



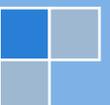
LOTERÍA NACIONAL DE BENEFICENCIA



MEMORIA DE LABORES

PERÍODO JUNIO 2012 A MAYO 2013

MAYO 2013



INDICE

CONTENIDO	PAGINA
RESUMEN EJECUTIVO	1
1. DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE TRABAJO DEL PERIODO DE LABORES JUNIO 2012 A MAYO 2013.	6
1.1 FILOSOFIA INSTITUCIONAL	6
1.2 OBJETIVOS	6
1.3 POLITICAS INSTITUCIONALES	7
1.4 CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS E INDICADORES JUNIO A DICIEMBRE 2012	8
1.5 CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS E INDICADORES ENERO A MAYO 2013	10
2. GESTION INSTITUCIONAL Y SU IMPACTO FISCAL. PERIODO DE JUNIO 2012 A MAYO 2013.	11
2.1 GESTIÓN FINANCIERA.	11
2.1.1 Asignación y Ejecución de Recursos Presupuestarios, período de junio 2012 a mayo 2013	11
2.1.2 Resultados Financieros de la comercialización de productos de Lotería	13
2.1.3 Retención de Renta a Ganadores de premios mayores de LOTRA	15
2.1.4 Retención de IVA a Proveedores	16
2.1.5 Contribuyendo con el Estado en la Generación de Empleos por medio de la Comercialización de Productos Lotería	16
2.1.6 Ganadores de premios mayores	17
2.2 GESTIÓN COMERCIAL.	18
2.2.1 Nuevos diseños de Productos de Lotería	18
2.2.2 Promociones	20
2.2.3 Motivando a Nuestra Fuerza de Venta	25
2.2.4 Posicionamiento de Marca	26
2.2.5 Reclutamiento de Nueva Fuerza de Venta	27
2.2.6 Apertura de Puntos de Venta	28
2.2.7 Campañas publicitarias	29
2.2.8 Fomentando la Transparencia a través de los Sorteos	34
2.3 GESTIÓN ADMINISTRATIVA.	36

2.3.1	Acceso a la Información Pública (OIR)	36
2.3.2	Aprendizaje y Desarrollo del Recurso Humanos	38
2.3.3	Acciones en el Marco de La Ley General de Prevención de Riesgos en los Lugares de Trabajo	39
2.3.4	Beneficencia en Acción	41
3.	INFORME DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS EN EL MARCO DE LA MODERNIZACIÓN DEL ESTADO, PERIODO JUNIO 2012 A MAYO 2013	46
3.1	ACTUALIZACION DE LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	46
3.2	SISTEMA NORMATIVO CON ENFOQUE DE PROCESOS, BASADO EN LA METODOLOGIA INTERNACIONAL ISO 9001:2008	47
3.3	REFORMAS A LA LEY ORGÁNICA Y SU REGLAMENTO	47
3.4	MODERNIZACIÓN DE LA INTRANET INSTITUCIONAL	48
3.5	ADQUISICIÓN DE EQUIPOS INFORMATICOS	48
3.6	PLAN ESTRATEGICO	49
3.7	NUEVOS DISEÑOS A PRODUCTOS DE LOTERIA	49
3.7.1	Lotería Instantánea	49
3.7.2	Lotería Tradicional	51

RESUMEN EJECUTIVO.

Durante el período de junio 2012 a mayo 2013, los esfuerzos se enfocaron principalmente en la gestión comercial para aumentar los volúmenes de ventas de los productos de lotería, con el fin de obtener utilidades y continuar contribuyendo con el Estado, especialmente en lo referente a salud pública y asistencia social, con base a lo establecido en la Ley orgánica de la LNB vigente.

Las principales acciones ejecutadas en el período que se informa son las siguientes:

Gestión Comercial:

▪ **Lanzamiento de Nuevos Juegos de LOTIN:**

Como parte de las estrategias mercadológicas para incrementar los niveles de ventas y satisfacer los gustos y preferencias de nuestros clientes, se realizó un refrescamiento a los productos de LOTIN. En el mes de diciembre, se lanzó al mercado el Juego No. 108 “7 Regalón” y en abril el juego No. 109 “Zodiaco de la Suerte”; con una emisión de 20,000 libretas cada uno a un precio de US\$50 la libreta y \$0.50 el boleto; con un total en premios de 720,065 equivalente a un monto de US\$560,000.00.

Con el lanzamiento de los nuevos juegos innovados de LOTIN, los resultados han sido positivos, ya que han generado mayores ingresos en un tiempo de 3.5 meses y medio que los juegos anteriores lanzados al mercado, que estuvieron en venta en promedio alrededor 21.7 meses.

Asimismo, se autorizaron los Juegos No.110 “El Mago de la Suerte y el Juego No.111 “Cofre Millonario”.

▪ **Innovación en el diseño de los billetes de Lotería Tradicional:**

Se realizaron cambios sustanciales en diseño y presentación, cambiándose de papel Seguridad a Papel Couche Mate. Con el objetivo de que los billetes tengan más vistosidad para el consumidor.

▪ **Promociones:**

En el período informado se lanzaron 6 promociones:

- La Lotería y Cine Mark, Te llevan al Cine,
- Llévate una sombrilla de Lotería,
- Llévate el kit de la Selecta.
- Fomentando Cultura de Lotería,
- Disfruta tu Verano con LOTIN,
- Promoción “Raspando y Ganando con LOTIN”

Las promociones se enfocaron a diferentes segmentos de mercado como:

- Jóvenes a través de Redes Sociales y Radios,

- Consumidores finales,
- Agentes Vendedores,
- Incentivos para cumplimiento de meta de venta de las agencias.

▪ **Motivando a Nuestra Fuerza de Venta.**

En el mes de junio de 2012 se entregó 1,250 kits promocionales. La entrega se realizó en las trece agencias; con el objetivo de incentivar y fidelizar a los agentes vendedores; los kits contenían artículos como: Banner publicitario para promover el punto de venta, camisa de agente vendedor autorizado y una gorra con el logo de la institución.

▪ **Acciones realizadas para el posicionamiento de marca y el crecimiento de la fuerza de venta:**

Como parte de las estrategias mercadológicas en apoyo a incrementar las ventas de productos de lotería y posicionamiento de marca, se diseñaron kioscos para puntos de venta móviles en diferentes centros comerciales como: La Gran Vía, Metrocentro: San Miguel, Santa Ana y Sonsonate, entre otros.

▪ **Reclutamiento de Nueva Fuerza de Venta:**

De junio a mayo de 2013, se han reclutado un total de 206 nuevos agentes vendedores.

▪ **Apertura de Puntos de Venta.**

Con el objetivo de fortalecer la red de distribución y facilitar la accesibilidad de los productos de lotería a los consumidores, se abrieron 21 puntos de venta en Centros comerciales, instituciones públicas y privadas, plazas municipales, mercados y negocios particulares. Al mes de mayo del presente año se tiene un total de 50 puntos de ventas activos ubicados en todo el territorio nacional.

▪ **Campaña publicitaria:**

De junio 2012 a mayo de 2013 se lanzaron 3 campañas publicitarias:

En junio de 2012, se continuó con la Campaña denominada “Miércoles de alegría”: El objetivo de la campaña era motivar a las personas a la compra y juego de Lotería para mejorar sus vidas; con el slogan *“Invierte tu suerte, invierte en una mejor vida”*.

En el mes de septiembre de 2012, se lanzó la **Campaña Publicitaria “SOY BILLETERO”:** El Objetivo de la campaña es renovar la reputación de la Lotería Nacional de Beneficencia, brindándole atributos más humanos, transparentes y responsables, que a su vez transmitan unidad entre la institución y la fuerza de ventas.

En diciembre 2012 al mes de abril 2013 se Lanzó la **Campaña “7 Regalón”**, El Objetivo de la Campaña fue de reposicionar a LOTIN como un juego de moda que

ha regresado de forma fresca, moderna y divertida, con más premios y probabilidades de ganar.

En abril de 2013, se lanza la Campaña “**Zodiaco de la Suerte**”, el Objetivo de la Campaña es brindar una nueva alternativa de juego a los jugadores de LOTIN, donde se convine la emoción de ganar al instante y la influencia cósmica de los signos zodiacales.

▪ **Sorteo móviles para promover la Transparencia y Credibilidad:**

En el período de junio 2012 a mayo 2013, se realizaron 49 sorteos móviles, con el propósito de dar a conocer el acto público del sorteo en principales Ciudades, Municipios, Centros Comerciales, Instituciones públicas y privadas en todo el territorio nacional.

Gestión Administrativa:

▪ **Acceso a la Información Pública:**

Durante el periodo de Junio 2012 a mayo 2013, se atendieron un total de 1,464 consultas ciudadanas.

Asimismo, en cumplimiento a lo establecido en el Art. 10 de la Ley de Acceso a la Información Pública, de junio 2012 a Mayo 2013 se ha actualizado en el Sitio web Institucional el 100% de la información oficiosa, de acuerdo a los estándares establecidos.

▪ **Aprendizaje y Desarrollo del Recurso Humanos.**

De junio 2012 a mayo 2013, se han capacitado a 150 empleados de diferentes unidades organizativas que equivalen al 94.9% de los empleados de la LNB.

Invirtiéndose un monto de **US\$28,737.19** en capacitación, de los cuales el **36%** fue ejecutado con fondos propios, por un monto de **US\$10,254.50** y el **64%** con financiamiento del INSAFORP por la cantidad de **US\$18,482.69**.

De negociaciones con las empresas capacitadoras se obtuvo descuentos por un monto total **US\$23,691.72** lo cual significo un ahorro para la institución.

▪ **Acciones en el Marco de La Ley General de Prevención de Riesgos en los Lugares de Trabajo.**

En el marco de cumplimiento de la Ley General de Prevención y Riesgos en los Lugares de Trabajo, se han desarrollado las siguientes actividades:

- Conformación de un Sistema de Emergencia de LNB, conformado con 39 empleados, que voluntariamente realizaran actividades de prevención de incendio, primeros auxilio y evacuación
- Señalización de seguridad y de emergencia en todo el edificio de la LNB.
- Formulación del Programa de Bienestar Emocional, Mental y Social, para los Empleados de la LNB. Se impartieron 3 charlas: Acoso Sexual, Prevención del VIH, Violencia sexual contra las mujeres y Violencia intrafamiliar.

- Se gestionó para la realización de exámenes médicos para empleados de la LNB como: Densitometría Ósea, Toma de índice de masa corporal, toma de glucosa y triglicéridos. Todo ello con la finalidad de prevenir enfermedades a los empleados.

- **Beneficencia en Acción.**

En el periodo informado, La Lotería Nacional de Beneficencia, ha continuado apoyando de forma directa por medio del programa “Beneficencia en Acción” a diferentes instituciones.

Se atendieron un total **59** institucionales como: Hogares de niños y niñas abandonados, Asilos de adultos mayores, Hospitales e Instituciones públicas y privadas, invirtiéndose un monto total de **US\$106,783.89**, beneficiando a **5,996** internos. Asimismo, se donó 5,000 mosquiteros al Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social por un monto de **US\$23,500.00**; el monto invertido ascendió a un total de **US\$ 130, 283.89**.

En las visitas realizadas se entregó: Refrigeradoras, lavadoras, sillas de ruedas, sábanas, colchonetas, pampers, escobas, juguetes, cunas, piñatas y artículos de primera necesidad como: arroz, frijoles, azúcar, pastas, harina para atol, avena, salsa de tomate, café, jugos, papel higiénico, pasta de dientes, detergente, Jabón de tocador, entre otros.

Modernización institucional:

- **Actualización de la Estructura Organizativa**

Se realizaron cambios a la estructura organizativa para que responda a la naturaleza de La Lotería Nacional de Beneficencia. Creando departamento y Gerencias operativas que respalden las operaciones de la Institución para eliminar la carga operativa actual de la Gerencia Comercial y centrar los esfuerzos en la venta de los productos.

- **Sistema Normativo con Enfoque de Procesos, basados en la Metodología Internacional ISO 9001:2008:**

A partir del primer trimestre del presente año, se ha iniciado con la implementación del Sistema Normativo con enfoque de procesos basados en la metodología Internacional ISO 9001:2008; el cual se denominará: “Sistema Normativo Institucional” (SNI), con la finalidad de normar las actividades orientados a procesos y reordenar el quehacer institucional encausados a eficiencia, eficacia y mejora continua de las operaciones de la LNB.

- **Reformas a la Ley Orgánica y su Reglamento.**

En el mes de octubre de 2012, se realizaron las reformas a la Ley Orgánica de la LNB y su Reglamento, y se entregó a miembros de Junta Directiva para revisión por parte de los Ministerios de Hacienda, Gobernación y Salud Pública y Asistencia Social que conforman la Junta Directiva de la LNB. En mayo Junta Directiva autorizó el proyecto de reforma de Ley Orgánica de la LNB y su

Reglamento y se remitió al Ministerio de Hacienda para su aprobación, para posteriormente ser presentada a la Asamblea Legislativa.

