

CÓDIGO 820 016
MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES
GERENCIA COMERCIAL

AUTORIZADO:



Lic. Rogelio Fonseca
Presidente(a) Institucional



VISTO BUENO:



Ing. Armando Sánchez
Gerente(a) General



REVISADO:



Licda. Elizabeth Murcia
Jefe(a) Unidad de Planeación Estratégica,
Genero y Medio Ambiente



RESPONSABLE DEL PROCESO:



Lic. Javier Alvarenga
Gerente(a) Comercial



Fecha de creación:

Septiembre de 2001

Fecha de última modificación:

28 de Diciembre de 2015

Fecha de vigencia:

8 de enero de 2016

Versión:

03

MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

ÍNDICE

Página No.

I.	OBJETIVO DEL MANUAL	3
II.	ORGANIGRAMA GENERAL DE LA GERENCIA COMERCIAL	3
III.	ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	4
1.	Gerencia Comercial	4
2.	Departamento de Mercadeo	8
3.	Departamento de Ventas y Canales	12
4.	Departamento de Agencias	16
5.	Departamento de Nuevos Productos	19
IV.	MODIFICACIONES REALIZADAS	23

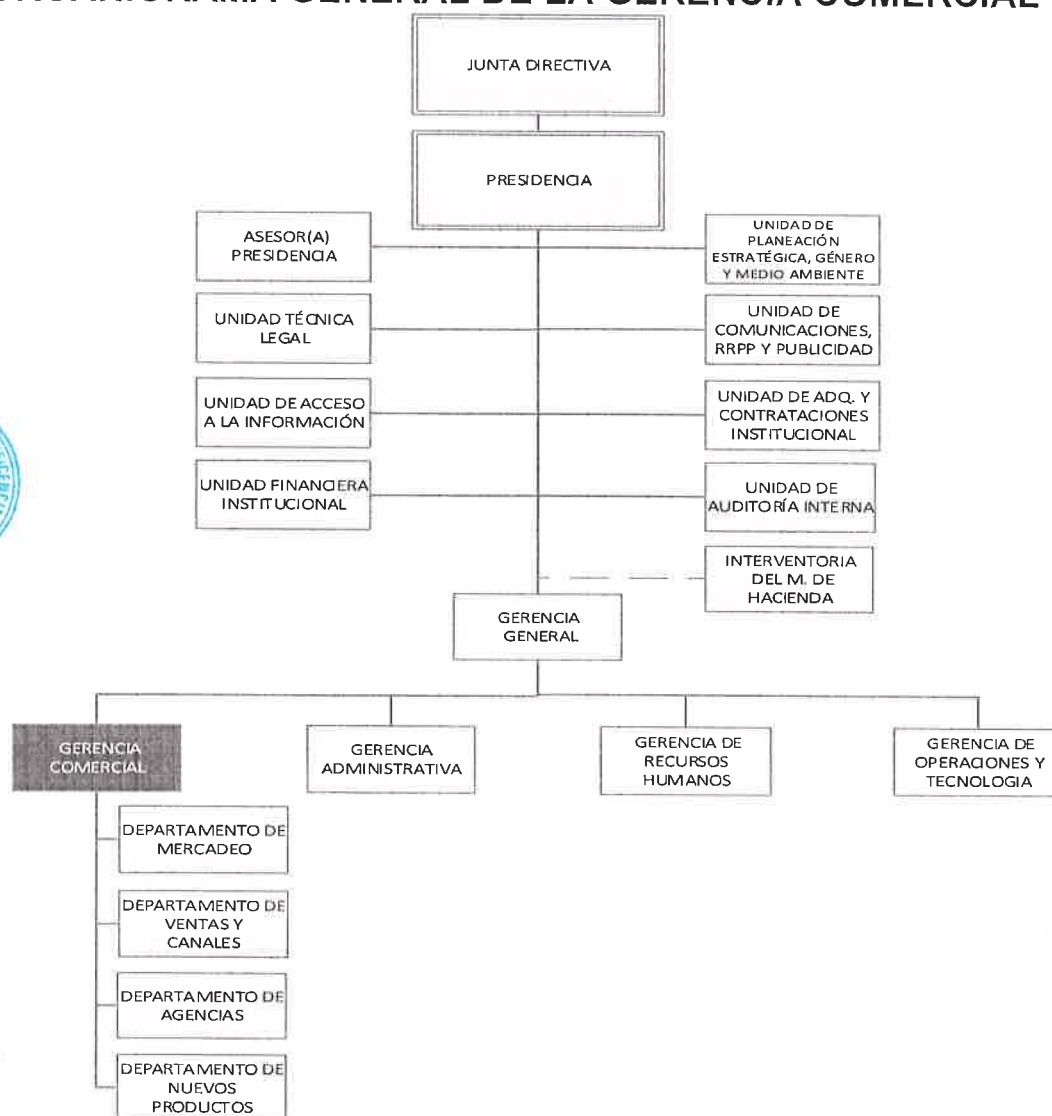


MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

I. OBJETIVO DEL MANUAL

Mostrar a todo el personal que pertenece a la Gerencia Comercial de la LNB, la estructura organizativa, el objetivo y las funciones, así como también la dependencia específica a la que pertenece.

II. ORGANIGRAMA GENERAL DE LA GERENCIA COMERCIAL

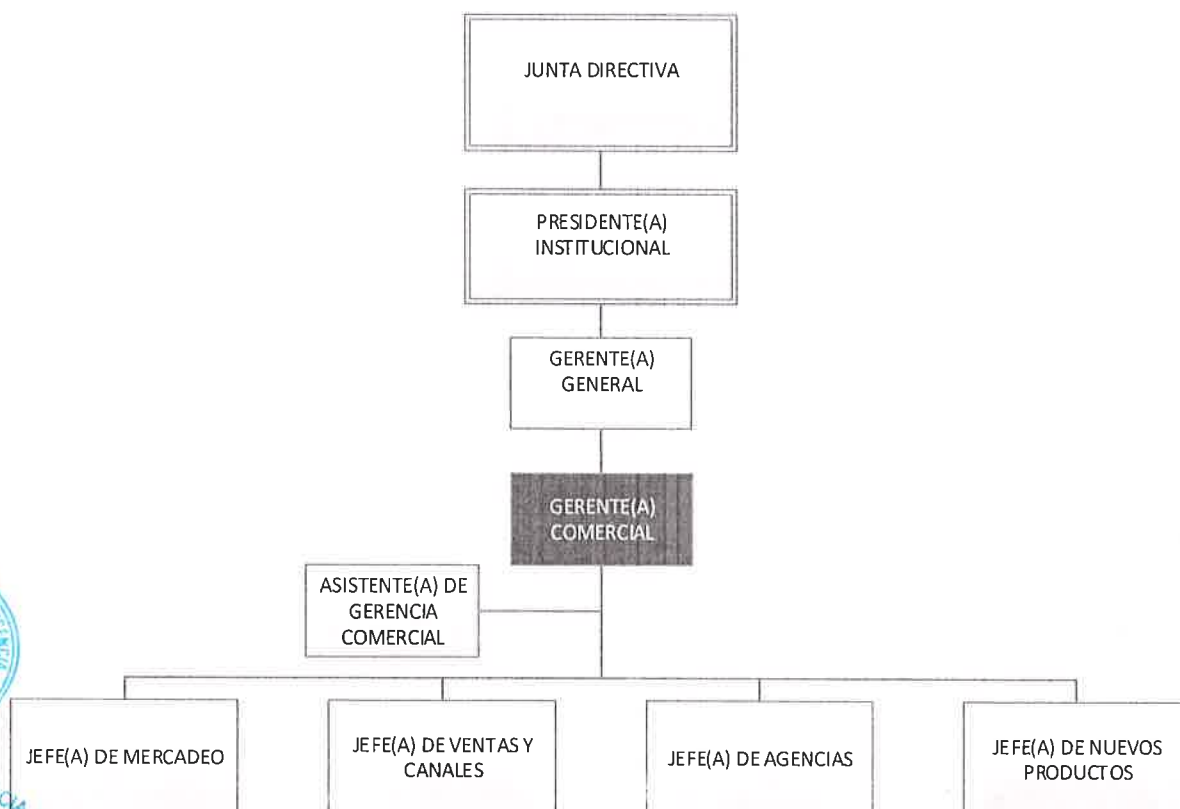


MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

III. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

La Gerencia Comercial está conformada por los siguientes puestos de trabajo:

1. Gerencia Comercial



a) Objetivo

Planear y dirigir acciones tendientes a la consecución de los objetivos comerciales de ventas y desarrollo de los productos de lotería; proponiendo estrategias viables que permitan la generación de utilidades para lograr los objetivos de la Institución.

MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

b) Relaciones de Coordinación

i. Interna

- Junta Directiva.
- Presidencia.
- Unidad de Planeación Estratégica, Género y Medio Ambiente, Unidad Financiera Institucional-UFÍ, Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional-UACI, Unidad Técnica Legal, Unidad de Comunicaciones, Relaciones Públicas y Publicidad, Unidad de Auditoría Interna, Unidad de Acceso a la Información Pública.
- Gerencia General.
- Gerencias: Administrativa, Operaciones y Tecnología, Recursos Humanos.

ii. Externa

- Ministerio de Hacienda.
- Diversas Instituciones Públicas o Privadas del país con quien firman convenios para establecer puntos de venta.
- Corte de Cuentas de la República de El Salvador.
- Proveedores de productos de lotería.
- Agencias publicitarias.
- Empresas consultoras de estudios de mercado.
- Agentes Vendedores(as), Distribuidores y clientes de productos de lotería.
- Instituciones bancarias del Sistema Financiero.



MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

c) Funciones

- i. Diseñar e implementar estrategias orientadas a la comercialización efectiva de productos de lotería.
- ii. Participar en la definición de criterios para el desarrollo de las campañas publicitarias y promocionales, así como evaluar su impacto.
- iii. Presentar a Presidencia Institucional propuestas innovadoras de nuevos productos o actualización de los existentes, plan de sorteos y juegos, marketing y formas efectivas de comercializarlos.
- iv. Administrar las órdenes de producción para la adquisición de los productos de loterías.
- v. Controlar la emisión, recepción, control de calidad y comercialización de los productos de lotería.
- vi. Supervisar y autorizar la apertura de nuevos puntos de venta y alianzas estratégicos con grandes clientes.
- vii. Asegurar la eficiencia de las agencias a través de la supervisión del departamento de agencias en el aporte que cada una realice para alcanzar los objetivos establecidos como gerencia y como institución.
- viii. Dirigir las investigaciones de mercado, proyecciones de la demanda y de venta de productos.
- ix. Incrementar la rentabilidad de la Institución, a través de la ejecución de estrategias comerciales vinculadas a los objetivos estratégicos.
- x. Ejecutar un sistema permanente e innovador de promociones en coordinación con los Departamentos de Mercadeo y Ventas y Canales.
- xi. Supervisar el cumplimiento del estándar de la imagen corporativa en kioscos, puntos de conveniencia u otros canales en que se comercializa nuestros productos.
- xii. Proponer características y orientaciones de los anuncios publicitarios en medios tradicionales y alternativos.



MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

- xiii. Cumplir con las disposiciones emitidas por la Gerencia General.
- xiv. Administrar eficientemente el presupuesto asignado al área.
- xv. Presentar a Presidencia para su aprobación, políticas comerciales.
- xvi. Establecer y ejecutar políticas, normas y procedimientos para el efectivo control de las actividades de Mercadeo, Ventas y Canales, Agencias y Nuevos Productos.
- xvii. Ejercer las demás funciones y facultades que por Ley, Reglamento, instructivos y normas internas vigentes le correspondan al área Comercial, así como las asignadas por la Presidencia y Junta Directiva.



MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

2. Departamento de Mercadeo



a) Objetivo

Diseñar y aplicar estrategias mercadológicas para identificar las características de los consumidores y del mercado a cubrir en la comercialización de productos de lotería; así mismo, apoyar en la generación de investigaciones, implementando estudios de mercado para tener información objetiva, para el lanzamiento de acciones comerciales, promociones, entre otras, con el objetivo de promover los productos en clientes potenciales y lograr motivar e influir en la decisión de compra de nuevos compradores de productos de lotería.

b) Relaciones de Coordinación

i. Interna

- Presidencia.
- Unidad de Planeación Estratégica, Género y Medio Ambiente, Unidad Financiera Institucional-UI, Unidad de Adquisiciones y



MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

Contrataciones Institucional-UACI, Unidad Técnica Legal, Unidad de Comunicaciones, Relaciones Públicas y Publicidad, Unidad de Auditoría Interna, Unidad de Acceso a la Información Pública.

- Gerencia General.
- Gerencias: Comercial, Administrativa, Operaciones y Tecnología, Recursos Humanos.

ii. Externa

- Ministerio de Hacienda.
- Corte de Cuentas de la República.
- Proveedores de productos de lotería.
- Instituciones o empresas distribuidoras que comercializan los productos de la LNB.
- Agentes vendedores(as).
- Agencias de publicidad.
- Empresas consultoras de estudios de mercado.
- Medios de comunicación.
- Subsecretaría de comunicación.
- Clientes.
- Público en general.

c) Funciones

- Trabajar en coordinación con el Departamento de Ventas y Canales para la preparación y evaluación de sondeos, estudios de mercado, estudios técnicos que permitan identificar lugares valiosos para la apertura de nuevos puntos de venta.



MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

- ii. Evaluar y hacer pruebas de mercado para nuevos productos o actualización.
- iii. Mantener actualizado el mercado de los productos de lotería.
- iv. Desarrollar un programa integral de visitas a puntos de venta de productos de lotería para verificar el cumplimiento de los contratos establecidos.
- v. Establecer una programación trimestral de sondeos sobre mejoras a los productos de lotería.
- vi. Diseñar las políticas y estrategias de mercado que permitan mejorar la comercialización de los productos.
- vii. Desarrollar e implementar estrategias de fidelización con canales de comercialización y agentes vendedores(as).
- viii. Proponer planes de incentivos para la fuerza de venta, bajo criterios que den lugar a una mayor motivación y esfuerzo que contribuyan a un mejor resultado comercial.
- ix. Ejecutar un sistema permanente e innovador de promociones en coordinación con el Departamento de Ventas y Canales, dirigidas a la fuerza de venta y al consumidor final.
- x. Proponer a la Unidad de Comunicaciones el diseño, impresión y difusión del material gráfico y publicitario que se realice para la promoción y difusión de los sorteos y juegos de lotería.
- xi. Supervisar el cumplimiento del estándar de la imagen corporativa en kioscos, puntos de conveniencia u otros canales en que se comercializa nuestros productos.
- xii. Elaborar y distribuir publicaciones relacionadas a promover los productos de lotería.
- xiii. Diseñar conceptos creativos para la producción de material POP, donde destaquen los principales atributos de nuestro producto.



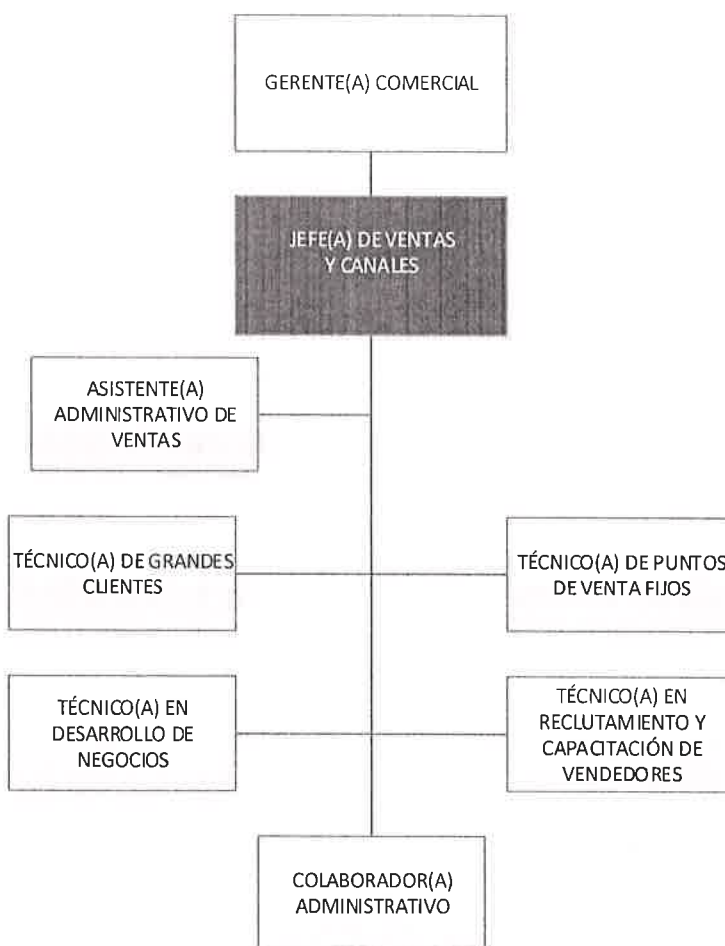
MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

