

# LOTERÍA NACIONAL DE BENEFICENCIA

## MEMORIA DE LABORES JUNIO 2018 A MAYO 2019

MAYO 2019

## INDICE

CONTENIDO	PAGINA
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b>	1
<b>1. PLAN OPERATIVO, PERÍODO DE JUNIO 2018 A MAYO 2019</b> .....	3
1.1 PENSAMIENTO ESTRATÉGICO.....	3
1.2 OBJETIVOS.....	3
1.3 POLÍTICAS INSTITUCIONALES.....	4
1.4 CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS E INDICADORES JULIO A DICIEMBRE DE 2018.....	5
1.5 CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS E INDICADORES, PERÍODO DE ENERO A ABRIL 2019. .....	7
<b>2. GESTIÓN INSTITUCIONAL Y FINANCIERA, PERÍODO DE JUNIO 2018 A MAYO 2019</b> .....	9
<b>2.1 GESTIÓN COMERCIAL</b> .....	9
2.1.1 Venta de Productos de Lotería.....	9
2.1.2 Reclutamiento de Fuerza de Venta.....	10
2.1.3 Apertura de nuevos canales de ventas, grandes clientes.....	11
2.1.4 Apertura de Puntos de Venta.....	11
2.1.5 Clases de sorteos realizados.....	12
2.1.6 Mejoras a Productos de Lotería.....	13
2.1.7 Promociones.....	16
2.1.8 Activación de marca y otros eventos comerciales.....	22
2.1.9 Campañas publicitarias.....	22
<b>2.2 GESTIÓN ADMINISTRATIVA</b> .....	25
2.2.1 Acceso a la Información Pública (UAIP).....	25
2.2.2 Implementación del Sistema Institucional de Gestión Documental y Archivo-SIGDA.....	26
2.2.3 Mecanismos y Espacios de Participación Ciudadana.....	26
2.2.4 Aprendizaje y Desarrollo del Recurso Humano.....	29
<b>2.3 GESTIÓN FINANCIERA</b> .....	34
2.3.1 Asignación y Ejecución de Recursos Presupuestarios, período de junio 2018 a mayo 2019.....	34

---

2.3.2	Resultados Financieros de la Comercialización de Productos de Lotería.....	35
2.3.3	Retención de Renta a Ganadores de Premios Mayores. ....	36
2.3.4	Retención de IVA a Proveedores. ....	36
2.3.5	Generación de fuentes de ingreso por medio de la comercialización de productos lotería. ....	37
2.3.6	Ganadores de premios mayores. ....	37
<b>3.</b>	<b>PROYECTOS Y ACTIVIDADES DESARROLLADOS EN EL MARCO DE LA MODERNIZACIÓN DEL ESTADO, PERÍODO JUNIO 2018 A MAYO 2019. ....</b>	<b>40</b>
<b>3.1</b>	<b>EN MODERNIZACIÓN INFORMÁTICA. ....</b>	<b>40</b>

## RESUMEN EJECUTIVO.

La Lotería Nacional de Beneficencia de El Salvador, fundada el 5 de julio de 1870; a las puertas de cumplir sus 149 años de existencia, y desde su creación, ha cumplido con los sueños de miles y miles de salvadoreñas y salvadoreños por medio del pago de premios a los ganadores; así como también, ha generando empleados indirectos a través de la comercialización de productos de lotería. Es por ello, que la institución está comprometida en cumplir responsablemente sus atribuciones, mediante la aplicación de normativas y estrategias para el fortalecimiento de la credibilidad y transparencia de los sorteos, juegos, operaciones comerciales, administrativas y financieras; con el fin de lograr mejores resultados orientados a la estabilidad y crecimiento institucional, que permita generar utilidades, que contribuyan con el Estado en el desarrollo social del país; particularmente, en lo que se refiere a servicios de salud pública y asistencia social.

Durante el período de junio 2018 a mayo 2019, los principales retos se orientaron a mejorar e innovar los productos de lotería existentes e iniciar con un proceso de transformación de la institución para volverla sostenible en el tiempo.

Las principales acciones realizadas durante el período que se informa, son las siguientes:

### Gestión Comercial:

- **Ventas de productos de Lotería:**

En el período de junio 2018 a mayo 2019, se vendieron un total de 1,204,980 billetes de lotería, que representa el 51.49% de una emisión total de 2,340,000 billetes.

- En LOTÍN, se comercializaron un total de 76,409 libretas. **Reclutamiento de nueva fuerza de venta:**

De junio 2018 a mayo 2019, se reclutaron un total de **89** nuevos agentes vendedores.

- **Apertura de Puntos de Venta:**

Se inauguraron 10 nuevos puntos de ventas fijos.

A la fecha se tienen un total de **66** kioscos activos, y **256** puntos de venta a través de otros canales (grandes clientes) con venta exclusiva del producto LOTÍN.

- **Promociones:**

Se realizaron 10 promociones: “Tercer Chance de ganar”, “Ahora ganas más”, “Rompiamos el molde para que ganes más”, “Lotería Premia a las Mamás agentes vendedoras”,

**Promociones en redes sociales:** “Dinámica, encuentra los tres 8’s”, “Consigue 8 likes”, “Con quién compartirías tu primer premio”, “Inicia tus vacaciones con Pisto”, “¿Con quién te irías de vacaciones?” y “Gana una cena para mamá”.

- **Campañas publicitarias:**

De junio 2018 a mayo de 2019, se efectuaron **7** campañas publicitarias:

- Campaña institucional, “CUMPLE SUEÑOS” y “JUEGALA TÚ TAMBIÉN”.
- Campaña publicitaria de LOTRA: “SIENTE EL PODER DE GANAR”, “PEGALE AL GORDO NAVIDEÑO”, “ROMPIMOS EL MOLDE PARA QUE GANES MÁS”

- Campaña publicitaria de LOTÍN: “LOTIBINGO “EL JUEGO CON MÁS CHANCES DE GANAR””,
- Campaña “SORTEOS”
- **Transparencia y Credibilidad de los Sorteos:**

Se realizaron un total de 48 sorteos, de los cuales 36 fueron sorteos móviles efectuados en centros comerciales, plazas públicas, instituciones públicas y privadas y 12 sorteos se efectuaron en las instalaciones de la LNB.

#### **Gestión Administrativa:**

- **Acceso a la Información Pública:**

De junio 2018 a marzo 2019, se recibieron 19 solicitudes de acceso a la información a través del sistema de gestión de solicitudes de información, las cuales contienen un total de 118 requerimientos de información.
- **Aprendizaje y Desarrollo del Recurso Humano:**

Se capacitaron a **109** empleados, de los cuales **57** son mujeres y **52** fueron hombres. Durante el período mencionado, se recibió de INSAFORP financiamiento para capacitación por un valor de **\$7,212.80** que representa el 46% y con fondos propios se financiaron **\$8,590.00** equivalente al 54%, haciendo un total de **\$15,802.80** de inversión en capacitación; asimismo, posterior a negociaciones con las diferentes empresas de capacitación, se logró obtener un ahorro de **\$6,352.20**.

#### **Gestión Financiera:**

- Los ingresos totales por la comercialización de productos de lotería, ascendieron a **US\$37,016,250.00**.
- El Pago de premios alcanzó la cantidad de **US\$23,471,414.00**, lo que representa el **63.41%** de los ingresos obtenidos en el período que se informa.
- Los descuentos otorgados a vendedores ascienden a **US\$7,351,793.00**, beneficiándose a miles de familias salvadoreñas de agentes vendedores y revendedores; contribuyendo así, con la generación de empleos indirectos a nivel nacional.
- De junio 2018 a mayo 2019, se retuvo en concepto de impuesto sobre la renta a los ganadores de premios mayores de LOTRA y LOTÍN un monto **US\$927,903.89**. Los fondos son transferidos al Ministerio de Hacienda.
- En el período que se informa, se pagó en premios mayores, un monto de **US\$7,259,766.50**, resultando un total de **776** ganadores de premios mayores de LOTRA Y LOTÍN.