Los principales objetivos que se pretenden lograr con las reformas son: Modernizar La Lotería Nacional Beneficencia, Innovación de juegos de azar tradicionales y electrónicos, Nuevos canales y forma de comercializar los productos y generar utilidades para contribuir al bienestar social de los más necesitados y reafirmar la LNB como un monopolio del Estado.

- **Modernización de la Intranet Institucional.**

En el mes de noviembre de 2012, se lanzó la nueva intranet de la LNB. Con el nuevo sitio, los usuarios de la institución pueden encontrar una biblioteca virtual de información, noticias con contenido multimedia y formularios institucionales, entre otros.

La intranet es un recurso indispensable, dada la gran cantidad de información que genera la organización. La intranet resolverá el manejo y distribución de información, la comunicación interna, economía de los recursos de la institución, la gestión de recursos humanos, entre otros.

- **Plan Estratégico:**

En el primer trimestre del 2013 se replantearon los objetivos estratégicos de primer nivel de la perspectiva de “procesos internos”, orientando un objetivo estratégico institucional como es la modernización institucional, en el cual se centrarán los proyectos y acciones orientadas a modernización, con la finalidad de mejorar el rumbo de la LNB y la coordinación. Dentro de los principales proyectos que engloba este objetivo es las gestiones de aprobación de la Ley orgánica y su reglamento con la finalidad de hacer de la institución más competitiva y dinámica en los juegos de azar y el proyecto de Sistema Integrado Administrativo Financiero (SIAF) el cual es una buena alternativa para la sistematización del área administrativa y financiera de la LNB.

- **Nuevos Diseños a productos de Lotería.**

Lotería Instantánea:

En el periodo de junio 2012 a mayo 2013, se innovaron 4 juegos de Lotería Instantánea en diseño, presentación, nueva estructura de premios, precios más bajos para el consumidor. Los productos innovados fueron: Juego No.108 “7 Regalón”, Juego No.109 “Zodiaco de la Suerte”, Juego No.110 “El Mago de la Suerte” y el Juego No.111 “Cofre Millonario”. De los 4 juegos aprobados, dos han salido al mercado.

Lotería Tradicional:

Se innovaron los Productos de Lotería Tradicional en cuanto a diseño y presentación, cambiándose de papel Seguridad a Papel Couche Mate. Las mejoras implementadas son: Innovación en diseños acorde a actividades y festividades y mejoras en las medidas de seguridad, con el objetivo de evitar la falsificación de los mismos.

1. DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE TRABAJO DEL PERIODO DE LABORES JUNIO 2012 A MAYO 2013.

1.1 FILOSOFIA INSTITUCIONAL.

VISIÓN:

“Ser la institución líder y competitiva en el mercado nacional e internacional en productos de lotería innovadores, atractivos y de calidad que respondan a las expectativas de nuestros clientes”.

MISIÓN:

“Generar utilidades por medio de la comercialización de productos de lotería con honestidad, eficiencia y transparencia; para satisfacer las necesidades de nuestros clientes y contribuir con el Estado al bienestar social”.

VALORES:

Los valores se convierten en elementos motivadores de las acciones y del comportamiento humano y esto a su vez es el motor impulsor del comportamiento organizacional.

Transparencia, Credibilidad, Honestidad, Calidad, Comunicación, Responsabilidad, Orden, Respeto, Servicio, Liderazgo, Compromiso, Confianza y Perseverancia.

1.2 OBJETIVOS.

Objetivos estratégicos de acuerdo al Plan Estratégico 2012-2014:

- 1.2.1 Generar utilidad de operación satisfactoria para ayudar al estado en el cumplimiento de sus fines.
- 1.2.2 Garantizar la administración eficiente de los recursos financieros.
- 1.2.3 Fortalecer la Responsabilidad Social Corporativa.
- 1.2.4 Mejorar la accesibilidad de los productos a nivel nacional.
- 1.2.5 Motivar a los clientes a la compra de los productos de lotería.
- 1.2.6 Proyectar una mejor imagen de la LNB.

- 1.2.7 Modernizar la LNB.
- 1.2.8 Desarrollo continuo de la mejora de los procesos, para el logro de la eficacia, eficiencia y transparencia.
- 1.2.9 Incrementar niveles de ventas de Productos de Lotería en un 15% en relación al año anterior.
- 1.2.10 Desarrollo continuo e innovación de juegos de azar.
- 1.2.11 Mejorar la imagen institucional.
- 1.2.12 Desarrollar las competencias del Personal de la LNB.
- 1.2.13 Dar continuidad a la cultura de valores institucional.
- 1.2.14 Fortalecer los mecanismos de comunicación interna y externa.

1.3 POLITICAS INSTITUCIONALES.

- 1.3.1 Optimizar el uso de los recursos y garantizar los niveles de ingresos requeridos, que permitan la generación de utilidades, para la implementación de los programas de beneficencia dirigidos a la población más vulnerable del país.
- 1.3.2 Generar empleos sustentables que contribuyan a la reducción de los niveles de pobreza del país, a través de la comercialización de productos de lotería, ampliando la cobertura de mercado por medio del mejoramiento de la red de distribución.
- 1.3.3 Promover la eficiencia operativa institucional, optimizando el uso de los recursos materiales, desarrollando las competencias del personal e implementando procesos automatizados e integrados que mejoren la calidad de los servicios y productos entregados a los usuarios externos e internos.
- 1.3.4 Implementar programas de divulgación y capacitación sobre la institución y sus diferentes productos, dirigidos al público en general, a fin de crear conciencia sobre los beneficios y utilidades que se obtienen, a través de la comercialización y participación en el juego.

1.4 CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS E INDICADORES JUNIO A DICIEMBRE 2012.

En el cuadro siguiente se describen los principales objetivos, indicadores y metas ejecutadas durante en el período de junio a diciembre de 2012, de conformidad a los planes de trabajo y al Plan Estratégico LNB 2012-2014.

OBJETIVO	DESCRIPCIÓN DE LA META	INDICADOR	PROGRAMADO	REALIZADO	% LOGRO RESPECTO AL PERIODO DE LABORES
Informar sobre los resultados financieros	Total Utilidades proyectada por ambos productos: US\$2.232,170	Utilidades generadas LOTRA.	\$1,696,268.00	\$ (793,786.70)	-46.80%
		Utilidades generadas LOTIN.	\$622,686.00	\$ (253,238.23)	-40.67%
Obtener los mayores resultados, mediante la eficiencia y eficacia	Rentabilidad esperada	Rendimiento sobre los activos	19.1%	-9.8%	-51.31%
Implementar programa de Responsabilidad Social Institucional.	Apoyo a hogares de Ancianos, niños y niñas abandonados	Hogares atendidos durante el 2012	51	59	115.7%
		Personas beneficiadas con el programa	2857	5996	2
Coordinar y supervisar el desarrollo de estudios de mercado, orientados a conocer las expectativas y necesidades de clientes actuales y potenciales para generar estrategias que contribuyan al incremento de la demanda de los productos de lotería.	2 Estudios de mercado programados	Estudios de Mercado Realizados.	2	0	0.00%
Reformas de Ley y su Reglamento	Gestionar las reformas para aprobación	Porcentaje de avance de gestiones realizadas.	75%	13%	16.7%
Realizar trámites en el Registro de la Propiedad Intelectual del Centro Nacional de Registro las Marcas, distintivos comerciales y logos con los que cuenta la LNB.	Registro de Marcas, distintivos comerciales y logos de la LNB en CNR	Porcentaje de avance de gestiones realizadas	95.00%	15.00%	15.79%
Garantizar las condiciones de seguridad física para los empleados en la Institución, de conformidad a la Ley de Prevención de Riesgos en los Centros de Trabajo.	6 Acciones a ejecutar en seguridad física de los empleados	Implementación de Acciones de seguridad física.	6	3	50.00%
Implementación de la Política de Ahorro y Austeridad.	Implementar Política de Ahorro y Austeridad.	Grado de avance de la Política de Ahorro y Austeridad.	40%	10%	25.00%
Garantizar el derecho de acceso que tiene toda persona a la información pública, a fin de contribuir con la transparencia y la anticorrupción.	Brindar la información a los ciudadanos que la soliciten.	Cumplimiento y divulgación de Normativas.	22.00%	22.00%	100%
		Garantizar el acceso a la Información Institucional.	73.0%	73.0%	100%
Diseñar y ejecutar estrategias comunicacionales, que contribuyan a la promoción de la imagen institucional.	Plan de Comunicaciones Institucional.	Diseño e implementación del Plan de Comunicaciones Institucional.	63.8%	35.5%	55.6%
Desarrollar Propuestas de Innovación de los productos de Lotería actuales.	2 Propuestas programadas de innovación a productos de lotería	Innovación de Productos Tradicionales de Lotería.	2	1	50%

Fuente: Departamento de Planificación

OBJETIVO	DESCRIPCIÓN DE LA META	INDICADOR	PROGRAMADO	REALIZADO	% LOGRO RESPECTO AL PERIODO DE LABORES
Cumplir con las metas de ventas de Productos de Lotería.	70% de venta por cada emisión de 50,000 billetes	Porcentaje de cumplimiento de meta de ventas.	70.0%	57.6%	82.3%
Incrementar y Fortalecer nuestra fuerza de venta.	160 nuevos agentes vededores programados	Incremento de fuerza de venta.	160	104	65%
Fortalecer los canales y puntos de venta tradicionales y apertura de nuevos.	45 puntos nuevos de venta programados	Puntos de venta aperturados.	45	10	22%
Lanzar campañas publicitarias que proyecten los valores institucionales en la comunicación Corporativa y la promoción de Productos.	1 Campañas publicitarias a orientadas a imagen institucional	Lanzamiento de Imagen Corporativa.	1	2	200%
	1 Campañas publicitarias a orientadas a productos	Lanzamientos de Campañas Publicitaria.	1	1	100%
Mejorar instalaciones del centro de Datos primario.	Mejoramiento de las instalaciones del centro de datos primario	Avance de mejora de las instalaciones del centro de datos primario de la LNB.	60.0%	7.0%	11.7%
Virtualización de equipos de cómputo de escritorio.	Virtualizar los equipos de informáticos de escritorio	Nivel de Avance en las etapas de virtualización.	45.0%	40.0%	88.9%
Consolidar servidores utilizando tecnología de virtualización.	Virtualización de servidores.	Avance en el proceso de virtualización de servidores.	57.5%	42.5%	73.91%
Implementar replicación de base de datos.	Grado de avance en el proceso de replicación de base de datos	Avance en proceso de implementación.	44.0%	26.0%	59%
Diseñar y ejecutar un plan de capacitación orientado al fortalecimiento de la gestión comercial.	Plan de capacitación	Nivel de ejecución del programa de capacitación.	38.5%	50.4%	130.9%
Consolidar los mecanismos de comunicación institucional.	4 acciones programadas	Eficientar la comunicación institucional	4	2	50%

Fuente: Departamento de Planificación

1.5 CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS E INDICADORES ENERO A MAYO 2013.

En los cuadros siguientes se muestran las metas programadas a ejecutarse de enero a mayo 2013; dichas metas están formuladas de conformidad a los planes de trabajo y al Plan Estratégico LNB. 2012-2014.