- xiv. Proponer conceptos creativos para material ATL capaz de ser utilizado en alianzas institucionales y comerciales.
- xv. Diseñar y mantener en existencia brochure con diferentes denominaciones de premios acumulados.
- xvi. Organizar de manera efectiva los carnavales y ferias de la Lotería en todo el territorio nacional con el fin de promover los productos de lotería tradicional e instantánea.
- xvii. Planificar y dirigir la ejecución de activaciones de productos en todo el territorio nacional.
- xviii. Participar en la digitalización de la minuta electrónica en la ejecución de sorteos y en la generación y seguimiento de la impresión de la lista oficial de premios.
- xix. Administrar eficientemente el presupuesto asignado al área.
- xx. Realizar otras funciones afines con el quehacer del área.



MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

3. Departamento de Ventas y Canales



a) Objetivo

Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de venta de productos de lotería que permita la generación de utilidades, a través del desarrollo y seguimiento a nuevos canales de comercialización y sus puntos de venta; así como promover la generación de nuevos(as) agentes



MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

vendedores(as); con la finalidad de expandir la presencia de lotería y facilitar el acceso de los productos al consumidor final.

b) Relaciones de Coordinación

i. Interna

- Presidencia.
- Unidad de Planeación Estratégica, Género y Medio Ambiente, Unidad Financiera Institucional-UFI, Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional-UACI, Unidad Técnica Legal, Unidad de Comunicaciones, Relaciones Públicas y Publicidad, Unidad de Auditoría Interna, Unidad de Acceso a la Información Pública.
- Gerencia General.
- Gerencias: Comercial, Administrativa, Operaciones y Tecnología, Recursos Humanos.

ii. Externa

- Ministerio de Hacienda.
- Instituciones públicas y privadas.
- Corte de Cuentas de la República.
- Puntos de ventas.
- Agentes vendedores(as).
- Consumidor final.

c) Funciones

- i. Diseñar y dirigir estrategias para fortalecer la fuerza de ventas a través de nuevos canales de comercialización y agentes vendedores(as).



MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

- ii. Planificar, organizar y evaluar los planes y programas de ventas, así como controlar las actividades de los puntos de venta.
- iii. Desarrollar, modernizar y diversificar los canales de comercialización, preferentemente basados en nuevas tecnologías.
- iv. Dirigir los estudios de investigación para la búsqueda de nuevos canales de comercialización de los productos de lotería.
- v. Apoyar al área de mercadeo en los estudios de factibilidad de apertura de nuevas agencias y el seguimiento para su implementación.
- vi. Establecer los términos y condiciones de venta de productos de lotería a distribuidores(as) y agentes vendedores(as).
- vii. Determinar territorios y zonas de venta en función de los estudios elaborados por mercadeo.
- viii. Proponer lugares óptimos para apertura de nuevas agencias y nuevos puntos de venta.
- ix. Definir las estrategias comerciales en los procesos de apertura, reubicación y cierre de puntos de venta en diferentes lugares del país.
- x. Realizar trabajo de campo, formalizando negocios con empresas, a través de estudios para crear nuevas agencias, puntos de venta, nuevos kioscos, etc.
- xi. Posicionar la venta de productos de lotería en lugares estratégicos con alto flujo de personas y de impacto mercadológico.
- xii. Establecer alianzas e impulsar esquemas de cooperación con sectores público y privado para la promoción y venta de nuestros productos.
- xiii. Proponer estrategias comerciales en coordinación con instituciones públicas y/o privadas dirigidas a fomentar la compra de los productos de lotería, derivados de convenios y programas especiales para ampliar nichos de mercado.