# 1. PLAN OPERATIVO, PERÍODO DE JUNIO 2018 A MAYO 2019.

## 1.1 PENSAMIENTO ESTRATÉGICO.

### VISIÓN:

“Ser una institución competitiva, rentable e innovadora en juegos de azar”.

### MISIÓN:

“Contribuir con el Estado al desarrollo social, mediante la comercialización de productos innovadores de juegos de azar, para hacer realidad los sueños de nuestros clientes”.

### VALORES:

- **Transparencia:**  
Actuar siempre con honestidad y probidad, evidenciándolo al interior de la institución y ante nuestros clientes, agentes vendedores, proveedores y comunidad.
- **Credibilidad:**  
En la LNB desarrollamos nuestras labores con profesionalismo en el trato con nuestros clientes, nuestra relación con la sociedad y con cada uno de nuestros empleados.
- **Compromiso:**  
Servimos con lealtad con nuestro trabajo y con el desarrollo continuo de la Institución para contribuir como parte al desarrollo social.
- **Innovación:**  
Investigar continuamente nuevas modalidades de juego para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

## 1.2 OBJETIVOS.

Objetivos estratégicos de acuerdo al Plan Estratégico 2017-2019:

- a) Incrementar las utilidades de operación de forma sostenible.
- b) Administrar de forma eficiente los recursos.
- c) Incrementar el aporte y la cobertura a la contribución social al Estado.
- d) Acercar los productos de la lotería al consumidor final.
- e) Motivar a los vendedores y consumidor final a la compra de los productos de Lotería y desarrollar cultura de juego.
- f) Posicionar en la opinión pública una imagen de credibilidad y confianza.

- g) Gestionar las reformas del marco regulatorio de la LNB.
- h) Mejorar los procesos para aumentar los resultados de la LNB.
- i) Incrementar los niveles de ventas de productos de Lotería.
- j) Desarrollo continuo e innovación de juegos de azar.
- k) Expandir la cobertura de los Productos de Lotería a nivel Nacional.
- l) Fidelizar nuestros vendedores, canales, puntos de venta y consumidores finales.
- m) Fortalecer la imagen institucional y comercial.
- n) Modernizar los sistemas informáticos de la LNB.
- o) Desarrollar acciones en el marco de la política de participación ciudadana para transparentar la gestión pública de la LNB.
- p) Potenciar el talento humano a través de la formación continua e inclusiva.
- q) Promover la Práctica de Valores, clima laboral y una actitud de compromiso del personal con la institución.
- r) Generar una cultura y conocimiento en la industria del juego.

### **1.3 POLÍTICAS INSTITUCIONALES.**

- a) 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.
- b) Fortalecer la gestión comercial a través del mejoramiento de la red de distribución y la ampliación de la cobertura de mercado obteniendo la participación de nuevos agentes vendedores, y de esta forma generar empleos sustentables que contribuyan a la reducción en los niveles de pobreza del país.
- c) Fortalecer la estructura de la institución en sus procesos, organización y su marco regulatorio, que permita lograr en el mediano plazo mejores resultados, eficiencia y eficacia en cada una de sus partes.
- d) Desarrollar programas de divulgación y capacitación sobre la Institución y sus diferentes productos, dirigidos a los agentes vendedores y al público en general, a fin de concientizarlos sobre los beneficios y utilidades que se obtienen a través de la comercialización y participación en el juego.
- e) Fortalecer tecnológicamente a la institución para prepararla a incursionar en juegos modernos e innovadores que estén en armonía con los juegos de lotería actuales de la industria del juego a nivel internacional.
- f) Fortalecer el área de Beneficencia en su organización y capacidad de gestión, con el objeto de ampliar progresivamente nuestra cobertura de apoyo a diferentes niveles, para proveer de ayuda a los sectores de asistencia social.

## 1.4 CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS E INDICADORES JULIO A DICIEMBRE DE 2018.

RESULTADOS DEL PERÍODO DE JULIO A DICIEMBRE DE 2018				
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	INDICADOR	PROGRAMADO	EJECUTADO	% DE LOGROS RESPECTO AL PERÍODO DE LABORES
Elaborar y presentar Informes Financieros.	Utilidades generadas por venta de productos (LOTRA - LOTIN).	\$ 625,937.00	\$ (781,618.00)	-125%
Administrar eficientemente los recursos financieros de la LNB, cumpliendo con las normas establecidas.	Rentabilidad sobre la disponibilidad.	\$ 85,000.00	\$ 135,471.00	159%
Realizar estudios y sondeo de mercado.	Número de estudios realizados.	2	1	50%
Ordenar y documentar los procesos/subprocesos de la LNB.	Porcentaje de avance en el ordenamiento y documentación de los procesos.	37%	30.60%	83%
Lograr la meta de venta mensual de productos de Lotería.	70% de venta mensual de billetes de Lotería.	70%	50.17%	72%
	100% de venta mensual de libretas de LOTIN.	100%	90.78%	91%
Realizar promociones para vendedores para incentivar las ventas.	Número de promociones implementadas para vendedores.	2	1	50%
Realizar activaciones de productos en todo el territorio nacional orientadas a incentivar al consumidor final.	Número de activaciones de productos lanzadas.	24	39	100%
Desarrollar propuesta de nuevos juegos de Lotería, bajo la legislación actual.	Número de nuevos juegos de Lotería.	1	1	100%
Mejorar los productos de Lotería existentes.	Mejoras a productos de Lotería Tradicional autorizados.	0	1	100%
	Mejoras a productos Lotería Instantánea autorizados.	0	6	100%
Incrementar la fuerza de ventas.	Número de nuevos canales inaugurados.	4	1	25%
	Número de Nuevos puntos de venta abiertos.	18	10	56%
	Número de nuevos agentes vendedores inscritos.	168	45	27%
Ampliar la cobertura de puntos de venta en todo el país.	Número de nuevas agencias inauguradas en el 2018.	1	2	100%
Fortalecer el sistema de comunicación que contribuya a la promoción de la imagen Institucional.	Porcentaje de avance en la implementación del sistema de comunicación interna y externa.	37.40%	94.60%	253%
Realizar campañas publicitarias que mejoren la imagen institucional.	Número de campañas Publicitarias realizadas.	1	1	100%
Realizar campañas publicitarias para promoción de productos de lotería.	Número de campañas publicitarias de LOTRA lanzadas.	0	2	100%
	Número de campañas publicitarias de Lotin lanzadas.	0	2	100%

Fuente: Departamento de Planificación, Género y Medio Ambiente.

Los datos corresponden al período de julio a diciembre de 2018.