OBJETIVO	DESCRIPCIÓN DE LA META	INDICADOR	RESULTADO PROYECTADO	RESULTADO OBTENIDO	% DE LOGRO RESPECTO AL PERIODO DE LABORES
Informar sobre los Resultados Financieros.	Total Utilidades proyectada por ambos productos: US\$485,056	Utilidades generadas por LOTRA	\$647,095	\$ (284,075.72)	-43.9%
		Utilidades generadas por LOTIN	\$135,310	\$188,291.77	139%
Informar sobre la optimización de los activos institucionales.	Porcentaje de optimización de los recursos institucionales.	Grado de optimización de los activos institucionales.	6.18%	-0.72%	-11.7%
Coordinar y supervisar el desarrollo de estudios de mercado, orientados a conocer las expectativas y necesidades de clientes actuales y potenciales.	Realizar un Estudios de mercado	Porcentaje de avance de estudios de mercado	30%	26%	87%
Reformas a Ley Orgánica y Reglamento de la LNB.	Gestionar las Reformas a Ley Orgánica y Reglamento de la LNB.	Avance en la gestión de las reformas.	60%	60%	100%
Implementar proyecto de IVR para consulta de premios, información de sorteos, etc.	Implementación un Sistema IVR para consulta de premios, información de sorteos	Porcentaje de avance en la implementación del Sistema.	70%	20.0%	29%
Implementar plan de mantenimiento preventivo de vehículos e instalaciones.	Ejecutar Plan de mantenimiento preventivo de y Correctivo de vehículos. Ejecutar plan de mantenimiento preventivo de y Correctivo de vehículos.	Ejecución del plan de mantenimiento preventivo y Correctivo de vehículos.	13	13	100%
		Ejecución del plan de mantenimiento preventivo de instalaciones.	10	10	100%
Implementar política de ahorro y austeridad institucional.	Obtener un ahorro con la implementar política de ahorro y austeridad en la LNB	Grado de avance en implementación de la política.	45.0%	20%	44%
Contribuir a la mejora de los procesos, así como a la transparencia y credibilidad de la institución, a través del desarrollo de un Plan de Auditoría para el 2013, que contenga exámenes y evaluaciones de los procesos y control interno de la institución de conformidad a normativas interna y legislación aplicables en la LNB.	Ejecutar Plan de auditoría	Revisar los procesos de la institución para verificar el cumplimiento de las normativas y legislaciones aplicables.	41.7%	41.7%	100%
Adquirir bienes y servicios de procesos de licitación/concurso	Adquirir de Bienes y Servicios para quehacer institucional	% de Licitaciones o Concursos/prorrogas requeridas ejecutados.	63.2%	64.2%	101.6%
Implementar el sistema de documentación normativa en la LNB.	Sistema normativo institucional	Porcentaje de avance en la implementación del sistema normativo institucional	100%	100.0%	100%

OBJETIVO	DESCRIPCIÓN DE LA META	INDICADOR	RESULTADO PROYECTADO	RESULTADO OBTENIDO	% DE LOGRO RESPECTO AL PERIODO DE LABORES
Actualizar documentos normativos que respaldan los procesos de la LNB.	Documentación normativa de procesos	Grado de avance en la actualización de procesos normativos.	40%	38.0%	95%
Garantizar el derecho de acceso que tiene toda persona a la información pública, afín de contribuir con la transparencia y la anticorrupción.	Garantizar el derecho de acceso que tiene toda persona a la información pública	Mejorar el tiempo de respuesta a solicitudes de información pública al ciudadano que la demande.	42%	42%	100%
	Divulgación de la Información Pública	% de avance en la divulgación de la Información Pública.	16.75%	16.09%	96.1%
Cumplir con las metas de Ventas de Producto de Lotería durante el año 2013	70% de venta por cada emisión de 50,000 billetes	Porcentaje de avance del cumplimiento de meta de Ventas LOTRA.	100%	56.03% *	56.03%
	Vender 6666.67 libretas de LOTIN mensuales.	Incrementar las ventas de LOTIN en 6666.67 libretas mensuales.	33,334	28,202	84.60%
Reclutar 300 nuevos agentes vendedores en el 2013	75 nuevos agentes vendedores programados	Incremento de Fuerza de Ventas.	125	97	78%
Incrementar en el 10% las ventas de productos de Lotería en puntos de ventas, durante el 2013.	Incrementar en 10% las ventas en kioscos	10% de crecimiento sobre el promedio de la venta histórica de 2012.	10%	47%	465%
Apertura de nuevos canales de venta	Aperturar 2 nuevos canales de distribución de productos	Aperturar 6 nuevos canales de venta.	3	4	133%
	10 puntos nuevos de venta proyectados	Apertura de 50 nuevos puntos de venta	10	15	150%
Implementar Museo Institucional LNB	Apertura de un Museo de la LNB	Grado de avance en la implementación del museo.	43.5%	43.5%	100%
Diseñar nueva metodología y aplicativo para Evaluación del Desempeño para el 2014.	Implementar nueva metodología de evaluación del Desempeño para el 2014.	Grado de avance de metodología de Evaluación del Desempeño y aplicativo propuesto.	18.0%	18.0%	100%

Fuente: Departamento de Planificación

* Promedio de ventas de enero a mayo 2013

2. GESTION INSTITUCIONAL Y SU IMPACTO FISCAL. PERIODO DE JUNIO 2012 A MAYO 2013.

2.1 GESTIÓN FINANCIERA.

2.1.1 Asignación y Ejecución de Recursos Presupuestarios, período de junio 2012 a mayo 2013.

Durante el período junio a diciembre 2012, el monto total asignado fue de **US\$28,671,144.00**, ejecutándose un monto de **US\$23,301,771.00**.

De enero a mayo de 2013, el monto asignado es de **US\$17,875,140.00** y el monto ejecutado fue de **US\$16,036,756.13**.

En el período que se informa la asignación presupuestaria es de **US\$46,546,284.00** y el monto ejecutado asciende a la cantidad de **US\$39,338,527.24** que representa el **84.51%** del Presupuesto asignado.

Asignación y Ejecución de Recursos Presupuestarios
Período de Junio 2012 a Mayo 2013

CONCEPTO	Junio a Diciembre 2012		% de Ejecución	Enero a Mayo 2013		% de Ejecución	Total del Período		% de Ejecución
	Asignado	Ejecutado		Asignado	Ejecutado		Asignado	Ejecutado	
Humanos	\$ 2,384,047	\$ 2,040,320	85.58%	\$ 1,514,604	\$ 1,218,437	80.4%	\$ 3,898,651.00	\$ 3,258,756.69	83.59%
Bienes y Servicios	\$ 1,538,292	\$ 1,969,583	128.04%	\$ 1,654,907	\$ 950,916	57.5%	\$ 3,193,198.57	\$ 2,920,499.10	91.46%
Mobiliario y Equipo	\$ 74,420	\$ 43,531	58.49%	\$ 38,495	\$ 22,130	57.5%	\$ 112,915.45	\$ 65,660.39	58.15%
Tecnológicos	\$ 72,265	\$ 42,950	59.43%	\$ 92,505	\$ 9,318	10.1%	\$ 164,770.00	\$ 52,268.04	31.72%
Infraestructura	\$ -	\$ -	0%	\$ -	\$ -	0%	\$ -	\$ -	0%
Asesoría	\$ 107,350	\$ 25,092	23.37%	\$ 86,584	\$ 7,259	8.4%	\$ 193,934.00	\$ 32,350.96	16.68%
Financieros *	\$ 7,945,832	\$ 4,757,136	59.87%	\$ 3,580,846	\$ 3,310,695	92.5%	\$11,526,677.66	\$ 8,067,830.81	69.99%
Pago de Premios	\$ 16,548,938	\$ 14,423,160	87.15%	\$ 10,907,200	\$ 10,518,002	96.4%	\$27,456,137.75	\$ 24,941,161.25	90.84%
TOTAL	\$28,671,144	\$23,301,771	81.27%	\$17,875,140	\$ 16,036,756.13	89.72%	\$46,546,284	\$39,338,527.24	84.51%

Fuente: Departamento de Presupuesto

Nota: *En este concepto se incluye comisiones, gastos bancarios y transferencias a Organismos Nacionales e Internacionales.

Datos presupuestarios reales al 31 de mayo de 2013.



2.1.2 Resultados Financieros de la comercialización de productos de Lotería.

En el período de junio 2012 a mayo 2013, los resultados financieros consolidados por ambos productos (LOTRA y LOTIN) fueron los siguientes:

Los **ingresos totales** por la comercialización de los productos de lotería ascendieron a **US\$38,450,300.00**; el **Pago de premios** alcanzó la cantidad de **US\$24,903,130.50**, lo que representa el 64.77% de los Ingresos; los **Descuentos**¹ otorgados a vendedores en el presente período que se informa fue de **US\$7,870,972.50**, equivalente al 20.47% de los ingresos totales; los **Costos de venta** fueron de **US\$956,011.31** equivalente al 2.49%, los **Gastos** totalizan **US\$5,862,994.57**, que equivale al 15.25% y los **Resultados del período**, con un monto negativo de **US\$675,507.65** que representa el -1.76% de los ingresos totales obtenidos en el período que se informa.

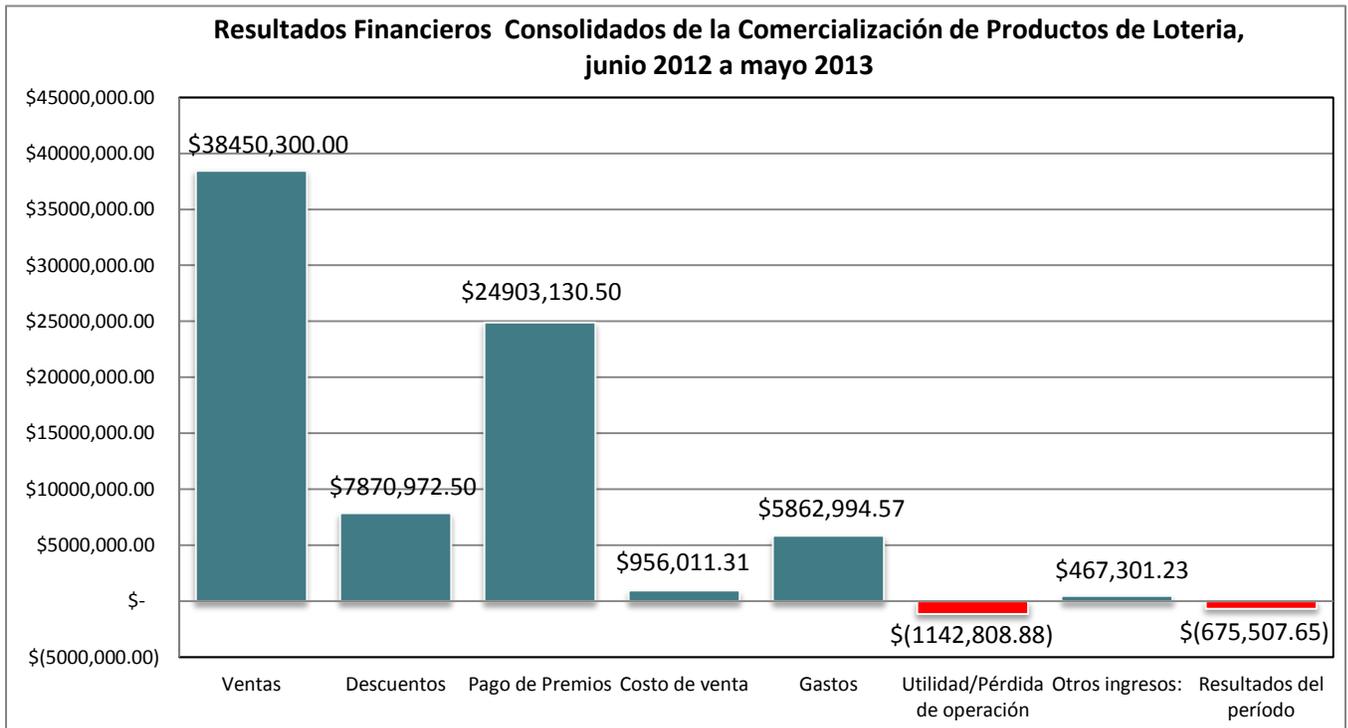
Resultados Financieros Consolidados de la Comercialización de Productos de Lotería
Período junio 2012 - mayo 2013

CONCEPTOS	LOTRA-LOTIN Junio - Diciembre 2012 *	%	LOTRA-LOTIN Enero - Mayo 2013 *	%	Consolidado Institucional Junio2012- Mayo 2013	%
Venta	\$ 22,268,050.00	100.0%	\$ 16,182,250.00	100.0%	\$ 38,450,300.00	100.00%
(-) Descuentos	\$ 4,623,213.00	20.8%	\$ 3,247,759.50	20.1%	\$ 7,870,972.50	20.47%
(-) Pago de premios	\$ 14,387,628.75	64.6%	\$ 10,515,501.75	65.0%	\$ 24,903,130.50	64.77%
(-) Costo de Venta	\$ 535,186.27	2.4%	\$ 420,825.04	2.6%	\$ 956,011.31	2.49%
(-) Gastos	\$ 3,769,046.91	16.9%	\$ 2,093,947.66	12.9%	\$ 5,862,994.57	15.25%
Utilidad/Pérdida de operación	\$ (1,047,024.93)	-4.70%	\$ (95,783.95)	-0.59%	\$ (1,142,808.88)	-2.97%
Más Otros ingresos:	\$ 150,253.51		\$ 317,047.72		\$ 467,301.23	
Resultados del período	\$ (896,771.42)	-4.0%	\$ 221,263.77	1.4%	\$ (675,507.65)	-1.76%

Fuente: Unidad Financiera Institucional

*Datos reales junio 2012 a mayo de 2013

^{1/} De conformidad al decreto 678 de fecha 11/06/87, que establece, la Lotería Nacional de Beneficencia concederá a los Agentes Vendedores de billetes de lotería un descuento sobre las compras; los que tengan una cuotas de 10 a 150 billetes el 21% de descuento y cuotas de 151 o más el 20% de descuento.



- Durante el período de junio 2012 a diciembre de 2012 se realizaron 29 Sorteos:
 - 3 Sorteos Extraordinarios, con una emisión de 50,000 billetes y una estructura de premios de **US\$1,082,960.00**,
 - 26 Sorteos de La Millonaria con una emisión de 50,000 billetes cada una y una estructura de premios por sorteo de **US\$689,465.00**,

Se acumularon 12 sorteos de junio a diciembre 2012: 9 sorteo a US\$300,000 el primer premio y 3 a US\$ 450,000 el primer premio.