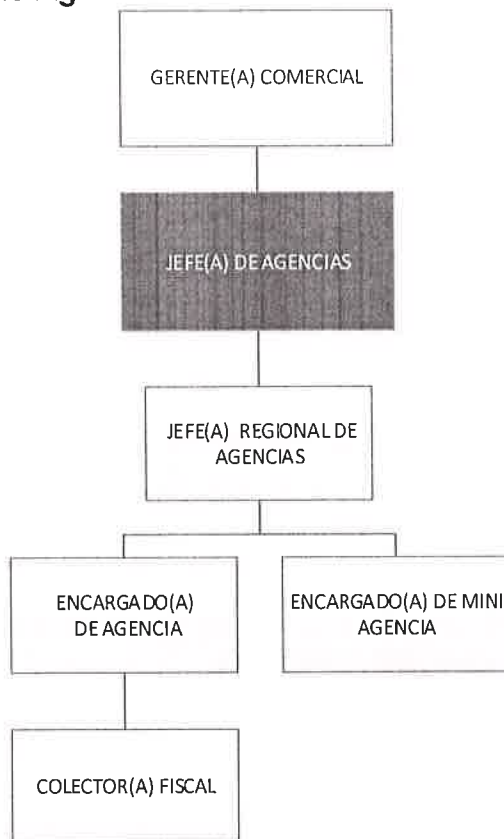
MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

- xiv. Garantizar que los kioscos para venta de productos de lotería ubicados en Instituciones Públicas atiendan a los clientes, de acuerdo a los horarios establecidos por dichas instituciones.
- xv. Llevar a cabo capacitaciones a nueva fuerza de ventas y propietarios de nuevos puntos de venta para reforzar el conocimiento sobre los productos de lotería, así como "la técnica" de venta para la comercialización de juegos de azar.
- xvi. Establecer los controles y estadísticas necesarias para dar seguimiento a las ventas.
- xvii. Dar seguimiento a los planes de fidelización propuestos por mercadeo.
- xviii. Categorizar a los clientes(as) de Lotería; para un mejor seguimiento y control.
- xix. Mantener actualizada la base de datos de los agentes vendedores(as) y las cuotas de billetes retiradas.
- xx. Diseñar planes de incentivos al personal de agencias en función de cumplimiento de metas de venta.
- xxi. Administrar el registro y control de las prestaciones o beneficios económicos que se otorguen a los(las) agentes vendedores(as).
- xxii. Incrementar la cartera de clientes domiciliarios y corporativos, ofrecer producto para la venta y ejecutar programas de promoción de productos.
- xxiii. Participar en la digitalización de la minuta electrónica en la ejecución de sorteos y en la generación y seguimiento de la impresión de la Lista oficial de premios.
- xxiv. Administrar eficientemente el presupuesto asignado al área.
- xxv. Realizar otras funciones afines con el quehacer del área Comercial.



MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

4. Departamento de Agencias



a) Objetivo

Planear, organizar, dirigir e implementar las actividades de la red de agencias que contribuyan al crecimiento del negocio, soporten la venta de los productos y demás servicios que ofrece la Lotería, para la obtención de resultados rentables.



MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

b) Relaciones de Coordinación

i. Interna

- Presidencia.
- Unidad de Planeación Estratégica, Género y Medio Ambiente, Unidad Financiera Institucional-UFI, Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional-UACI, Unidad Técnica Legal, Unidad de Comunicaciones, Relaciones Públicas y Publicidad, Unidad de Auditoría Interna, Unidad de Acceso a la Información Pública.
- Gerencia General.
- Gerencias: Comercial, Administrativa, Operaciones y Tecnología, Recursos Humanos.

ii. Externa

- Ministerio de Hacienda.
- Instituciones públicas y privadas.
- Corte de Cuentas de la República.
- Agentes vendedores(as).
- Clientes reales y potenciales.

c) Funciones

- Planificar, organizar y evaluar los planes de supervisión de agencias, mini agencias y puntos de venta, así como evaluar nuevos puntos estratégicos de distribución.
- Verificar la ejecución de las estrategias de mercadeo y ventas, a través de un monitoreo personalizado y constante a las agencias y distribuidores autorizados, lo cual permitirá un crecimiento sostenible de venta.



MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

- iii. Estudiar las asignaciones mínimas y máximas de billetes de lotería a cada agencia, en función de lograr la rentabilidad requerida a nivel institucional y considerando la colocación del 100% de las emisiones producidas.
- iv. Mantener el registro de datos estadísticos de las ventas, carteras de créditos, control de cuotas y otros aspectos relacionados con el quehacer del área, e informar periódicamente a la Gerencia Comercial y otras áreas interesadas.
- v. Velar por el cumplimiento de las políticas, normas y procedimientos establecidos por la Dirección Superior y la Gerencia Comercial.
- vi. Coordinar el estado óptimo de funcionamiento técnico, logístico y administrativo todas las agencias de la institución.
- vii. Evaluar la rentabilidad por cada agencia.
- viii. Colaborar en los estudios de factibilidad de apertura de nuevas agencias.
- ix. Apoyar al área de ventas en las capacitaciones a la fuerza de ventas e intermediarios para reforzar el conocimiento sobre los productos de lotería, así como “la técnica” de venta para la comercialización de juegos de azar.
- x. Proponer jornadas de labores para una mejor atención al cliente en las agencias regionales.
- xi. Coordinar extensivamente en las agencias y propietarios de kioscos y puntos de venta los beneficios del uso del crédito para productos de lotería.
- xii. Mantener actualizada la base de datos de los(las) agentes vendedores(as) de billetes y del manejo de las cuotas de billetes.
- xiii. Apoyar en la investigación para el reclutamiento de nuevos(as) vendedores(as), apertura de nuevos canales de distribución, kioscos, puntos de venta alternos y nuevas agencias.



MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

- xiv. Participar en la digitalización de la minuta electrónica en la ejecución de sorteos y en la generación y seguimiento de la impresión de la Lista oficial de premios.
- xv. Administrar eficientemente el presupuesto asignado al área.
- xvi. Realizar otras funciones afines con el quehacer de las Agencias.

5. Departamento de Nuevos Productos



a) Objetivo

Crear nuevos productos o modificar los existentes con el objetivo de aumentar las ventas de los productos de la LNB.



MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

b) Relaciones de Coordinación

i. Interna

- Presidencia.
- Unidad de Planeación Estratégica, Género y Medio Ambiente, Unidad Financiera Institucional-UFI, Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional-UACI, Unidad Técnica Legal, Unidad de Comunicaciones, Relaciones Públicas y Publicidad, Unidad de Auditoría Interna, Unidad de Acceso a la Información Pública.
- Gerencia General.
- Gerencias: Comercial, Administrativa, Operaciones y Tecnología, Recursos Humanos.

ii. Externa

- Ministerio de Hacienda.
- Instituciones públicas y privadas.
- Corte de Cuentas de la República.
- Agentes vendedores(as).
- Clientes reales y potenciales.

c) Funciones

- i. Definir, implementar y ejecutar el proceso de creación, diseño, desarrollo, pruebas y puesta en producción de los productos nuevos o existentes.
- ii. Coordinar reuniones con las Gerencias y Unidades durante el proceso de creación o actualización de un producto considerando: La definición y/o ajuste al proceso, su análisis financiero, su impacto mercadológico,



MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

su posicionamiento, la logística administrativa, el registro en el sistema, su registro contable entre otros.