RESULTADOS DEL PERÍODO DE JULIO A DICIEMBRE DE 2018				
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	INDICADOR	PROGRAMADO	EJECUTADO	% DE LOGROS RESPECTO AL PERÍODO DE LABORES
Mantener en operación el sistema comercial de la LNB.	Avance en el reemplazo de equipo de almacenamiento SAN.	45.50%	60.0%	100%
	Efectividad contra intentos de intrusión a los sistemas de la LNB.	100%	100%	100%
	Efectividad contra infecciones a los sistemas de la LNB.	100%	100%	100%
Automatizar algunos procesos de las diferentes áreas.	Avance en la sistematización de procesos de apoyo.	51.00%	42.50%	83.33%
Ejecutar capacitación sobre servicio público.	Número de acciones ejecutadas.	0	1	100%
Implementar espacios y mecanismos de participación a los agentes vendedores de productos de lotería.	Número de reuniones efectuadas.	2	1	50%
Proporcionar la información pública y atención de quejas/avisos.	Tiempo de respuesta a las Solicitudes.	8	9	113%
	Porcentaje de avance en el cumplimiento de estándares en portal de transparencia.	100%	86.50%	86.50%
Efectuar la Rendición de Cuentas de la gestión de la LNB.	Porcentaje de avance en la Rendición de Cuentas.	100%	100%	100%
Divulgar los mecanismos y espacios de participación ciudadana y las formas de acceder a ellos.	Porcentaje de avance en la divulgación de mecanismos de participación ciudadana.	100%	100%	100%
Realizar sorteos itinerantes en lugares públicos para acercarnos a la ciudadanía en general.	Número de ciudadanos asistentes por sorteo.	2000	2184	100%
	100% de funcionamiento del sorteo.	100%	99%	99%
Administrar la Gestión Documental y archivo de la LNB.	Porcentaje de avance en la implementación de la gestión documental y archivo.	70.00%	68.01%	97.16%
	Porcentaje de avance en la implementación del Sistema Institucional de Archivo (SIA).	55.03%	55.01%	100%
Mantener capacitado al personal durante 2018, mediante la ejecución del plan anual de Capacitación continuo e inclusivo.	Número de capacitaciones ejecutadas.	10	11	100%
Desarrollar acciones para dar a conocer los juegos de azar.	Número de acciones realizadas.	1	2	100%

Fuente: Departamento de Planificación, Género y Medio Ambiente.

## 1.5 CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS E INDICADORES, PERÍODO DE ENERO A ABRIL 2019.

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	INDICADOR	PROGRAMADO	EJECUTADO	% DE LOGROS RESPECTO AL PERÍODO DE LABORES
Elaborar y presentar Informes Financieros.	Utilidades generadas por venta de productos (LOTRA - LOTIN)	\$ 618,047.00	\$ 835,660.00	135%
Administrar eficientemente los recursos financieros de la LNB, cumpliendo con las normas establecidas.	Rentabilidad sobre la disponibilidad.	\$ 44,980.00	\$ 60,793.00	135%
Actualizar y documentar los procesos de la LNB.	Porcentaje de avance en la actualización y documentación de los procesos.	35.0%	35.0%	100%
Lograr la meta de venta mensual de productos de Lotería.	70% de venta mensual de billetes de Lotería	70%	57.45%	82%
	100% de venta mensual de libretas de LOTIN	100%	100%	100%
Realizar activaciones de productos en todo el territorio nacional orientadas a incentivar al consumidor final.	Número de activaciones de productos lanzadas.	12	13	108%
Incrementar la fuerza de ventas.	Número de nuevos Canales inaugurados	1	1	100%
	Número de Nuevos puntos de venta abiertos	9	2	22%
	Número de nuevos agentes vendedores inscritos	82	40	49%
Fortalecer el sistema de comunicación que contribuya a la promoción de la imagen Institucional.	Porcentaje de avance en la implementación del sistema de comunicación interna y externa	48.00%	24%	50%
Realizar campañas publicitarias que mejoren la imagen institucional.	Número de campañas publicitarias realizadas.	1	1	100%
Realizar campañas publicitarias para promoción de productos de lotería.	Número de Campañas Publicitarias de LOTRA lanzadas.	1	1	100%
	Número de Campañas Publicitarias de Lotin lanzadas.	1	3	100%

Fuente: Departamento de Planificación, Género y Medio Ambiente.

RESULTADOS DEL PERÍODO DE ENERO A ABRIL DE 2019				
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	INDICADOR	PROGRAMADO	EJECUTADO	% DE LOGROS RESPECTO AL PERÍODO DE LABORES
Mantener en operación el sistema comercial de la LNB	Efectividad contra intentos de intrusión a los sistemas de la LNB.	100%	100.0%	100%
	Efectividad contra infecciones a los sistemas de la LNB.	100%	100%	100%
Fortalecer la seguridad de la información de los sistemas LNB.	Solución de firewall y auditoría de base de datos del sistema comercial y sorteo implementado.	0	1	100%
Implementar espacios y mecanismos de participación a los agentes vendedores de productos de lotería.	Número de reuniones efectuadas.	1	1	100%
Proporcionar la información pública y atención de quejas/avisos.	Tiempo de respuesta a las Solicitudes.	10	11.40	88%
	Porcentaje de avance en el cumplimiento de estándares en portal de transparencia.	100%	100%	100%
Realizar sorteos itinerantes en lugares públicos para acercarnos a la ciudadanía en general.	Número de ciudadanos asistentes por sorteo.	850	784	92%
	100% de funcionamiento del sorteo.	100.00%	98.00%	98%
Implementar la Gestión Documental y archivo de la LNB.	Porcentaje de avance en la implementación de la Gestión Documental y Archivo.	25.00%	19.00%	76%
	Porcentaje de avance en la implementación del Sistema Institucional de Archivo (SIA)	29.16%	22.50%	77%
Fortalecer competencias por áreas funcionales para un mejor desempeño técnico de las áreas.	Número de áreas funcionales a las que se fortaleció las competencias del personal que las conforma.	4	2	50%
Desarrollar acciones para dar a conocer los juegos de azar.	Número de acciones realizadas	0	1	100%

Fuente: Departamento de Planificación, Género y Medio Ambiente.

- El seguimiento y evaluación de planes, se realiza de forma trimestral.

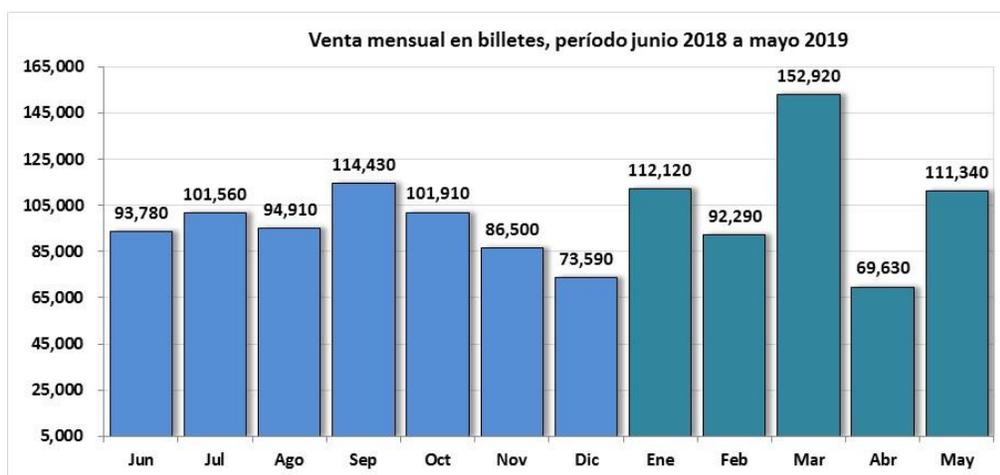
## 2. GESTIÓN INSTITUCIONAL Y FINANCIERA, PERÍODO DE JUNIO 2018 A MAYO 2019.