- De enero a mayo de 2013, se han realizado 20 Sorteos:
 - 2 Sorteo Extraordinario, con una emisión de 50,000 billetes y una estructura de premios de **US\$1,082,960.00**,
 - 10 Sorteos de la Millonaria con una emisión de 50,000 billetes cada una y una estructura de premios por sorteo de **US\$ US\$689,465.00**

Se acumularon 4 sorteos de enero a mayo de 2013: 3 sorteos a US\$300,000 el primer premio y 1 a US\$450,000 el primer premio.

Cuadro resumen de Resultados por Productos de Lotería.

Resultado por Producto	Junio - Diciembre 2012	Enero - Mayo 2013	Total
Resultados del Período LOTRA	\$ (699,183.06)	\$ (21,908.22)	\$ (721,091.28)
Resultados del Período LOTIN	\$ (197,588.36)	\$ 243,171.99	\$ 45,583.63
Resultados Institucional	\$ (896,771.42)	\$ 221,263.77	\$ (675,507.65)

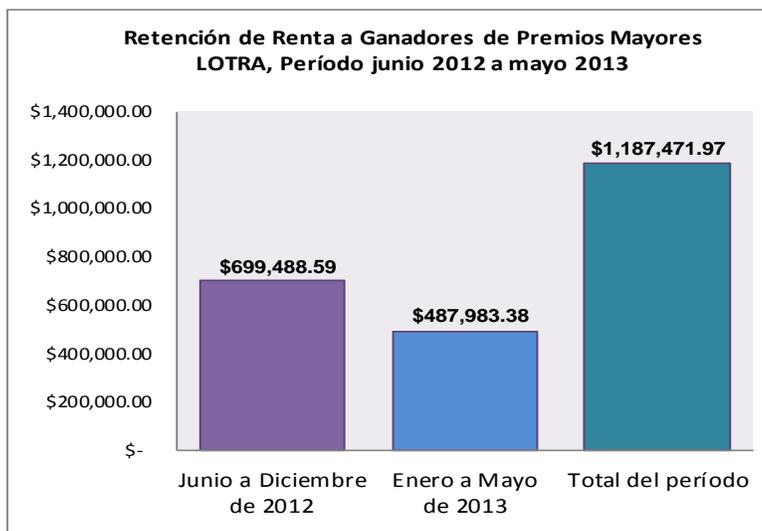
Fuente: Unidad Financiera Institucional

2.1.3 Retención de Renta a Ganadores de premios mayores de LOTRA.

La Lotería Nacional de Beneficencia, retuvo en concepto de impuestos sobre la renta a ganadores de premios mayores de lotería en el período que se informa, un monto de **US\$1,187,471.97** en impuestos. Los fondos son transferidos a Tesorería del Ministerio de Hacienda.

Retención de Renta a Ganadores de Premios Mayores Período junio 2012 a mayo 2013

Meses		Retención de renta a ganadores de premios mayores LOTRA
2012	Junio	\$ 73,500.00
	Julio	\$ 171,012.75
	Agosto	\$ 73,800.00
	Septiembre	\$ 117,228.19
	Octubre	\$ 100,875.56
	Noviembre	\$ 55,070.21
	Diciembre	\$ 108,001.88
2013	Enero	\$ 130,890.00
	Febrero	\$ 56,257.13
	Marzo	\$ 112,503.75
	Abril	\$ 118,878.75
	Mayo	\$ 69,453.75
TOTAL		\$ 1,187,471.97



Fuente: Departamento de Tesorería.

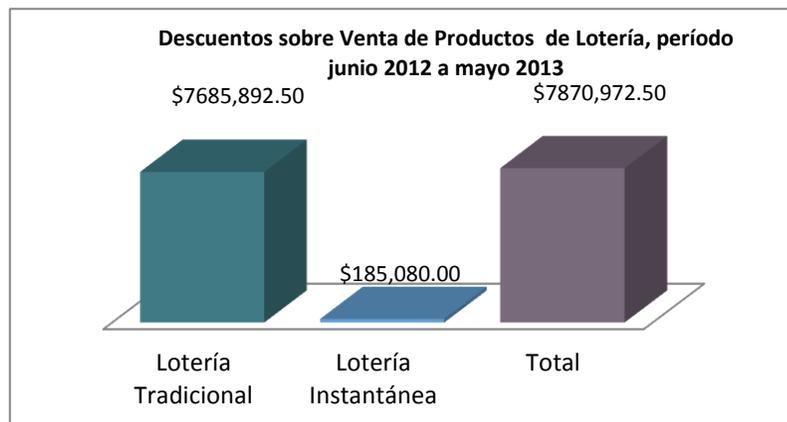
2.1.4 Retención de IVA a Proveedores.

Durante el período que se informa, La Lotería Nacional de Beneficencia, obtuvo en concepto de retención de IVA del 1%, a Proveedores la cantidad de **US\$31,298.56**.



2.1.5 Contribuyendo con el Estado en la Generación de Empleos por medio de la Comercialización de Productos Lotería.

La Lotería Nacional de Beneficencia, a través de la comercialización de los productos de Lotería, contribuye con el Estado en la generación de empleos a nivel nacional. Durante el período informado, se otorgó descuentos (comisión del 21% para Lotería Tradicional y 10% para Lotería Instantánea) por ventas un monto de **US\$7,870,972.50**, beneficiándose a más de **5,500** familias salvadoreñas de los agentes vendedores y revendedores.



2.1.6 Ganadores de premios mayores.

La Lotería Nacional de Beneficencia, contribuye grandemente a la dinamización de la economía del país, por medio del pago de premios mayores de productos de lotería a los ganadores.

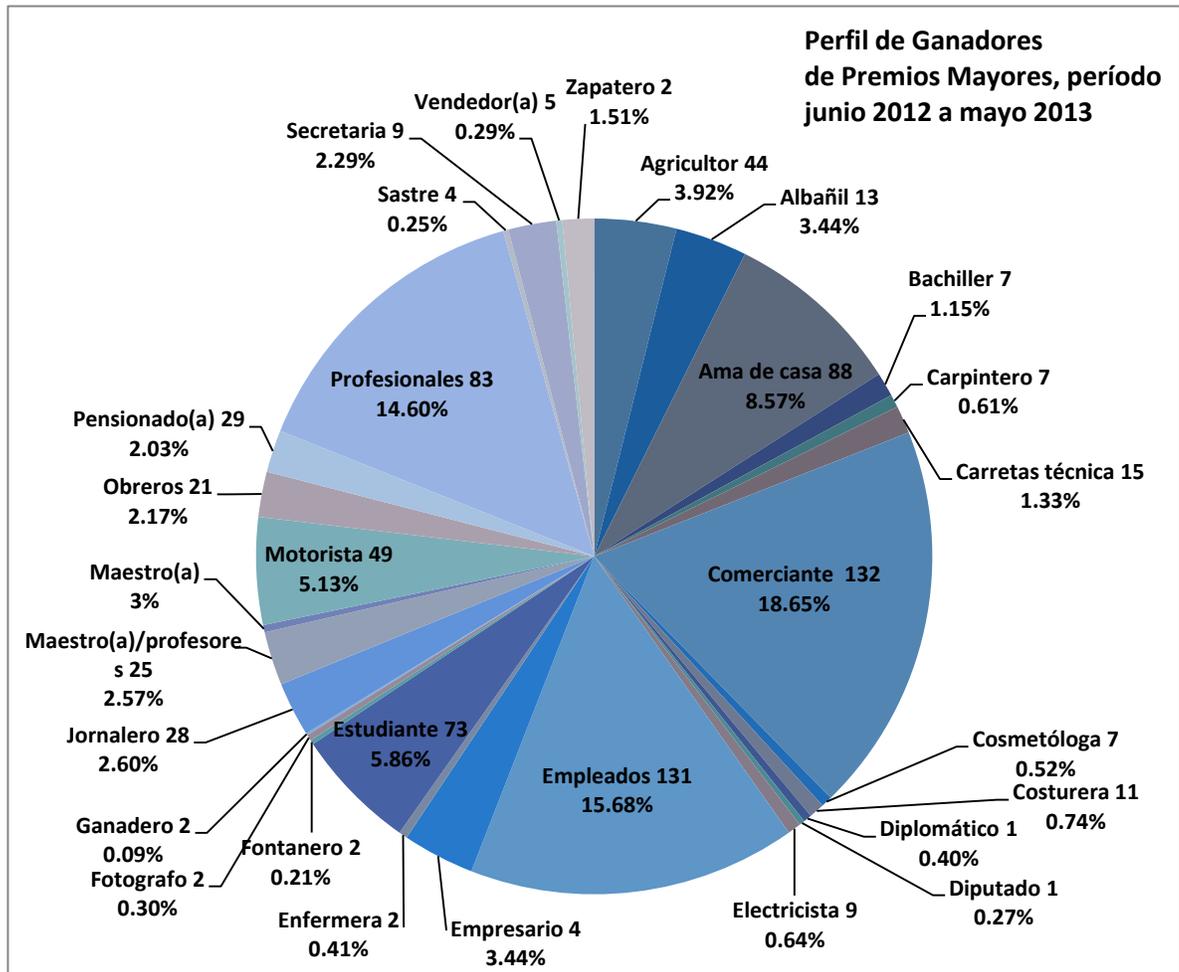
Durante el período de junio 2012 a mayo 2013, resultaron un total de 948 ganadores por un monto de **US\$8.956,071.75**.

El perfil está relacionado a la profesión u oficio de los ganadores como: Empresarios, Profesionales, Empleados, Estudiantes, Secretarías, Amas de casa, Comerciantes, Agricultores, Obreros, etc.

GANADORES DE PREMIOS MAYORES DE LOTRA DE JUNIO 2012 A MAYO 2013			
Profesión u Oficio	No. Ganadores	Monto	%
Agricultor	49	\$ 320,547.00	3.6%
Albañil	16	\$ 320,524.75	3.6%
Ama de casa	100	\$ 718,582.00	8.0%
Bachiller	9	\$ 102,007.00	1.1%
Carpintero	8	\$ 66,005.50	0.7%
Carretas técnica	15	\$ 100,000.00	1.1%
Comerciante	149	\$ 1,823,246.75	20.4%
Cosmetóloga	7	\$ 39,500.00	0.4%
Costurera	12	\$ 60,503.75	0.7%
Diplomático	1	\$ 30,000.00	0.3%
Diputado	1	\$ 20,025.00	0.2%
Electricista	9	\$ 48,011.25	0.5%
Empleados	157	\$ 1,402,622.75	15.7%
Empresario	4	\$ 259,003.50	2.9%
Enfermera	2	\$ 30,500.00	0.3%
Estudiante	86	\$ 515,573.25	5.8%
Fontanero	2	\$ 15,500.00	0.2%
Fotógrafo	2	\$ 22,500.00	0.3%
Ganadero	2	\$ 7,000.00	0.1%
Jornalero	33	\$ 257,518.00	2.9%
Maestro(a)/profesores	32	\$ 244,518.50	2.7%
Mecánico	16	\$ 63,003.00	0.7%
Motorista	53	\$ 389,521.00	4.3%
Obreros	25	\$ 171,008.50	1.9%
Pensionado(a)	35	\$ 212,512.25	2.4%
Profesionales	101	\$ 1,374,281.50	15.3%
Sastre	5	\$ 34,000.00	0.4%
Secretaria	10	\$ 173,046.75	1.9%
Vendedor(a)	5	\$ 21,509.75	0.2%
Zapatero	2	\$ 113,500.00	1.3%
Total	948	\$ 8,956,071.75	100.0%

Fuente: Departamento de Tesorería.

En la gráfica siguiente se ilustra el perfil de los ganadores, asociado con la profesión u oficio, cantidad de ganadores y el porcentaje de participación por cada profesión.



2.2 GESTIÓN COMERCIAL.

2.2.1 Nuevos diseños de Productos de Lotería.

En el período de junio 2012 a mayo 2013, como parte de las estrategias mercadológicas para incrementar los niveles de ventas y satisfacer los gustos y preferencias de nuestros clientes, se realizó un refrescamiento a los productos de LOTIN en diseño, mejor estructura de premios y precios más bajos para los consumidores.

LOTERIA INSTANTÁNEA:

Juego No.108 “7 Regalón”:

- Precio de \$0.50 por boleto y \$ 50.00 la libreta.
- Premio mayor de \$1,000.00
- Emisión de 20,000 libretas por juego.
- Mecánica del juego es “Si encuentras tres veces siete ganas el premio indicado”.
- Fecha de lanzamiento al mercado 21/12/2012 y fecha de finalización del 11/04/13.



Juego No.109 “Zodiaco de la Suerte”:

- Precio de \$0.50 por boleto y \$50.00 la libreta.
- Premio mayor de \$1,000.00
- Emisión de 20,000 libretas por juego.
- Mecánica para el juego es “Si un signo se repite tres veces ganas el premio indicado”.
- Fecha de lanzamiento al mercado 04/04/2013.



