLAS Y ABREVIATURAS

DOF	Diario Oficial de la Federación
LOTENAL	Lotería Nacional para la Asistencia Pública
MP	Millones de pesos
PND	Plan Nacional de Desarrollo
SAE	Servicio de Administración y Enajenación de Bienes
TIC'S	Tecnologías de la Información y Comunicación



SHCP
SECRETARÍA DE HACIENDA
Y CRÉDITO PÚBLICO