### 2.1 GESTIÓN COMERCIAL.

#### 2.1.1 Venta de Productos de Lotería.

##### Lotería Tradicional (LOTRA)

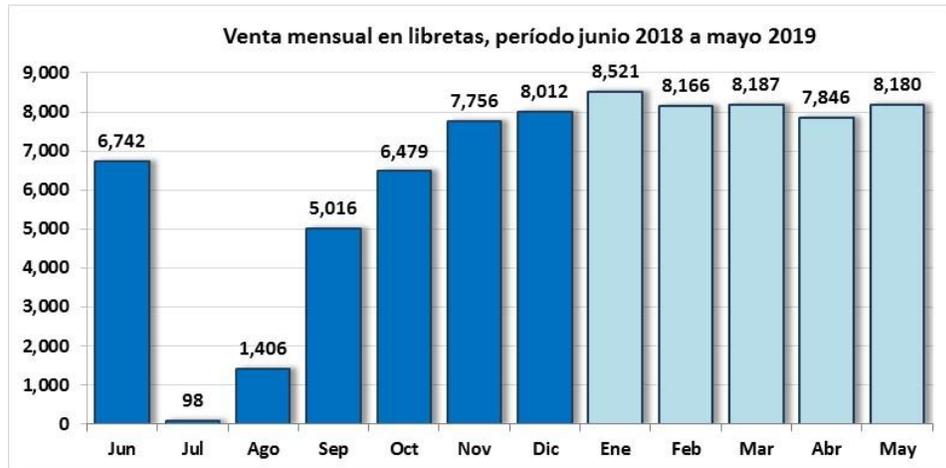
Durante el período de junio 2018 a mayo 2019, se comercializaron un total de 1,204,980 billetes de lotería, que representa el 51.49% de una emisión total de 2,340,000 billetes. En la gráfica se ilustra la venta en billetes mensualmente.



Fuente: Gerencia Comercial  
Datos reales a abril 2019, proyectado mayo de 2019

##### Lotería Instantánea (LOTÍN)

Durante el período en mención, se comercializaron un total de 76,409 libretas de productos de Lotería Instantánea (LOTÍN).



Fuente: Gerencia Comercial  
Datos reales a abril 2019, proyectado mayo de 2019

### 2.1.2 Reclutamiento de Fuerza de Venta.

De junio 2018 a mayo 2019, se reclutaron un total de **89** nuevos agentes vendedores de productos de lotería, a quienes se les capacitó acerca de las características y de las bondades de los productos de lotería.

En la gráfica se muestra la cantidad de vendedores reclutados de junio a diciembre 2018 y de enero a mayo 2019.



Datos reales a abril 2019, proyectado mayo de 2019

### 2.1.3 Apertura de nuevos canales de ventas, grandes clientes.

De junio 2018 a mayo 2019 se inauguraron dos nuevos canales de comercialización, en gasolineras Alba y Tiendas Galo en el Oriente del país, ampliando de esta manera su cobertura de venta a nivel nacional.

Durante el período en mención, La Lotería Nacional de Beneficencia, comercializó productos de LOTÍN a través de las siguientes empresas:

PUNTOS DE VENTA GRANDES CLIENTES			
CLIENTE	Nº DE SUCURSALES	RUBRO	ESTADO
	13	Cobro y envío de remesas	Activo desde 2015 a la fecha
	1	Entretenimiento	Activo desde octubre 2017 a la fecha.
	3	Cadena de Cines	Activo desde noviembre 2017 a la fecha.
	24	Cadena de almacenes de ropa y accesorios	Activo desde junio 2017 a julio 2018. (Actualmente en proceso de reapertura).
	91	Cadena de Farmacias	Activo desde 2014 a la fecha
	58	Cadena de Farmacias	Activo desde diciembre 2017 a la fecha
	45	Cadena de Farmacias	Activo de enero a junio 2018 (actualmente en proceso de reapertura)
	9	Venta de Celulares y accesorios	Activo desde octubre 2017 a julio 2018.
	7	Cadena de gasolineras y tiendas de conveniencia.	Activo desde julio 2018 a la fecha.
	6	Cadena de minisúper	Activo desde enero 2019 a la fecha.
<b>TOTAL</b>	<b>256</b>		

Fuente: Gerencia Comercial

### 2.1.4 Apertura de Puntos de Venta.

Se inauguraron 10 nuevos puntos de venta fijos.

A la fecha se tienen un total de 66 kioscos activos, en los cuales se comercializan ambos productos de Lotería.



Punto de venta	Fecha de inauguración
Centro comercial Plaza Centro	01 de junio de 2018
El rosario, La Paz.	12 de junio de 2018
Metrocentro Santa Ana	14 de junio 2018
Mercado municipal de San Marcos	06 de septiembre de 2018
Oficina departamental del MINED, San Salvador	11 de octubre de 2018
Centro comercial plaza Santa Elena	14 de diciembre de 2018
Centro comercial El Encuentro, San Marcos.	29 de noviembre 2018
Av. la capilla, San Benito.	05 de abril de 2019
Centro comercial Mall, San Gabriel.	02 de marzo de 2019
Oficinas del RPNP	07 de febrero de 2019

Fuente: Gerencia Comercial

Actualmente, La LNB comercializa sus productos de Lotería en 11 agencias de lotería, distribuidas en todo el territorio nacional; **66** kioscos, ubicados en diferentes centros comerciales e instituciones de gobierno, y **256** puntos de venta a través de otros canales (grandes clientes) con venta exclusiva del producto LOTÍN.



Del total de ventas LOTRA del período de junio 2018 a mayo 2019, el 91% es comercializado por agentes vendedores y el 9% por medio de puntos de venta fijos.

En el producto de Lotería Instantánea, el 32% de la venta total de LOTÍN, es comercializado por grandes clientes y kioscos, y el 61% es a través de agentes vendedores.



### 2.1.5 Clases de sorteos realizados.

En el período de junio 2018 a mayo 2019, se efectuaron un total de **48** sorteos, de los cuales se acumuló el primer premio en **19** sorteos realizados, entre los montos de **US\$200,000 y US\$745,000.00**, véase los cuadros siguientes:

- **48** sorteos realizados:

	Cantidad de sorteos	Clase	Precio del Billete	Emisión (Billetes de lotería)	Monto en Premios por sorteo	Monto total en premios por clases de sorteos
Junio a Diciembre 2018	17	Ordinario (Pozo de la Lotería)	\$25	50,000	\$ 742,730.00	\$ 12,626,410.00
	6	Ordinario (MegaLote)	\$25	50,000	\$ 742,730.00	\$ 4,456,380.00
	3	Extraordinario	\$40	40,000	\$ 974,685.00	\$ 2,924,055.00
	1	Especial del Billetero	\$40	40,000	\$ 974,685.00	\$ 974,685.00
	1	Navideño	\$60	50,000	\$ 1,778,520.00	\$ 1,778,520.00
Enero a Mayo 2019	18	Ordinario (MegaLote)	\$25	50,000	\$ 742,730.00	\$ 13,369,140.00
	2	Extraordinario	\$40	40,000	\$ 974,685.00	\$ 1,949,370.00

Fuente: Gerencia Comercial.

- 19 Sorteos acumulados al primer premio:

	Cantidad de sorteos	Clase	Monto acumulado
Junio a Diciembre 2018	2	Pozo de Lotería	\$ 200,000.00
	2	Pozo de Lotería	\$ 205,000.00
	3	Pozo de Lotería	\$ 210,000.00
	1	Pozo de Lotería	\$ 280,000.00
	2	Pozo de Lotería	\$ 350,000.00
	1	Pozo de Lotería	\$ 520,000.00
Enero a Mayo 2019	1	MegaLote	\$ 200,000.00
	1	MegaLote	\$ 205,000.00
	2	MegaLote	\$ 210,000.00
	1	MegaLote	\$ 345,000.00
	1	MegaLote	\$ 362,500.00
	1	MegaLote	\$ 545,000.00
	1	MegaLote	\$ 745,000.00

Fuente: Gerencia Comercial.

## 2.1.6 Mejoras a Productos de Lotería.

### Lotería Tradicional.

#### MEGALOTE:

Se lanzó en el mes de octubre 2018 el nuevo juego de Lotería Tradicional MegaLote, producto mejorado con una segunda oportunidad de ganar, consistente en ingresar 4 vigésimos no premiados del sorteo MegaLote en un sobre con los datos personales o ingresados de manera digital en la [www.lamegalote.com](http://www.lamegalote.com), para participar en el sorteo cada semana y ganarmega premios, tales como: Motocicletas, Lavadora, Refrigeradora, Cocinas, Smart TV 43” y Giftcard de \$50 para restaurantes.