Con el lanzamiento de los nuevos juegos innovados de LOTIN, los resultados han sido positivos, ya que han generado mayores ingresos en un tiempo de 3.1/2 meses y medio que los juegos anteriores lanzados al mercado, que estuvieron en venta en promedio alrededor 21.7 meses.

Juego No.110 “El Mago de la Suerte”:

- Precio de \$0.50 por boleto y \$50.00 la libreta.
- Premio mayor de \$1,000.00
- Emisión de 20,000 libretas por juego.
- Mecánica para el juego es “Si una cantidad se repite tres veces ganas el premio indicado”.



Juego No.111 “Cofre Millonario”:

- Precio de \$0.50 por boleto y \$50.00 la libreta.
- Premio mayor de \$1,000.00
- Emisión de 20,000 libretas por juego.
- Mecánica para el juego es “Si una figura se repite tres veces ganas el premio indicado”.



Para los cuatro juegos la estructura de premios es de 720,065 premios, por un monto de US\$560,000.00.

LOTERIA TRADICIONAL:

En cuanto a los productos de Lotería Tradicional, se realizaron cambios sustanciales en diseño y presentación, cambiándose de papel Seguridad a Papel Couche Mate. Con el objetivo que los billetes tengan más vistosidad para el consumidor. Las mejoras implementadas fueron:

- Innovación en diseños acorde a actividades y festividades como: fiestas patronales, día de la mujer, Semana Santa, día mundial del agua, día mundial de la tierra, etc.
- Mejoras en medidas de seguridad, con el objetivo de evitar la falsificación de los mismos.

2.2.2 Promociones.

En el período informado, se realizaron diferentes Promociones, las cuales se enfocaron a diferentes segmentos de mercado como:

- Jóvenes a través de Redes Sociales y Radios,
- Consumidores finales,
- Agentes Vendedores,
- Incentivos para cumplimiento de metas de venta para agencias.
- “La Lotería y Cine Mark, Te llevan al cine”, promoción diseñada para Jóvenes, lanzadas a través de Redes Sociales y Radios.

Mecánica de la Promoción: Los participantes deberán subir la imagen de un vigésimos de Lotería a Facebook de la Lotería y darle LIKE y participaban en la rifa de boletos para el cine.

Vigencia de la Promoción: Mes de noviembre al 1 de diciembre de 2012.

Con esta promoción se premió a más de 12 personas, entregando 24 pases.



- **“Llévate una Sombrilla de Lotería”**: La promoción se realizó en coordinación con las radios; 102 Nueve, Mil Ochenta, Sonora, entre otras, las cuales apoyaron la divulgación y logística de la promoción.

Mecánica de la Promoción: Consistió en presentar 10 vigésimos del sorteo en venta y llevarlos a las radios en las que se tenía pauta.

Vigencia de la Promoción: Del 3 al 25 de octubre de 2012.



Con estas promociones se premiaron a más de 50 ganadores, entregándoles sombrillas por las compras.

- **“Llévate el kit de la Selecta”**: La promoción, se lanzó para las eliminatorias de la Selecta e incentivar a los consumidores finales, a comprar de los sorteos de La Millonaria y Extraordinario.

Mecánica de la Promoción: Consistió en presentar 10 vigésimos del sorteo en venta y llevarlos a las radios en las que se tenía pauta.

Vigencia de la Promoción: Mes de septiembre al 3 de octubre de 2012.



- **Promoción “Fomentando Cultura de Lotería”**

Con la finalidad de dar a conocer el proceso de la institución y fomentar los juegos de Lotería, se lanza la estrategia de Marketing Directo, en el cual se visitaron Centros Comerciales a nivel nacional aprovechando el alto tráfico de estos y mostrando con material audiovisual el sorteo y la publicidad de los juegos.



- **Promoción “Disfruta tu Verano con LOTIN”**

En el mes de marzo se lanzaron promociones para impulsar la venta de LOTIN, tanto al cliente consumidor final como a agente vendedor, estas tuvieron vigencia hasta que se agotaran las existencias y se comunicaron a través de las diferentes radios en las que se tiene pauta publicitaria o a través de afiches en nuestras agencias.

Vigencia de la Promoción: 10 Marzo de 2013 hasta agotar existencia.

Con esta promoción se premió a más de 100 ganadores que compraron y presentaron 15 Lotines a las radios, la promoción finalizó en abril de 2013.

En simultaneo se premió a 360 agentes vendedores repartidos en las trece Agencias con la promoción “**Llévate una sombrilla con LOTIN**”. Por compras de 5 libretas del Juego 108 “7 Regalón” ganaban el premio, como resultado podemos destacar la venta total de la emisión del Juego 7 Regalón.



• **Promoción “Raspando y Ganando con LOTIN”**

En el mes de mayo se lanzó la promoción “Raspando y Ganando con LOTIN”, en la que se sortearan 15 pantallas LCD SONY BRAVIA; con la finalidad de premiar a nuestros clientes e incrementar las ventas de los juegos de Lotería Instantánea.

La estrategia mercadológica, está enfocada a motivar al consumidor final a seguir comprando los productos de LOTIN y a la vez recibir un beneficio adicional por la compra de este producto.

La promoción consiste en depositar 10 Lotines sin premio en un sobre con sus datos personales y depositarlos en los buzones autorizados, los cuales estarán ubicados en Agencias, Kioscos, Radios participante y Medios Televisivos participantes.

Los sorteos se realizaran en las zonas Central, Occidental y Oriental, siendo la dinámica la siguiente:

- Zona Central: Se sortearan 9 Pantallas LCD SONY BRAVIA, en el Programa Domingo Para TO2, a realizarse los días 23 de junio, 21 de julio y 18 de agosto de 2013.
- Zona Occidental; 3 Pantalla LCD SONY BRAVIA, a realizarse en Telemas los días 21 de junio, 19 de julio y 16 de agosto 2013.
- Zona Oriental; 3 Pantallas LCD SONY BRAVIA en el programa Buenos días Oriente en TVO, a realizarse el 21 de junio, 19 de julio y 16 de agosto 2013.

Vigencia de la Promoción: Del 21 de mayo al 18 de agosto de 2013.



2.2.3 Motivando a Nuestra Fuerza de Venta.

Con la finalidad de apoyar e incentivar a nuestra fuerza de ventas, en el mes de junio del año 2012, se coordinó la entrega de 1,250 kits promocionales. La entrega se realizó en las trece agencias; con el objetivo de fidelizar a nuestros agentes vendedores. Se entregó a cada vendedor un kit de artículos necesarios para realizar la comercialización



como: Banner publicitario para promover el punto o lugar de venta, camisa de agente vendedor autorizado y una gorra con el logo de la institución; premiando su entrega y apoyo a la Institución.

Las entregas se realizaron en los lugares siguientes:

- San Salvador, Agencia San Salvador
- San Miguel, en Restaurante Papagayo
- Santa Ana, en el Hotel Sahara.



Sorteo Especial del Billetero:

Como parte de los incentivos, La Lotería Nacional de Beneficencia, establece a favor de los agentes vendedores de billetes de la Lotería Nacional, debidamente inscritos; un sorteo especial anual como aporte de carácter socioeconómico, cuya utilidad deberá distribuirse en forma igualitaria entre dichos vendedores².



2.2.4 Posicionamiento de Marca.



Como parte de las estrategias mercadológicas en apoyo a incrementar las ventas de productos de lotería y posicionar la marca en la mente de nuestros clientes reales y potenciales, se diseñaron kioscos para puntos de venta móviles en diferentes centros comerciales como: La Gran Vía, Metrocentro: San Miguel, Santa Ana y Sonsonate, entre otros.

Asimismo, con la finalidad de promover una imagen renovada de nuestra Institución, se realizó instalación de rótulos luminosos en las agencias a nivel nacional, tales como: San Salvador, Santa Ana, San Miguel, Oficinas Centrales, Agencia Roosevelt, Agencia Apopa, Agencia Cojutepeque, Agencia Zacatecoluca, además se colocó una novedosa pizarra informativa en la 3ª calle poniente de San Salvador, la cual informa semana a semana los números premiados de cada sorteo.

²/ Decreto Legislativo No. 678 del 11 de junio de 1987 y Decreto Legislativo No. 785, del 25 de abril de 1991.



2.2.5 Reclutamiento de Nueva Fuerza de Venta.

Con el objetivo de incrementar las ventas de productos de lotería se han realizado esfuerzos con personal de agencias y de junio 2012 a mayo 2013, se han reclutado un total de 206 nuevos agentes vendedores.



Asimismo, se realizó activaciones de marca con la finalidad de promover los productos de lotería, reclutamiento de nueva fuerza de venta y fomentar una cultura de juegos de lotería.



2.2.6 Apertura de Puntos de Venta.

Con el objetivo de fortalecer la red de distribución y facilitar la accesibilidad de los productos de lotería a los consumidores, se abrieron 21 puntos de venta en diferentes lugares como: Centros comerciales, instituciones públicas y privadas, negocios particulares, Plazas y mercados municipales. Al mes de mayo del presente año se tiene un total de 50 puntos de ventas activos en todo el territorio nacional.



Cuadro resumen de puntos de Venta Aperturados, Período Junio 2012 a Mayo 2013

Lugares de puntos de venta aperturados	Puntos de Venta
Centro Nacional de Registros, Santa Tecla	1
Instituto Salvadoreño de Transformación Agr	1
Registro Nacional de las Personas Naturales,	1
Fondo Social para la Vivienda, San Salvador	1
Ministerio de Agricultura y Ganadería, Santa	1
Ministerio de Relaciones Exteriores, Santa Te	1
Unidad Médica de Zacamil (ISSS)	1
C.C. Plaza Centro, San Salvador	1
C.C. Periplaza, Apopa	1
C.C. Zacamil	1
C.C. La Joya 2, La Libertad	1
Plaza Camelot, Santa Tecla	1
Paseo El Carmen, Santa Tecla	1
Megaplaza - Plaza de comida, Sonsonate	1
Megaplaza - Plaza de artículos varios, Sonso	1
Olocuilta	1
Ciclovia, San Salvador	1
Terminal de Oriente, San Miguel	1
Tribunal Supremo Electoral, San Salvador	1
C.C. El Faro, Puerto de La Libertad	1
Ministerio de Hacienda, Medianos Contribuyentes, San Salvador	1
Total	21

Fuente: Departamento de Canales y Distribución

2.2.7 Campañas publicitarias.

En el período de junio 2012 a mayo de 2013 se lanzaron 3 campañas publicitarias.

- En el mes de junio 2013, se continuó con la Campaña denominada “Miércoles de Alegría”:

El objetivo de la campaña es motivar a las personas a la compra y juego de la Lotería para mejorar sus vidas; con el slogan **“Invierte tu suerte, invierte en una mejor vida”**.

Asimismo, se dio a conocer el aumento del monto del primer premio de US\$125,000.00 a US\$150,000.00 y regresan los miércoles de alegría lo que significa que los sorteos de la Millonaria se llevarán a cabo los días miércoles y el monto del primer premio se acumula para el próximo sorteo si éste resulta no vendido.



El Público objetivo:

salvadoreñas y salvadoreños, que desean unirse a la tradición de jugar a la Lotería para mejorar sus vidas.

La campaña posee un componente comercial y otra de carácter institucional, para lo cual se prepararon spot televisivo, jingle para radio y artes de prensa para darlo a conocer en forma masiva, utilizando una media mix de medios masivos y alternos.

La puesta en escena de la campaña incluye ampliar los conceptos gráficos a los sorteos extraordinarios y cuando el primer premio este acumulado.



ESCENAS DE SPOT INSTITUCIONAL



- **En el mes de septiembre 2012, se lanzó la Campaña Publicitaria “SOY BILLETERO”**

Objetivo de Campaña: Renovar la imagen de La Lotería Nacional de Beneficencia, brindándole atributos más humanos, transparentes y responsables, que a su vez transmitan unidad entre la institución y la fuerza de ventas.

La Estrategia fue utilizar la figura de los billeteros como voceros institucionales de la Lotería, brindándoles protagonismo y permitiéndoles sentirse parte importante a través de su participación.

El Público objetivo: Billeteros de La Lotería, publico secundario: Personas con actitud no grata e indiferente hacia la LNB.

Spot para Televisión:

1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



11



12



- En el mes de diciembre 2012 al mes de abril 2013 se Lanzó la Campaña publicitaria denomina “7 Regalón”.

Objetivo de la Campaña: Reposicionar el producto de LOTIN como un juego de moda que ha regresado de forma fresca, moderna y divertida; con más premios y probabilidades de ganar.

Público Objetivo: Jóvenes de 18 a 25 años que desean ganar dinero de forma fácil e Instantánea.

Previo al lanzamiento se realizó campaña de expectación:

La cual consiste en una unidad de información que se transmite de persona en persona, de generación en generación o de cultura en cultura y que cobra cierta relevancia“.

En internet se le llama meme a los temas que se van transmitiendo entre los internautas y que van cobrando cierta popularidad.