- iii. Investigar las características más competitivas de los componentes de los productos de Lotería, como diseño, medidas de seguridad y gastos financieros que acompañan al producto.
- iv. Identificar los riesgos financieros, administrativos y de mercado durante el proceso de creación o actualización de un producto.
- v. Crear productos constantemente para atender nuevos segmentos de mercado, con características propias que satisfagan el mercado meta.
- vi. Definir con la Unidad de Planeación Estratégica, Género y Medio Ambiente, la normativa que respaldará a los productos nuevos o actualizados, previo lanzamiento de éste.
- vii. Coordinar actividades en la LNB (panel foro, encuestas, reuniones de lluvia de ideas etc.), para captar las ideas del personal de la institución que sirvan de insumo para la creación o actualización de los productos.
- viii. Actualizar o perfeccionar los productos ya existentes: hacerle modificaciones a sus diseños, colores, estructura de premios, costos, ventas, utilidades, índices de utilidad futuros, entre otros.
- ix. Coordinar y ejecutar la realización de pruebas funcionales en el sistema informático cuando se cree o actualice un producto.
- x. Definir la estrategia de posicionamiento rápido en el mercado de los productos creados o nuevos, considerando la promoción, distribución, precios, diseños, publicidad entre otros.
- xi. Dar seguimiento al desempeño de nuevos productos para su estabilización, ajustes y procesos de mejora continua.
- xii. Proponer la estrategia de precios de los nuevos productos de Lotería.
- xiii. Dar seguimiento al desempeño de nuevos productos para su estabilización, ajustes y procesos de mejora continua.



MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

- xiv. Modernizar los diseños del producto para captar nuevos nichos de mercado.
- xv. Análisis de las estadísticas de venta de los productos actuales, su tendencia y propuesta de soluciones para mejorar su comportamiento.
- xvi. Crear un catálogo de los productos de lotería nuevos y existentes para proporcionar información relevante y estratégica del posicionamiento comercial de productos de lotería.
- xvii. Participar en la digitalización de la minuta electrónica en la ejecución de sorteos y en la generación y seguimiento de la impresión de la Lista oficial de premios.



MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

IV. MODIFICACIONES REALIZADAS

Instancia que realiza la modificación y fecha	No.	Descripción de la modificación
Presidente Institucional 15 de noviembre de 2013. - Fecha de última modificación: 15 de noviembre de 2013. - Fecha de vigencia: 15 de noviembre de 2013.	1.	Actualización del Manual de Organización aplicando los estándares definidos conforme a la metodología ISO 9001:2008. Se inician las versiones a partir de la "01" bajo esta metodología. Queda sin vigencia: El Manual de Organización de la LNB, autorizado por Junta Directiva de fecha 24 de julio de 2012, punto de Acta No. V.5.1 del Acta 2721. Fecha de vigencia: 15 de noviembre de 2013. Técnico asignado: Dina Córdova.
Presidente Institucional - Fecha de última modificación: 12 de enero de 2015. - Fecha de vigencia: 12 de enero de 2015.	2.	Actualización general del Manual de Organización. Se realizaron los siguientes cambios a la Estructura Organizativa de la LNB, Según Resolución de Presidencia Institucional: <u>En Gerencia General:</u> - Se elimina la Unidad de Riesgos. <u>En Unidad de Planeación y Desarrollo Estratégico:</u> - Esta Unidad se renombra como "Unidad de Planeación Estratégica, Género y Medio Ambiente".



MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

Instancia que realiza la modificación y fecha	No.	Descripción de la modificación
		Queda sin vigencia: El Manual de Organización de Gerencia Comercial, Versión 01, autorizado por Presidencia Institucional el 15 de noviembre de 2013. Fecha de vigencia: 12 de enero de 2015. Técnico asignado: Dina Córdova.
Presidente(a) Institucional - Fecha de última modificación: 28 de diciembre de 2015. - Fecha de vigencia: 8 de enero de 2016.	3.	<u>Actualización general del manual de organización incorporando vocabulario inclusivo para evitar el uso sexista del lenguaje.</u> Queda sin vigencia: El Manual de Organización de Gerencia Comercial, Versión 02, autorizado por Presidencia Institucional el 12 de enero de 2015. Fecha de vigencia: 8 de enero de 2016. Técnico(a) asignado(a): Glenda de Torres.