La bolsa de premios total se mantuvo en **US\$742,730.00**, al igual el precio en \$1.25 por vigésimo y \$25.00 dólares el billete.



- **Innovación de sorteo Extraordinario:**

En el mes de marzo 2019, se lanzó al mercado un nuevo juego 2 en 1 en el sorteo Extraordinario N° 182, en el cual se incorpora una promoción raspable en cada vigésimo de la emisión de billetes, la cual tenía 2,500 premios adicionales por un monto de US\$10,000; siendo imponente mencionar que esta promoción, no modificó la estructura vigente de la clase de sorteo con una bolsa de total en premios de US\$974,685.00; manteniendo además el precio de US\$2.00 por vigésimo y US\$40.00 el billete.



Debido a la innovación que se incorporó en el juego de la promoción raspable, el tamaño del vigésimo sufrió un cambio en tamaño en comparación con los vigésimos de los sorteos de MegaLote.

Este lanzamiento es un testing que de ser aceptado el producto se incorpora al resto de sorteos Extraordinarios al calendario de sorteos del año 2019.

- **Innovación de producto LOTÍN.**

**LOTIBINGO:**

Se lanzó al mercado en el mes de noviembre de 2018, el juego de raspable con más chace de ganar LotiBingo con una emisión de 15,000 libretas un premio mayor de **US\$10,000.00**, con una bolsa de premios total de **US\$479,500.00**; cuya innovación es, que además del área de juego y el área de bono; también cuenta con un tercer juego raspable de manera digital con el cual se participa al ingresar a [www.lotibingo.com](http://www.lotibingo.com).



**LOTINAVIDAD:**

En los meses de diciembre 2018 y marzo de 2019 se lanzó al mercado dos juegos de emisiones de 5,000 libretas de Lotín, con una bolsa de premios total de **US\$145,000.00**, teniendo el concepto de juegos ocasionales o de temporada; los juegos fueron “LotiNavidad” (navidad) y “Vacaciones con Pisto” (Semana Santa) con el objetivo de ampliar el portafolio de producto.



**OLLA DE LA SUERTE:**

El 16 de mayo 2019, se lanzó al mercado, un juego con una emisión de 10,000 libretas denominado “Olla de la Suerte”, en el cual se busca ofrecer más opciones para los jugadores de raspables, con una estructura diferente; teniendo un premio mayor de **US\$1,000.00** y una bolsa total en premios de **\$305,000.00** dólares.



### 2.1.7 Promociones.

En el período de junio 2018 a mayo 2019, se efectuaron 10 promociones enfocadas a la promoción LOTIBINGO, sorteos del MeGalote y el nuevo producto del sorteo Extraordinario de la Lotería. Las promociones se orientaron a vendedores(as) y consumidores con el propósito de incentivar la comprar productos de lotería.

**Nombre de la Promoción:** “TERCER CHANCE DE GANAR”

**PRODUCTO:** LOTIBINGO.

**Mecánica de la Promoción:** Consiste en dar una tercera oportunidad de ganar, cuando no se obtuvo premio en las dos zonas de raspar del producto. Los consumidores pueden probar su suerte con los boletos no premiados, ingresando al sitio web [www.lotibingo.com](http://www.lotibingo.com) y ganar consolas de juegos, tablets, smartphones y muchos premios más.

Para esta dinámica se creó una landing page, el cual da la oportunidad de manera digital de volver a raspar y ganar atractivos premios; los cuales son entregados en un programa de televisión POP 12 de target juvenil, en sinergia con el producto, como referencia testimonial de esta promoción a través de los ganadores, semana a semana todos los viernes a las 5:00 pm.

**Vigencia de la Promoción:** hasta que duren las existencias de productos LOTIBINGO I, LOTIBINGO II y premios en existencia.



GANADORES A LA FECHA	
TABLET	8
PLAYSTATION	6
SMARTPHONE	9
CARGADORES	4
BALONES	6
GORRAS	7
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>

**Nombre de la Promoción: “AHORA GANAS MÁS”**

**PRODUCTO: MEGALOTE**

**Mecánica de la Promoción:** Consiste en darle una segunda oportunidad, a las personas que deseaban participar, depositando 4 vigésimos no premiados por medio de sobres, que incluyera su (nombre completo, No. de DUI y teléfonos de contacto), en los buzones ubicados en puntos de venta LNB, centros comerciales, supermercados, agencias regionales de la LNB y canal 12; también, pueden inscribirlos virtualmente a la página [www.lamegalote.com](http://www.lamegalote.com) o en la APP móvil Lotería Nacional de Beneficencia; y de esta forma poder ganar uno de los 9 MEGAPREMIOS como: Motocicletas, Lavadora, Refrigeradora, Cocinas, Smart TV 43”, Giftcard de \$50 para restaurantes, que se sortean semanalmente.

Los sorteos se realizaron en el programa “HOLA EL SALVADOR” a las 9:00 a.m., todos los viernes por Canal 12.

**Vigencia de la Promoción:** Hasta el 09 de mayo de 2019.

PREMIOS	ENTREGADOS
Giftcard	48
TV	18
Cocinas	18
Lavadoras	18
Refrigeradoras	18
Motocicletas	18
<b>Total</b>	<b>138</b>

**Nombre de la promoción: “ROMPIMOS EL MOLDE PARA QUE GANES MÁS”**

**Mecánica:** Raspable incluido, en el sorteo extraordinario N°182, cuenta con una zona de raspar que incluye 2,500 premios más en efectivo, dando como bondad del producto un extra juego y extra oportunidades de ganar, siempre por un mismo precio.



**Vigencia:** Hasta el 24 de abril de 2019.

**Nombre de la promoción: “Lotería Premia a las mamás agentes vendedoras”.**

**Grupo Objetivo:** Madres agentes vendedoras de Lotería de las 11 agencias de LNB.

**Mecánica:** Por compras de una serie del sorteo MegaLote No.139, más una libreta de Lotín (cualquier Lotín vigente) se entregaba un Kit de promocionales (una promoción por agente vendedora; según existencia de kit en cada agencia), Los kits están compuestos con 5 promocionales: un útil bolso, una camiseta, una gorra, un bolígrafo y un llavero.



**Vigencia:** Del 8 al 10 de mayo de 2019.

**DINÁMICAS EN REDES SOCIALES.**

Se llevaron a cabo dinámicas en Facebook e Instagram, a fin de atraer a nuevos seguidores, principalmente para que las personas que siguen a la LNB través de redes sociales, puedan participar y ganar premios atractivos y productos de lotería. Lo anterior con el fin de realizar un engagement que busca construir relaciones sólidas, fuertes, recíprocas, permanentes y duraderas con el público y seguidores en las redes sociales; asimismo, con la finalidad de mantener y fidelizar clientes, hacia los productos de Lotería y con la marca de Lotería Nacional.

**23 de agosto del 2018.**

Nombre de la promoción: Dinámica, encuentra los tres 8's

Mecánica: Comentar bajo el post una captura indicando donde se encuentran los “tres 8’s”.

Premio: 25 lotines de “Los tres 8’s” (dos ganadores)

Vigencia: Del 23 al 27 de agosto de 2018.



**24 de agosto de 2018.**

Nombre de la promoción: Instagram “Consigue 8 likes”

Mecánica: Los usuarios deben de seguir nuestra página, comentar “que haría con \$5,000” y si su comentario llegaba a los 8 likes, participaba para ser uno de los ganadores.

Premios: 25 lotines de “Los tres 8’s” (dos ganadores)

Vigencia: Del 24 al 28 de agosto de 2018.



**14 de febrero de 2019.**

Nombre de la promoción: ¿Con quién compartirías tu primer premio?

Mecánica: Los usuarios debían seguir la Fanpage de la LNB, y subir bajo el post de la publicación, una foto con un vigésimo del MegaLote y la persona con quien compartiría el premio.