- En el mes de abril de 2013, se Lanzó la Campaña publicitaria “Zodiaco de la Suerte”.

Objetivo de la Campaña: Brindar una nueva alternativa de juego a los jugadores de LOTIN donde se combine la emoción de ganar al instante y la influencia de los signos zodiacales.

Público Objetivo: Jóvenes de 18 a 25 años que desean ganar dinero de forma fácil e instantánea.

La campaña se complementa con activaciones de marca para consumidor final y promociones para clientes mayoristas y detallistas.



2.2.8 Fomentando la Transparencia a través de los Sorteos.

Uno de los procesos claves del giro del negocio es el Desarrollo del Sorteo, al cual la LNB pone especial atención, ya que este constituye la ventana de la Institución por medio de un acto público del sorteo, se pone en contacto directo con jugadores, fuerza de ventas, Instituciones beneficiarias y sociedad en general.

Por lo que miércoles a miércoles la LNB demuestra la transparencia y credibilidad del desarrollo del sorteo, siendo un garante de la confianza



que los jugadores y fuerza de ventas manifiestan cada vez que adquieren un producto de lotería.

En el período informado, se continuó fomentando la transparencia y credibilidad de la institución, a través de los sorteos móviles en diferentes ciudades y municipios del país; así como

también, en plazas públicas, centros comerciales, instituciones públicas y privadas que lo soliciten; lo cual genera un acercamiento entre las autoridades municipales y de la LNB.

De junio 2012 a mayo 2013, se han desarrollado un total de 49 sorteos móviles, En principales Ciudades, Municipios, Centros Comerciales, Instituciones públicas y privadas como:

Universidad Dr. José Simeón Cañas, Centro Comercial Las Cascadas, Universidad de El Salvador, Municipio de Nahuizalco, Museo Nacional David J. Guzmán, COASPAE DE R.L., Metrocentro Santa Ana, CIFCO San Salvador, Metrocentro San Salvador, San Antonio del Monte, Sonsonate, Parque Botánico de Acajutla, Auditorium de Relaciones Exteriores, Municipio de Ilobasco, Parque Libertad de San Salvador, Auditorium del Hospital Divina Providencia, Auditorium del Ministerio Gobernación, Plaza Central Ciudad Delgado, Hotel Trópico Inn San Miguel, Ciudad de Sensuntepeque, Parque Central Ciudad de San Francisco Gotera Morazán, Parque Central de la Ciudad de La Unión, frente a parque Central de la Ciudad de San Vicente, Centro Comercial Plaza Mundo Soyapango, etc.



Nueva Imagen de los Sorteos.

Asimismo, se le ha dado una nueva imagen a los sorteos, con la renovación del escenario, de fácil ensamble, dándole una imagen moderna al desarrollo de los sorteos, el cual se utiliza en todas las ciudades donde se ejecutan los sorteos móviles.



2.3 GESTIÓN ADMINISTRATIVA.

2.3.1 Acceso a la Información Pública (OIR).

De acuerdo a lo establecido a la LAIP, toda persona tiene derecho a acceder a los documentos físicos, digitales o en cualquier otro formato que se implemente o genere dentro de la Institución siempre y cuando no tenga una clasificación de reserva o confidencial.

El objetivo de UAIP/OIR, es garantizar el derecho de acceso de toda persona a la información pública que se administra en esta Institución; asimismo, brindar asistencia para el trámite de denuncias y quejas, a fin de contribuir con la transparencia de la actuación de la Institución.

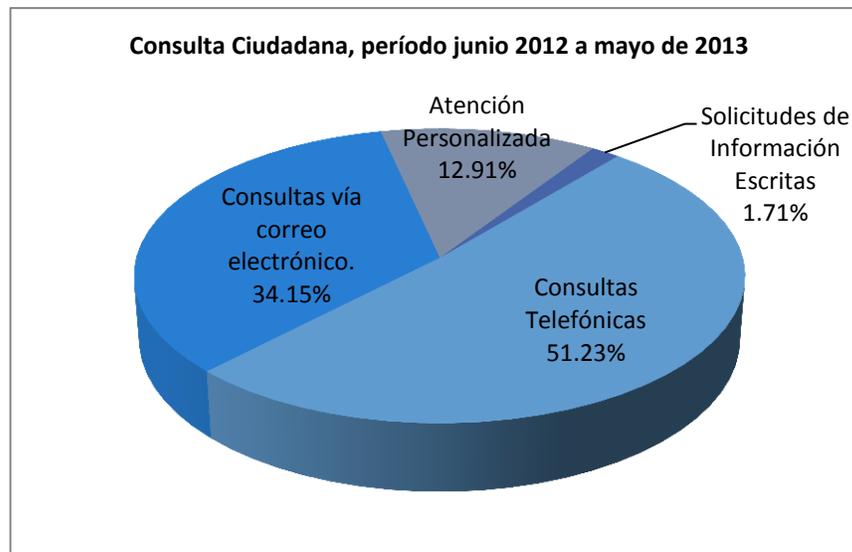
El mecanismo para solicitar la información es a través de una Solicitud de Información de forma presencial o vía correo electrónico, el tiempo máximo que establece la ley para entregar la información solicitada es 10 días hábiles después de recibida la solicitud.

Durante el período de Junio 2012 a mayo 2013 se atendieron un total de 1464 consultas ciudadanas. Véase el cuadro y gráfica siguiente.

Cuadro de Consulta Ciudadana

Consulta Ciudadana	Total Requerimientos	Porcentaje
Consultas Telefónicas	750	51.2%
Consultas vía correo electrónico.	500	34.2%
Atención Personalizada	189	12.9%
Solicitudes de Información Escritas	25	1.7%
Total Consulta Ciudadana	1464	100%

Fuente: Unidad de Acceso a la Información Pública.



- **Sistema de Gestión de Archivos:**

Dando cumplimiento a los artículos 43 y 44 de la LAIP, se realizó Evaluación a los Archivos de Gestión de cada una de las Unidades Administrativas de la LNB, los aspectos verificados son: Digitalización de la Información, Inventario de Información, catalogación y ordenamiento de los documentos.

A continuación se presenta un resumen de los datos de la evaluación de cada una de las Unidades Administrativas de la LNB.

Cuadro de Cumplimiento del Sistema de Gestión de Archivos

Unidad Administrativa	Nivel de Cumplimiento	Total Unidades Administrativas
El 78% de las Unidades Administrativas	90 - 100%	21
El 7% de las Unidades Administrativas	50% - 90%	2
El 15% de las Unidades Administrativas	Menos al 50%	4
Total Unidades Administrativas		27

Fuente: Unidad de Acceso a la Información Pública.

- **Portal de Transparencia Institucional:**

La Lotería Nacional de Beneficencia dando cumplimiento a lo establecido en el Art. 10 de la Ley de Acceso a la Información Pública, desde junio 2012 a mayo 2013, ha actualizado **al sitio Web Institucional el 100%** de la información oficiosa del año 2012 a la fecha, de acuerdo a los estándares establecidos.

2.3.2 Aprendizaje y Desarrollo del Recurso Humanos.

Con la finalidad de desarrollar las competencias del personal, se ejecutaron en el período de junio 2012 a mayo 2013, **72** acciones de formación de las cuales **50** fueron capacitaciones técnicas, **6** capacitaciones técnicas en el área de Informática y **16** de desarrollo personal y valores.

En el periodo informado, se capacitaron a **150** empleados de diferentes unidades organizativas (**94.9%** de los empleados); algunos de estos empleados han participado en más de una capacitación. Se han invertido **5,505** horas hombre en capacitación.

Invirtiéndose un monto de **US\$28,737.19**, en capacitación, de los cuales el **36%** fue ejecutado con fondos propios por un monto de **US\$10,254.50** y el **64%** con financiamiento del INSAFORP por la cantidad de **US\$18,482.69**.

Por otra parte, después de negociaciones con las diferentes empresas de capacitación, se logró obtener descuentos, los cuales equivalen a **US\$23,691.72** en ahorro para la institución.

2.3.3 Acciones en el Marco de La Ley General de Prevención de Riesgos en los Lugares de Trabajo.

En el marco de cumplimiento de la Ley General de Prevención de Riesgos en los Lugares de Trabajo, La Lotería Nacional Beneficencia de El Salvador (LNB) ha realizado actividades orientadas a dar cumplimiento a dicha Ley, con el apoyo del Comité de Seguridad y Salud Ocupacional y la Gerencia de Recursos Humanos.

A continuación se detallan las actividades realizadas en el periodo junio 2012 a mayo 2013:

- **Identificación de los riesgos en oficina central de la LNB:**
Se realizó la ubicación de los riesgos en cada nivel del edificio que pueden ocasionar accidentes a empleados. Identificando el peligro, las causas, ubicación y proporcionar las medidas preventivas para reducir o eliminar el riesgo. Asimismo, se definieron las rutas de evacuación del edificio de oficina central.
- **Formulación del Programa sobre Bienestar Físico, Emocional y Social para los empleados de la LNB.**

El programa cuenta con 3 secciones importantes para la salud, como lo son: el Bienestar Físico, Emocional y Social; para ello se planificaron actividades que conlleven la promoción, prevención y salvaguardar el bienestar de los empleados.

En **Bienestar Físico**, se han realizado las siguientes actividades:

- Conformación de equipos deportivos de futbol y basquetbol para el torneo interinstitucional del Ministerio de Hacienda.
- Se impartieron charlas sobre la prevención del VIH/SIDA a los empleados de la LNB, que fue impartida por la Asociación Atlacatl Vivo Positivo con la participación de 51 empleados.
- Se realizaron jornadas de Salud que comprendió Consulta Médica, Toma de Glucosa, Toma de Índice de Masa Corporal y Densitometría Ósea, donde asistieron 52 empleados, de las cuales 31 son mujeres y 21 hombres.



Para el ***Bienestar Emocional***, se realizaron las siguientes actividades:

- Se impartió charla sobre Acoso Sexual, que fue impartida por la Escuela de Formación para la Igualdad Sustantiva del ISDEMU con la participación de 18 empleados.
- Se organizó la charla sobre la violencia sexual contra las mujeres y violencia intrafamiliar, impartida por la Escuela de Capacitación de la Fiscalía General de la Republica, para el evento asistieron 33 empleados.

Para el ***Bienestar Social***, se han realizado la siguiente actividad:

- En octubre de 2012, se realizó un convivio institucional, donde participaron de manera amena los empleados de la Institución.
- **Conformación de un Sistema de Emergencia de LNB.**
La LNB ha diseñado un sistema para todo tipo de emergencia, que pueda reaccionar de manera oportuna a cualquier eventualidad. El Sistema de Emergencia está conformado con 39 empleados, que voluntariamente realizaran actividades de prevención de incendio, primeros auxilio y evacuación.

Capacitación a Brigadistas:

La LNB comprometida en la formación y prevención de riesgos en lugares de trabajo; realizó capacitación al personal que forma parte de las brigadas de emergencia en el manejo de extintores y la reacción en caso de primeros auxilios. Asimismo, se realizó la señalización de seguridad y de emergencia en todo el edificio de la LNB.



2.3.4 Beneficencia en Acción.

En el período informado, La Lotería Nacional de Beneficencia, ha continuado apoyando de forma directa a diferentes institucionales por medio del programa “**Beneficencia en Acción**”, autorizado en punto III.3.2 del Acta No. 2707 de Sesión de Junta Directiva de fecha 12 de abril de 2012.

Los objetivos del programa Beneficencia en Acción son:

- Posicionar la imagen de la LNB como una institución de Beneficencia a través del Programa BENA.
- Aportar a mejorar la disponibilidad de recursos de instituciones de ayuda humanitaria que trabajan con la tercera edad y niñez en abandono.
- Contribuir al desarrollo de las Organizaciones que velan por la niñez y los ancianos de sectores vulnerables.
- Sensibilizar al personal de la LNB con las necesidades de los sectores vulnerables e impulsar la participación e integración del personal en las acciones de beneficencia directa a realizar.

Alcance del programa:

El lanzamiento del programa “**Beneficencia en Acción**” se realizó el 15 de noviembre de 2012, con la entrega del Donativo de 5,000³ Mosquiteros solicitados por el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social para ser entregados en los Hospitales de la red Nacional, invirtiéndose un monto de **US\$23,500.00** y favoreciendo a más de 5,000 pacientes internos en dichos nosocomios.



³/ Autorizado mediante Punto III.3.2 del Acta 2731, de Sesión de Junta Directiva de fecha 18 de septiembre de 2012.