Premio: Una gift card de \$50.00 para Restaurantes La Pampa.

Vigencia: Del 14 al 18 de febrero de 2019.



**28 de marzo de 2019.**

Nombre de la promoción: “Inicia tus vacaciones con Pisto” (Facebook e Instagram)

Mecánica: Los usuarios debían seguir la página web de la LNB y subir bajo el post de la publicación, una foto de un Lotín de “Vacaciones con Pisto” y comentar que les gustaría hacer en vacaciones usando los hashtag #VacacionesConPisto #Lotín

Premio: 50 lotines de Vacaciones con Pisto, para Facebook; y 50 Lotines de Vacaciones con Pisto, para los ganadores de Instagram.

Vigencia: Del 28 de marzo al 1 de abril de 2019.



**4 de abril del 2019.**

Nombre de la promoción: ¿Con quién te irías de vacaciones? (Facebook e Instagram)

Mecánica: Seguir la página web de la LNB, subir bajo el post una foto de un Lotín de “Vacaciones con Pisto” y expresar con que personas se iría de vacaciones utilizando los #VacacionesConPisto #Lotín.

Premio: 100 lotines de Vacaciones con Pisto, para Facebook; y 100 Lotines de Vacaciones con Pisto, para Instagram.

Vigencia: Del 4 al 8 de abril de 2019.



**17 de abril de 2019.**

Nombre de la promoción: “Gana 100 lotines de Bingo Cash”.

Mecánica: Seguir a la LNB en Facebook, subir bajo la publicación una foto de un Bingo Cash y comentar que haría si fuera ganador de \$5,000.

Premio: 100 lotines de Bingo Cash

Vigencia Del 17 al 22 de abril de 2019



**6 de mayo de 2019.**

Nombre de la promoción: “Gana una cena para mamá”.

Mecánica: Seguir la página web de la LNB, y subir una foto con mamá junto con un vigésimo de MegaLote.

Premio: Una gift card de \$75.00 para restaurante y pastelería Florence.

Vigencia: Del 6 al 13 de mayo de 2019.



## 2.1.8 Activación de marca y otros eventos comerciales.

### GLOBO REGALÓN

En el mes de enero de 2019, se realizaron dos activaciones de marca del Globo regalón en centro comercial Las Cascadas y Plaza Merliot

La activación de marca, consistió en que por la compra de productos de Loteria Nacional, participaba en pinchar un globo y ganar muchos promocionales.



### LOTIBINGO DIGITAL:

Se realizaron 13 activaciones de marca en diferentes centros comerciales: Metrocentro San Salvador, unicentro Soyapango, Alta Vista en Ilopango, La Joya, metrocentro San Miguel y Santa Ana, durante los meses de febrero, marzo, abril y mayo de 2019.

Las activaciones de marca consisten en un mupi interactivo que se lleva a centros comerciales y, por la compra de 2 Lotibingo, se tiene derecho a participar raspando de forma digital un similar raspable, para ganar dinero en efectivo al instante.



## 2.1.9 Campañas publicitarias.

Durante el período, se han realizado 7 campañas publicitarias 2 campañas con enfoque institucional y 5 con enfoque comercial (MegaLote, LotiBingo, Sorteo Navideño, nuevo Extraordinario).

Las campañas publicitarias se han pautaado en diferentes medios de comunicación como: televisión, radio, prensa, vía pública, y en redes sociales.

## **CAMPAÑA INSTITUCIONAL:**

**Campaña institucional: 148 Aniversario de Lotería Nacional de Beneficencia.**

**Campaña publicitaria: “CUMPLE SUEÑOS”,**

El concepto creativo consistió en relacionar la canción conocida de CUMPLEAÑOS FELIZ, con CUMPLE SUEÑOS FELIZ, destacando la trayectoria de 148 años de la LNB, haciendo realidad los sueños de muchos salvadoreños.



La campaña fue lanzada en el mes de julio por el 148 aniversario de la LNB, utilizando un jingle conocido en todo cumpleaños, logrando un mensaje ameno y mostrándo la labor y trayectoria de la Lotería Nacional de Beneficencia, a través de los años.

**Campaña publicitaria: “JUEGALA TÚ TAMBIÉN”** Lanzada en agosto de 2018.

Quien ha jugado a la Lotería siempre encuentra un premio, no solo para él, sino para los hijos, nietos, jóvenes, ancianos, los enfermos, mujeres trabajadoras para todos, apostando al bienestar social.



Esta campaña pretendía mostrar el ecosistema que comprende la Lotería Nacional de Beneficencia de El Salvador, que incluye a los consumidores, los agentes vendedores, sectores vulnerables que se ven beneficiadas con la institución como asilos, hogares de niños, hospitales, etc.; mejorando las condiciones de vida de muchos salvadoreños y salvadoreñas.

## **CAMPAÑAS PUBLICITARIAS DE PRODUCTO DE LOTERÍA:**

**CAMPAÑA COMERCIAL DE LOTIN.**

**Campaña publicitaria: LOTIBINGO “EL JUEGO CON MÁS CHANCES DE GANAR”**

El 15 de octubre del 2018, se realizó el lanzamiento de la campaña publicitaria LOTIBINGO, resaltando la bondad de este juego con un tercer chance de ganar, con un concepto que se enfoca a que si buscas premios, los puedes encontrar con el nuevo juego de LOTIBINGO, el juego con más chances de ganar.



**CAMPAÑA COMERCIAL DE LOTRA:  
Campaña publicitaria del MEGALOTE: “SIENTE EL PODER DE GANAR”**

El 31 de octubre de 2018, llegó el nuevo juego de Lotería la Megalote, ahora con más premios de ganar; dicha campaña se basó, en resaltar el nuevo nombre del juego, proyectar los sueños que se pueden cumplir cuando juegas Lotería y la novedad de la segunda oportunidad de ganar.



**Campaña publicitaria: “PEGALE AL GORDO NAVIDEÑO”**

Campaña preparada para el sorteo navideño número 21, la cual se generaron piezas gráficas, pantallas digitales, spot y cuña. Lanzada desde la primera semana del mes de diciembre de 2018.



**Campaña publicitaria: “ROMPIMOS EL MOLDE PARA QUE GANES MÁS”**

El 29 de marzo de 2019, se lanzó a los medios la campaña, con el concepto de “Rompiamos el molde para que ganes más”, por la innovación que implica este nuevo juego Extraordinario, que lanzó el 1 de abril de 2019.



**EL NUEVO JUEGO EXTRAORDINARIO “CON EXTRA JUEGO, EXTRA OPORTUNIDAD DE GANAR”**

**Campaña denominada: “SORTEOS”**

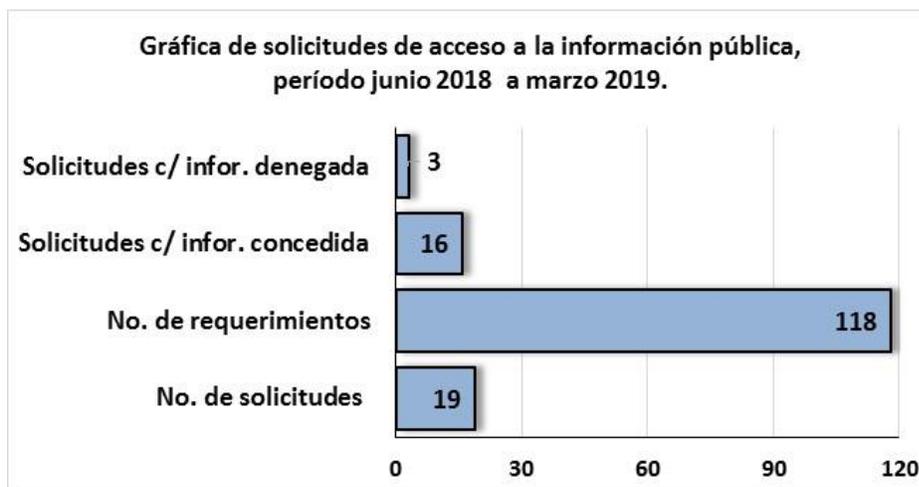
Desde la segunda semana de marzo de 2019, se lanzó al aire a través del medio de televisión y redes sociales, un spot con el objetivo de mostrar los sorteos y la transparencia con la que se trabaja en la LNB; resaltando además, el entretenimiento y emoción que se lleva todos los miércoles a través de esta actividad totalmente abierta a la ciudadanía .



## 2.2 GESTIÓN ADMINISTRATIVA.

### 2.2.1 Acceso a la Información Pública (UAIP).

En el período de junio 2018 a mayo 2019, se recibieron 19 solicitudes de acceso a la información a través del sistema de gestión de solicitudes de información, las cuales contienen un total de 118 requerimientos de información, dichas solicitudes fueron tramitadas dándoles respuesta de acuerdo al tipo de información requerida de conformidad con los plazos establecido en la Ley de Acceso a la Información Pública.



Fuente: Unidad de Acceso a la Información Pública.

**Información Denegada:** hace referencia a que fue declarada inexistente, se entregó información de manera parcial, o que no era competencia de la LNB el tipo de información requerida.

## 2.2.2 Implementación del Sistema Institucional de Gestión Documental y Archivo-SIGDA.

Durante el período informado, se continuó con la implementación del SIGDA. Se elaboraron en conjunto con el Departamento de Planificación, la normativa para Gestión Documental y Archivos como: Guía para la organización del fondo documental; Manual de gestión de correspondencia; Índice de organismo (documento que describe la evolución administrativa de la LNB), e Índice Legislativo, con un avance del 30%.

Se capacitó a 60 empleados y empleadas, entre encargados de archivos de gestión, técnicos y personal de agencias, en los temas de: Organización de archivos de gestión y descripción archivística; medidas preventivas de conservación y sobre procesos de expurgo.

Se implementó el archivo central y se cuenta con inventarios de los documentos que conforman el archivo especializado.



## 2.2.3 Mecanismos y Espacios de Participación Ciudadana.

La LNB comprometida en el cumplimiento de las normativas y de acuerdo a los fines de la Ley de Acceso a la Información Pública y a la Política de Participación Ciudadana, que comprende promocionar e incentivar la participación ciudadana en el control de la gestión gubernamental y la fiscalización ciudadana al ejercicio de la función pública; desarrollo mecanismos y espacios de participación ciudadana que a continuación se detallan:

▪ **Rendición de Cuentas.**

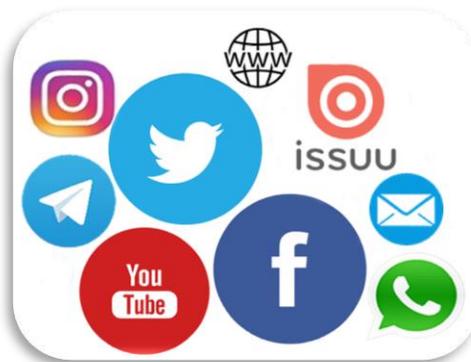
La Presidencia Institucional, emitió resolución 005/2018 de fecha 16 de abril de 2018, en la cual integra la comisión encargada de elaborar y realizar la Rendición de Cuentas de la LNB, para el período antes citado. Finalmente la Rendición de Cuentas se realizó el 8 de noviembre de 2018, en el auditorium de Construmarket en San Salvador.



▪ **Redes sociales y medios electrónicos.**

Las cuentas en redes sociales y medios electrónicos de la LNB, se desarrollan con el fin de que usuarios, clientes, y ciudadanía en general pueda expresar sus opiniones sobre las actividades que realiza la LNB, así como sobre las publicaciones informativas de gobierno central; además, de conocer inquietudes, dudas, consultas sobre sorteos u otra información concerniente a la Lotería Nacional. En el mismo sentido, el acceso a las redes sociales de la LNB, se definen con el propósito de que los clientes y público pueda enterarse en el momento, de hechos relevantes e importantes relacionado a los sorteos, productos, puntos de venta, lanzamientos, actividades, promociones y la interacción con el público sobre la actualización del monto del primer premio.

Los espacios que la LNB dispone a través de las redes sociales y contactos por medios electrónicos, se encuentran: FACEBOOK, TWITTER: @LNB El Salvador, INSTAGRAM: @LNB El Salvador, WHATSAPP: 7986-3605, YOUTUBE, LNB El Salvador; TELEGRAM, LNB EL SALVADOR, ISSUU: Lotería Nacional de Beneficencia, Página Web, <http://www.lnb.gob.sv> y Correo



Electrónico: **comunicaciones@lnb.gob.sv** o al correo **info@lnb.gob.sv**.

Además, se cuenta con el sistema SAC (Sistema de atención ciudadana) herramienta impulsada desde el ejecutivo, para que los ciudadanos puedan realizar sus quejas, avisos, reclamos, consultas o sugerencias a la institución.

▪ **Transparencia y Credibilidad de los Sorteos de la LNB.**

Con el propósito de fortalecer la transparencia y promover la participación ciudadana, asistiendo a presenciar el desarrollo del acto público de los sorteos; en el período informado, se efectuaron 36 sorteos móviles, realizados en centros comerciales, universidades, plazas, instituciones públicas y privadas; y 12 sorteos se desarrollaron en el salón de usos múltiples de la LNB con la participación de ciudadanos de diferentes instituciones o sectores. Se realizaron en total **48** sorteos, en el periodo de junio 2018 a mayo 2019.



Algunos de los lugares en donde se realizaron los sorteos:

Centros Comerciales: Plaza Merliot, Las Cascadas, metrocentro en: San Salvador, San Miguel y Santa Ana; Auditorium de la Paz del Centro Cívico Cultural Legislativo, Auditorium del Tribunal de Ética, Auditorium del Ministerio de Gobernación, Plaza Gerardo Barrios, Plaza municipal de San Sebastián, El Castillo edificio central de la PNC en San Salvador, Museo del Ferrocarril, Museo



Nacional de Antropología (MUNA), Parque David J. Guzmán, plaza turística Ríos de viento en Apaneca, entre otros.

Como parte de la Transparencia y del Juego Responsable, la LNB, transmite sus sorteos, en tiempo real en diferentes medios de comunicación social; a fin de que la ciudadanía en general, pueda presenciar o escuchar el desarrollo de los sorteos, a través de:

- **En Radio Nacional en la frecuencia 96.9 FM.** Radio con una cobertura nacional, que realiza la transmisión en vivo de todos los sorteos de la LNB.
- **Página Web de la LNB:** [www.lnb.gob.sv](http://www.lnb.gob.sv), en la sección de sorteo en vivo, se transmite el sorteo en vivo, para quienes prefieren observar los sorteos en Línea.
- **Facebook de Lotería Nacional de Beneficencia.** Red social de mayor uso en el país y el mundo, en el cual se transmite los sorteos de la LNB cada semana en tiempo real.
- **Canal de YouTube (LNB El Salvador).** A través de éste canal en YouTube, el público puede revivir los momentos de los tres premios principales de cada sorteo.

#### 2.2.4 Aprendizaje y Desarrollo del Recurso Humano.

##### ▪ Capacitación del personal:

Durante el período de junio 2018 a mayo 2019, se ejecutaron **26** temas de capacitación de los cuales **24** fueron para fortalecer competencias técnicas y **2** temas para fortalecer competencias conductuales.

Se capacitaron a **109** empleadas y empleados de diferentes unidades organizativas; algunas de ellas participaron en más de una capacitación. Del total del personal capacitado, **57** son mujeres y **52** fueron hombres. Además, se invirtieron 2,174 horas en capacitación, **63%** en horario laboral y **37%** en horario no laboral.