En el mes de noviembre, se visitaron a 26 instituciones como: Hospital Divina Providencia, Asilos y Hogares de niños y niñas, beneficiándose un total de 1,674 internos. Invirtiéndose un monto parcial en noviembre de **US\$56,879.53**. Vease el cuadro siguiente:

No.	Instituciones	No. de Beneficiados	Monto
	Lanzamiento BENA Ministerio de Salud		\$ 195.00
1	Hogar del Niño San Vicente de Paúl San Jacinto. San Salvador	187	\$ 4,324.28
2	Hogar Infantil San Cristobal	40	\$ 1,392.60
3	Hospital Divina Providencia	80	\$ 2,800.00
4	Hogar de Ancianos Madre Cecilia Bermejo, Santa Ana	38	\$ 2,125.16
5	Asilo Narcisa Castillo, Santa Ana	115	\$ 3,084.42
6	Hogar Santa Ana Pequeños Apostoles de la Redención	70	\$ 2,171.33
7	Asilo San Vicente de Paúl Chalchuapa	115	\$ 2,886.67
8	Hogar de niños Dr. Gustavo Magaña Ahuachapan	41	\$ 1,546.90
9	Asilo San Antonio y Casa de la Divina Misericordia San Miguel	100	\$ 4,220.81
10	Asilo San Vicente de Paúl, Santa Ana	100	\$ 2,603.90
11	Hogar de Ancianos San José, Santa Ana	25	\$ 1,624.18
12	Hogar de niñas Fray Felipe de Jesús, Santa Ana	45	\$ 1,554.34
13	Hogar Infantil Emiliani, Antiguo Cuscatlan, San Salvador	50	\$ 1,513.99
14	Casa San Vicente de Paúl, Santa Tecla	55	\$ 1,941.54
15	Hogar del Niño Alberto Guirola, Santa Tecla, La Libertad	100	\$ 2,538.89
16	Asilo Pedro de Betancour, La Libertad	40	\$ 1,252.91
17	Asilo San Vicente de Paúl Usulután	60	\$ 2,288.29
18	Hogar San Vicente de Paúl, Usulután	28	\$ 2,089.01
19	Asilo San Francisco de Asis, Santiago de Maria Usulután	23	\$ 982.13
20	Casa Hogar San Vicente de Paúl, Sensuntepeque	15	\$ 1,428.20
21	Parroquia Divina Providencia San Salvador	80	\$ 1,467.69
22	Casa Santa Luisa San Salvador	130	\$ 4,299.06
23	Asilo Santa Teresita, Aguilares	14	\$ 1,766.42
24	Asilo Mensajeros de La Paz, Izalco Sonsonate	13	\$ 1,198.24
25	Casa Hogar Inmaculado Corazón de María, Izalco	70	\$ 2,054.88
26	Asociación San Pedro Claver, Armenia	40	\$ 1,528.69
TOTAL		1674	\$ 56,879.53

Fuente: Gerencia Administrativa

En diciembre de 2012, se visitaron a 33 instituciones como: ISNA, Gobernación Departamental de Sonsonate, comunidades de Los Naranjos y San Salvador, Asilos de adultos mayores y Hogares de niños y niñas; beneficiándose un total de 4,322 internos e invirtiéndose un monto de **US\$49,904.36**.



No.	Instituciones	No. de Beneficiarios	Monto
1	Asilo San Vicente de Paúl, Cojutepeque, Cuscatlan	16	\$ 951.62
2	Asilo San José, Ilobaco	13	\$ 1,469.52
3	Asilo San Vicente de Paúl, Ilobasco	16	\$ 1,693.47
4	ISNA territorio en progreso	306	\$ 9,445.46
5	Hogar de Ancianos Nuestra Señora de los Pobres, Zacatecoluca	48	\$ 1,602.96
6	Centro de Bienestar Infantil Santa Teresa La Arena, Santiago Nonualco	70	\$ 1,843.69
7	Hogar Jardin de Amor, Zacatecoluca	20	\$ 1,128.94
8	Hogar Infantil, Zacatecoluca	35	\$ 1,847.85
9	Asilo Llanos Magaña, Ahuachapán	80	\$ 2,263.25
10	Hogar de La Niña San José Ahuachapan	30	\$ 1,366.88
11	Residencia de Ancianos Mensajeros de La Paz, Atiquizaya	25	\$ 1,069.27
12	Casa de Ancianos San Vicente de Paúl San Antonio del Monte Sonsonate	13	\$ 1,258.38
13	Casa de Ancianos San Vicente de Paúl Sonsonate	13	\$ 1,258.38
21	Hogar de niños Con Parálisis Cerebral Callejas HOPAC	113	\$ 2,172.31
22	Hogar de Niños Ana Rodríguez Col. San Francisco.	21	\$ 1,300.74
23	Hogares Crea	44	\$ 1,333.35
24	Hogar "Divina Providencia Hermanas de Nazaret", San Vicente	15	\$ 1,249.64
25	Directiva de Colonia Panamá	100	\$ 29.32
26	Delegación Departamental ISNA Usulután	326	\$ 652.00
27	Destacamento Militar N°7 Ahuachapán	460	\$ 1,002.76
28	Mercado Zacamil	300	\$ 936.00
29	Gobernación Política Departamental Sonsonate	500	\$ 1,000.00
30	Lotificación Santa Elena Los Naranjos, Santa Ana	72	\$ 255.30
31	Asociación Comunal Asunción, San Salvador	300	\$ 675.90
32	Comunidad San Luis #3, San Salvador	193	\$ 403.10
33	ISNA Santiago Texacuango	869	\$ 1,862.65
Total		4322	\$ 49,904.36

Fuente: Gerencia Administrativa.

Durante el período informado, se atendieron un total de **59** Hogares de niños y niñas, Asilos de adultos mayores, Hospitales e Instituciones públicas y privadas, invirtiéndose un monto total de **US\$106,783.89** a través del programa y beneficiando a más de **5,996** internos. El monto total invertido en beneficencia directa el período que se informa, ascendió a **US\$130, 283.89**.

Cuadro resumen de Fondos Autorizados e Invertidos en el Programa de Beneficencia en Acción y donativos en el 2012.

Descripción	Fondos Autorizados	Fondos Utilizados	Remanente
Beneficencia en Acción	\$ 140.000.00	\$106,783.89	\$33,216.11
Donativo de 5,000 mosquiteros al Ministerio Salud Pública y Asistencia Social	\$35,000.00	\$23,500.00	\$11,500.00
Total	\$175,000.00	\$130,283.89	\$44,716.11

Fuente: Gerencia Administrativa.

Estas acciones llevaron consigo el involucramiento del personal de la LNB; para ampliar aún más el propósito de las visitas; generando una identificación del personal con el Programa BENA y la Institución; logrando el fortalecimiento y extensión de los valores humanos hacia las instituciones de ayuda humanitaria.



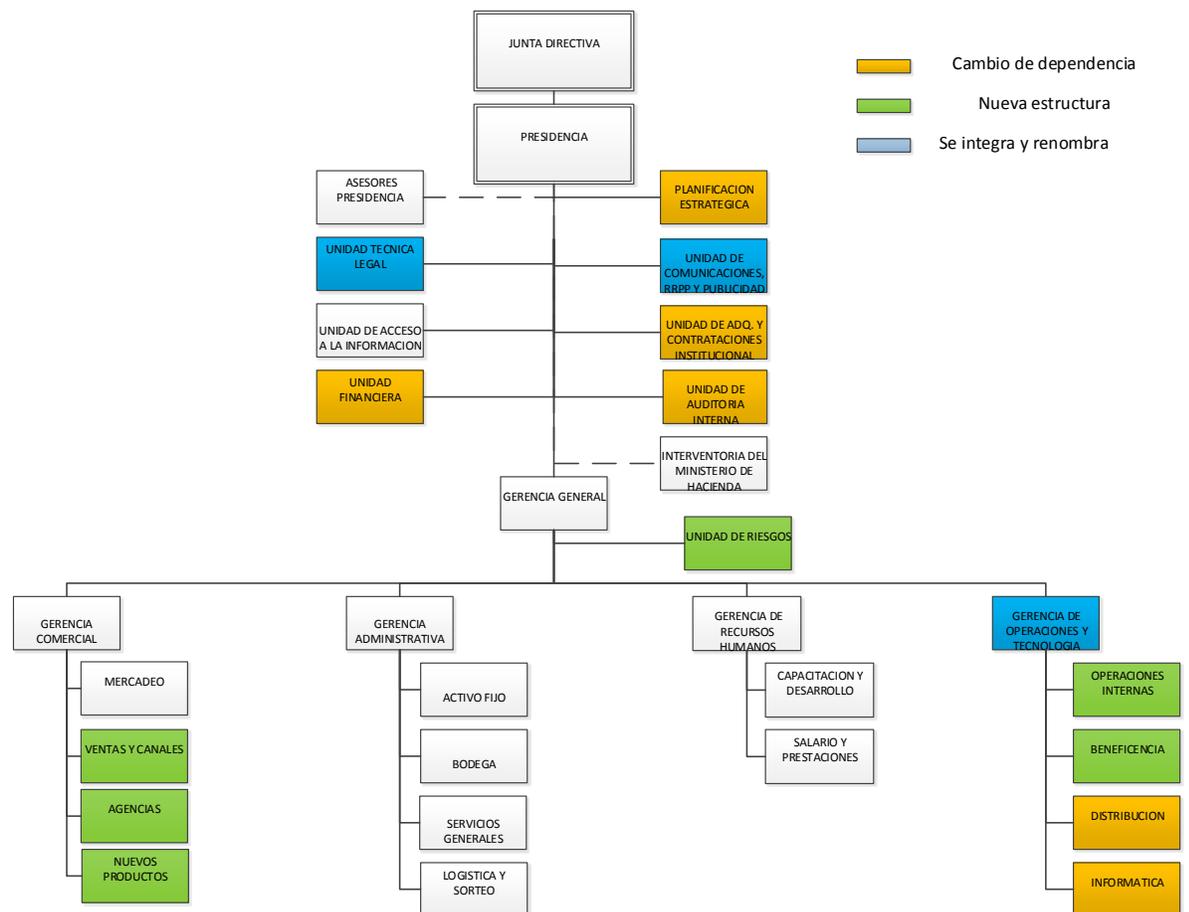
En las visitas realizadas se entregó: Refrigeradoras, lavadoras, cunas, sillas de ruedas, sabanas, colchonetas, pampers, escobas, juguetes, piñatas y artículos de primera necesidad como: arroz, frijoles, azúcar, pastas, harina para atol, avena, salsa de tomate, café, jugos, papel higiénico, pasta de dientes, detergente, Jabón de tocador, entre otros.



3. INFORME DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS EN EL MARCO DE LA MODERNIZACIÓN DEL ESTADO, PERIODO JUNIO 2012 A MAYO 2013.

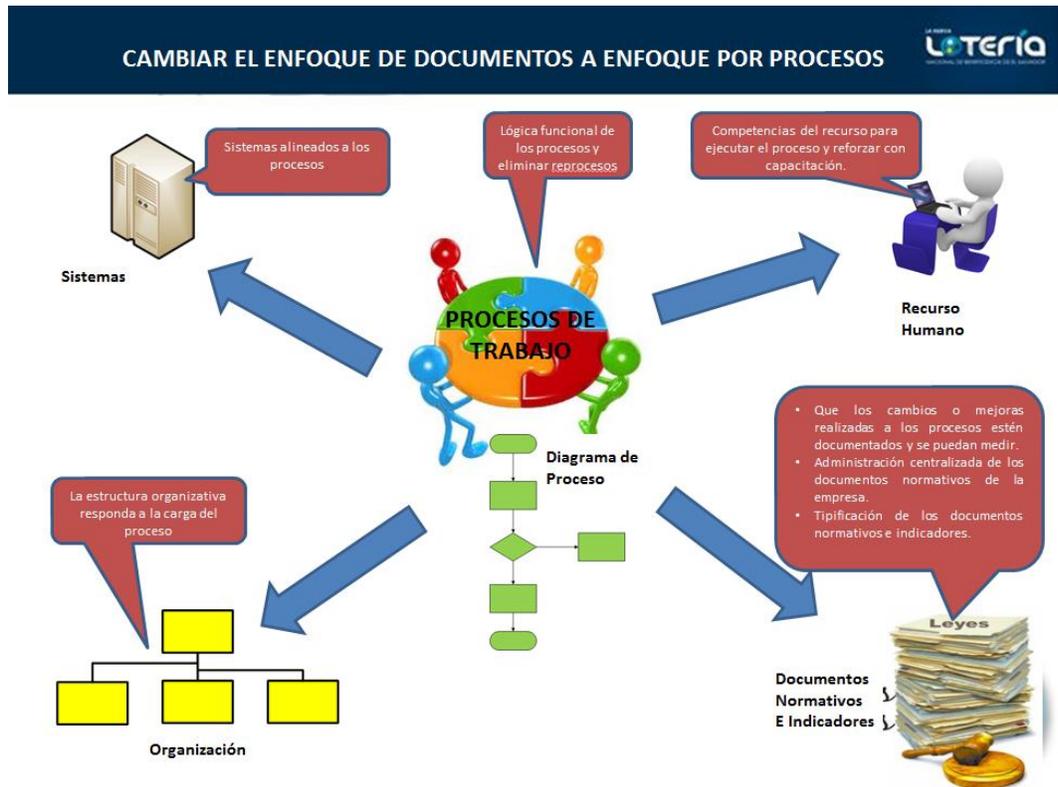
3.1 ACTUALIZACION DE LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.

Se realizaron cambios a la estructura organizativa para que responda a la naturaleza de la Lotería Nacional de Beneficencia. Creando/renombrando departamento y Gerencias operativas, que respalden las operaciones de la Institución para eliminar la carga operativa actual de la Gerencia Comercial y centrar los esfuerzos en la venta de los productos.



3.2 SISTEMA NORMATIVO CON ENFOQUE DE PROCESOS, BASADO EN LA METODOLOGIA INTERNACIONAL ISO 9001:2008.

A partir del primer trimestre del presente año, se ha iniciado a implementar un sistema normativo con enfoque de procesos, basado en la Metodología Internacional ISO 9001:2008; el cual se denominará: “Sistema Normativo Institucional” (SNI). Con la finalidad de normar las actividades a procesos y reordenar el quehacer institucional orientados a la eficiencia, eficacia y mejora continua de las operaciones de la LNB.



3.3 REFORMAS A LA LEY ORGÁNICA Y SU REGLAMENTO.

En el mes de octubre de 2012, se realizaron las reformas a la Ley Orgánica de la LNB y su Reglamento, y se entregó a miembros de Junta Directiva para revisión por parte de los Ministerios de Hacienda, Gobernación y Salud Pública y Asistencia Social que conforman la Junta Directiva de la LNB.

En el mes de mayo del presenta año, Junta Directiva autorizó el proyecto de reforma de Ley Orgánica de la LNB y su Reglamento y se remitió al Ministerio de Hacienda para su aprobación, posteriormente ser presentada a la Asamblea Legislativa.

Los principales objetivos que se pretenden lograr con las reformas son:

- Modernizar la Lotería Nacional Beneficencia,
- Innovación de juegos de azar tradicional y electrónico,
- Nuevos canales y formar de comercializar los productos,
- Generar utilidades para contribuir al bienestar social de los más necesitados en forma directa.
- Reafirmar la LNB como un monopolio del Estado

3.4 MODERNIZACIÓN DE LA INTRANET INSTITUCIONAL.

En el mes de noviembre 2012, se lanzó la nueva intranet, con el objetivo de poder brindar mejores facilidades que el sitio anterior. En este nuevo sitio, los usuarios de la institución pueden encontrar una biblioteca virtual, noticias con contenido multimedia, formularios institucionales, entre otros.



La intranet es un recurso indispensable, dada la gran cantidad de información que genera la organización. La intranet resolverá el manejo y distribución de información, la comunicación interna, economía de los recursos de la institución, la gestión de recursos humanos, entre otros.

3.5 ADQUISICIÓN DE EQUIPOS INFORMATICOS.

Se gestionó la adquisición de equipo informático nuevo para renovar equipos obsoletos y con la finalidad de prestar un mejor servicio a los usuarios que lo demanden. A continuación el detalle de los equipos adquiridos:

- 15 computadoras de escritorio
- 3 computadoras portátiles
- 2 proyectores
- 42 UPS
- 10 unidades de CD/DVD
- 2 impresores láser
- 3 impresores matriciales
- 12 monitores LCD

- 3 Teclados USB
- 3 Teclados PS2
- 10 Mouse USB
- 8 Kits de actualización de computadoras de escritorio.

3.6 PLAN ESTRATEGICO.

En el primer trimestre del 2013 se replantearon los objetivos estratégicos de primer nivel, de la perspectiva de “procesos internos” orientando un objetivo estratégico institucional como es la modernización institucional, en el cual se centrarán los proyectos y acciones orientadas a modernización; con la finalidad de mejorar el rumbo de la LNB y la coordinación; dentro de los principales proyectos que engloba este objetivo como es las gestiones de aprobación de la Ley orgánica y su reglamento con la finalidad de hacer de la institución más competitiva y dinámica en los juegos de azar y el proyecto de Sistema Integrado Administrativo Financiero (SIAF), el cual es una buena alternativa para la sistematización del área administrativa y financiera de la LNB.

3.7 NUEVOS DISEÑOS A PRODUCTOS DE LOTERIA.

3.7.1 Lotería Instantánea.

En el periodo de junio 2012 a mayo 2013, se innovaron 4 juegos de Lotería Instantánea en diseño, presentación, nueva estructura de premios, precios más bajos para el consumidor; con el objetivo de incrementar los niveles de ventas, obtener utilidades y satisfacer los gustos y preferencias de nuestros clientes. Los productos innovados fueron:

Juego No.108 “7 Regalón”:

- Precio de \$0.50 por boleto y \$ 50.00 la libreta.
- Premio mayor de \$1,000.00
- Emisión de 20,000 libretas por juego.
- Mecánica del juego es “Si encuentras tres veces siete ganas el premio indicado”.
- Cantidad de premios: 720,065.
- Monto total en premios US\$560,000.00



Juego No.109 “Zodiaco de la Suerte”:

- Precio de \$0.50 por boleto y \$50.00 la libreta.
- Premio mayor de \$1,000.00
- Emisión de 20,000 libretas por juego.
- Mecánica para el juego es “Si un signo se repite tres veces ganas el premio indicado”.
- Cantidad de premios: 720,065.
- Monto total en premios US\$560,000.00



Juego No.110 “El Mago de la Suerte”: (No ha sido lanzado al mercado)

- Precio de \$0.50 por boleto y \$50.00 la libreta.
- Premio mayor de \$1,000.00
- Emisión de 20,000 libretas por juego.
- Mecánica para el juego es “Si una cantidad se repite tres veces ganas el premio indicado”.
- Cantidad de premios: 720,065.
- Monto total en premios US\$560,000.00



Juego No.111 “Cofre Millonario”: (No ha sido lanzado al mercado)

- Precio de \$0.50 por boleto y \$50.00 la libreta.
- Premio mayor de \$1,000.00
- Emisión de 20,000 libretas por juego.
- Mecánica para el juego es “Si una figura se repite tres veces ganas el premio indicado”.
- Cantidad de premios:



720,065.

- Monto total en premios US\$560,000.00

3.7.2 Lotería Tradicional.

El período informado, se innovo los Productos de Lotería Tradicional en cuanto a diseño y presentación, cambiándose de papel Seguridad a Papel Couche Mate. Con el objetivo que los billetes tengan más seguridad y presentación para el consumidor. Las mejoras implementadas son:



- Innovación en diseños acorde a actividades y festividades como, fiestas patronales, día de la mujer, Semana Santa, día mundial del agua, día mundial de la tierra, etc.
- Mejoras en las medidas de seguridad con el objetivo de evitar la falsificación de los mismos.

A continuación ilustran las estructuras de premios autorizadas de los productos de lotería tradicional:

SORTEO " LA MILLONARIA "					
Precio del Billete	\$25.00	Emisión	50,000		
Precio del Vigésimo	\$1.25	Numerada del	00000	AL \$	49,999
PREMIOS DE URNA (EN US\$)					
1	de	\$ 150,000.00	\$	150,000.00
1	de	\$ 20,000.00	\$	20,000.00
1	de	\$ 10,000.00	\$	10,000.00
1	de	\$ 3,000.00	\$	3,000.00
1	de	\$ 2,000.00	\$	2,000.00
1	de	\$ 1,000.00	\$	1,000.00
6	de	\$ 500.00	\$	3,000.00
20	de	\$ 200.00	\$	4,000.00
100	de	\$ 100.00	\$	10,000.00
390	de	\$ 50.00	\$	19,500.00
522		Premios	\$	222,500.00
APROXIMACIONES ANTERIORES Y POSTERIORES					
4	de	200.00	Para el primer premio	\$	800.00
4	de	150.00	Para el segundo premio	\$	600.00
4	de	125.00	Para el tercer premio	\$	500.00
12		Premios	\$	1,900.00
PREMIOS DERIVADOS PARA LAS PRIMERAS 4 CIFRAS					
9	de	120.00	Para el primer premio	\$	1,080.00
9	de	95.00	Para el segundo premio	\$	855.00
9	de	90.00	Para el tercer premio	\$	810.00
27		Premios	\$	2,745.00
PREMIOS DERIVADOS PARA LAS PRIMERAS 3 CIFRAS					
90	de	90.00	Para el primer premio	\$	8,100.00
90	de	70.00	Para el segundo premio	\$	6,300.00
90	de	60.00	Para el tercer premio	\$	5,400.00
270		Premios	\$	19,800.00
PREMIOS POR TERMINACIONES DE 4 CIFRAS					
4	de	100.00	Para el primer premio	\$	400.00
4	de	90.00	Para el segundo premio	\$	360.00
4	de	90.00	Para el tercer premio	\$	360.00
12		Premios	\$	1,120.00
PREMIOS POR TERMINACIONES DE 3 CIFRAS					
45	de	80.00	Para el primer premio	\$	3,600.00
45	de	70.00	Para el segundo premio	\$	3,150.00
45	de	70.00	Para el tercer premio	\$	3,150.00
135		Premios	\$	9,900.00
PREMIOS POR TERMINACIONES DE 2 CIFRAS					
450	de	40.00	Para el primer premio	\$	18,000.00
450	de	30.00	Para el segundo premio	\$	13,500.00
450	de	30.00	Para el tercer premio	\$	13,500.00
1,350		Premios	\$	45,000.00
PREMIOS POR TERMINACIONES DE 1 CIFRA					
4,500	de	35.00	Para el primer premio	\$	157,500.00
4,500	de	25.00	Para el segundo premio	\$	112,500.00
4,500	de	25.00	Para el tercer premio	\$	112,500.00
13,500		Premios	\$	382,500.00
Un total	de	15,828	Premios con valor de	\$	685,465.00
			Monto asignado a Promociones	\$	4,000.00
			TOTAL DE PREMIOS (\$)	\$	689,465.00

Fuente: Gerencia Comercial.

SORTEO EXTRAORDINARIO					
Precio del Billete	\$40.00	Emisión	50,000		
Precio del Vigésimo	\$2.00	Numerada del	00000	AL \$	49,999
PREMIOS DE URNA (EN US\$)					
1	de	\$ 200,000.00	\$	200,000.00
1	de	\$ 40,000.00	\$	40,000.00
1	de	\$ 20,000.00	\$	20,000.00
1	de	\$ 3,000.00	\$	3,000.00
1	de	\$ 2,000.00	\$	2,000.00
2	de	\$ 1,000.00	\$	2,000.00
4	de	\$ 500.00	\$	2,000.00
20	de	\$ 200.00	\$	4,000.00
250	de	\$ 100.00	\$	25,000.00
250	de	\$ 80.00	\$	20,000.00
531		Premios	\$	318,000.00
APROXIMACIONES ANTERIORES Y POSTERIORES					
4	de	300.00	Para el primer premio	\$	1,200.00
4	de	200.00	Para el segundo premio	\$	800.00
4	de	175.00	Para el tercer premio	\$	700.00
12		Premios	\$	2,700.00
PREMIOS DERIVADOS PARA LAS PRIMERAS 4 CIFRAS					
9	de	200.00	Para el primer premio	\$	1,800.00
9	de	180.00	Para el segundo premio	\$	1,620.00
9	de	160.00	Para el tercer premio	\$	1,440.00
27		Premios	\$	4,860.00
PREMIOS DERIVADOS PARA LAS PRIMERAS 3 CIFRAS					
90	de	100.00	Para el primer premio	\$	9,000.00
90	de	80.00	Para el segundo premio	\$	7,200.00
90	de	60.00	Para el tercer premio	\$	5,400.00
270		Premios	\$	21,600.00
PREMIOS POR TERMINACIONES DE 4 CIFRAS					
4	de	200.00	Para el primer premio	\$	800.00
4	de	150.00	Para el segundo premio	\$	600.00
4	de	125.00	Para el tercer premio	\$	500.00
12		Premios	\$	1,900.00
PREMIOS POR TERMINACIONES DE 3 CIFRAS					
45	de	100.00	Para el primer premio	\$	4,500.00
45	de	90.00	Para el segundo premio	\$	4,050.00
45	de	80.00	Para el tercer premio	\$	3,600.00
135		Premios	\$	12,150.00
PREMIOS POR TERMINACIONES DE 2 CIFRAS					
450	de	70.00	Para el primer premio	\$	31,500.00
450	de	65.00	Para el segundo premio	\$	29,250.00
450	de	60.00	Para el tercer premio	\$	27,000.00
1,350		Premios	\$	87,750.00
PREMIOS POR TERMINACIONES DE 1 CIFRA					
4,500	de	60.00	Para el primer premio	\$	270,000.00
4,500	de	40.00	Para el segundo premio	\$	180,000.00
4,500	de	40.00	Para el tercer premio	\$	180,000.00
13,500		Premios	\$	630,000.00
Un total	de	15,837	Premios con valor de	\$	1,078,960.00
			Monto asignado a Promociones	\$	4,000.00
			TOTAL DE PREMIOS (\$)	\$	1,082,960.00

Fuente: Gerencia Comercial