Se recibió de INSAFORP financiamiento para capacitación por un valor de **US\$7,212.80** (46%) y con fondos propios se financiaron **US\$8,590.00** (54%), haciendo un total de **US\$15,802.80** de inversión en capacitación; asimismo, posterior a negociaciones con las diferentes empresas de capacitación, se logró obtener una serie de descuentos que permitieron no invertir **US\$6,352.20**.

Por otra parte, en consideración con las medidas de austeridad, se realizaron las gestiones necesarias para optimizar el financiamiento brindado por el INSAFORP, desarrollar capacitaciones impartidas por personal de la institución y a través de la cooperación interinstitucional como: CAPRES, ENAFOP y la Secretaria Técnica y de Planificación de la Presidencia.



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

En el marco de dar cumplimiento al Reglamento de Funcionamiento del Comité de Seguridad y Salud Ocupacional de la LNB, autorizado por Junta Directiva en sesión celebrada el 05 de junio del 2018, el Comité de Seguridad y Salud Ocupacional (CSSO), desarrolló durante el período de junio 2018 a mayo 2019, las siguientes gestiones:

- ✓ En agosto de 2018, se realizó inspección a la agencia San Salvador, con la finalidad de levantar un inventario de riesgos del lugar, donde se tomó fotografías y recopilación de información en relación a infraestructura, orden, identificación para colocar señalización de emergencia y se realizó limpieza.



- ✓ Se inspeccionó las instalaciones del archivo central de la LNB, a través de la cual se identificaron factores de riesgos y se emitieron las recomendaciones, habiendo concluido con tareas de mitigación, relacionados con trabajos eléctricos y de iluminación.



- ✓ En las fechas del 14 de enero y 4 de febrero del 2019, se realizó una reorganización al Sistema de Emergencia, quedando conformado de la siguiente manera:

CONFORMACIÓN DEL SISTEMA DE EMERGENCIAS DE LA LNB				
TITULAR: LICDA. LEONOR RUIZ      SUPLENTE: LIC. JORGE MERINO				
BRIGADA	BRIGADISTA	BRIGADISTA	BRIGADISTA	BRIGADISTA
	PRIMER NIVEL	SEGUNDO NIVEL	TERCER NIVEL	AGENCIA ROOSEVELT
TITULAR	FRANKLIN BENÍTEZ	AXEL ROMERO	FLOR GUARDADO	LUCIA ROSALES
SUPLENTE	CARLOS VALLADARES	DORA ALICIA ALFARO	MARVIN MARTÍNEZ	REY NELSON LÓPEZ
EVACUACIÓN	FRANKLIN BENITEZ CARLOS VALLADARES CECILIA RIVERA RAMON BERNARDO	AXEL ROMERO DORA ALICIA ALFARO ALEX GOMEZ JULIO SERRANO MARVIN ESPINAL	ADONAY MARTINEZ MARVIN MARTINEZ	REY NELSON SULMA ALEGRIA
PRIMEROS AUXILIOS	CARMEN ELENA LEDA DE CABRERA MIRNA ALVARADO MARCELO RAMIREZ	MILAGRO PEREZ DINA CORDOBA VILMA MURCIA	FLOR GUARDADO XOCHILT MARROQUIN JONATHAN AYALA	ANA MANZANO LUCIA ROSALES
CONTRA INCENDIOS	MIGUEL NAVARRETE HENRY RODRIGUEZ ALEXANDER OPICO	MIGUEL MORALES VLADIMIR GARCIA JOSE ZAMORA	YANUARIO RIVERA JESSICA PEÑA	RONY MEJIA

- ✓ El 26 de marzo de 2019, en coordinación con el Depto. de Mantenimiento, Servicios Generales y Gestión de Riesgos, se brindó una capacitación para los integrantes del Sistema de Emergencia sobre el manejo y uso de extintores, con la finalidad de reforzar los conocimientos adquiridos y fortalecer la pericia del manejo de estos, para casos fortuitos relacionados a conatos de incendio; la actividad se realizó contando con la participación de 26 brigadistas. La capacitación fue brindada por un instructor de la empresa Anti-incendio, empresa que realiza recargas a los extintores que están ubicados en oficinas centrales.



- ✓ En abril del 2019, se efectuó la compra de megáfonos para los jefes de sectores del sistema de emergencia de la LNB, esto en virtud de que los megáfonos que se encontraban en uso, terminaron su vida útil. El equipo adquirido es más liviano en peso y no utilizan baterías, se recargan con energía eléctrica.



▪ **Actividades relacionadas al clima laboral.**

- ✓ El Departamento de Recursos Humanos a través de la Unidad de Comunicaciones, remitió a todo el personal vía correo interno boletines con reflexiones sobre la práctica del compromiso para con la LNB, los cuales fueron colocados de igual forma en las principales carteleras, para que todo el personal, incluyendo el que no tiene acceso a correo electrónico, pudieran leerlo.

- ✓ En el mes de junio de 2018, se realizaron dos talleres para el personal con el tema de “Relaciones Interpersonales”, capacitándose a 35 empleados/empleadas de las diferentes unidades organizativas.



- ✓ Se impartió en el mes de junio 2018, conferencia con el tema de “Derechos y Deberes de los empleados de la LNB”, en el cual se capacitó a 22 empleados de la Gerencia Administrativa.



- ✓ En junio 2018, se realizó la celebración del día del padre, con un desayuno, festejando a todos los empleados de la Lotería de oficinas centrales y a los de agencias se les envió un presente.



- ✓ Se ejecutaron actividades de reconocimiento a los empleados en fechas especiales como: mensajes de felicitación por correo a los cumpleaños en su día; se colocaron afiches de los cumpleaños del mes en las carteleras; además, se realizaron algunas actividades en relación a fechas especiales como día del abogado, día del administrador, entre otros.

- ✓ En el mes de noviembre 2018, se celebró el día de la No violencia contra la mujer, actividad que se realizó en coordinación con la Unidad de Planificación, Género y Medio Ambiente y el Departamento de Recursos Humanos, se inició con el recibimiento al personal, entregándoles un refrigerio.



- ✓ Como actividades del plan de acción para mejorar el Índice de satisfacción sobre la práctica de valores y clima organizacional en la LNB 2019, se inició con el desarrollo de las celebraciones, realizando una actividad del día de la amistad el 14 de febrero 2019, con la participación de empleados y empleadas, quienes depositaron un presente en la cajita de la amistad, para ser rifados entre todos.



- ✓ En conmemoración del Día de la secretaria, el viernes 26 de abril se realizó la entrega de un refrigerio y un pequeño detalle al personal que desempeña la loable labor de asistir y apoyar técnica y administrativamente a gerentes y jefes de unidades asesoras.
- ✓ El día 9 de Mayo, se agasajó con un desayuno, a las madres, especialmente preparado para ellas por su noble labor.

Todas las actividades desarrolladas, se realizaron con el aporte económico de cada uno de los empleados y empleadas, a través de diferentes actividades que desarrolla el departamento de Recursos Humanos.

## 2.3 GESTIÓN FINANCIERA.

### 2.3.1 Asignación y Ejecución de Recursos Presupuestarios, período de junio 2018 a mayo 2019.

En el período de junio a diciembre 2018, el monto total asignado fue de **US\$24,516,315.58**, ejecutándose un monto de **US\$21,162,160.41**; de enero a mayo de 2019, el monto asignado es de **US\$20,271,247.53** y se ejecutó un monto de **US\$15,578,363.90**.

La asignación presupuestaria total para el período informado, asciende a la cantidad de **US\$44,787,563.11** y el monto ejecutado es de **US\$36,740,524.31**, que representa el **82.03%** del presupuesto asignado.

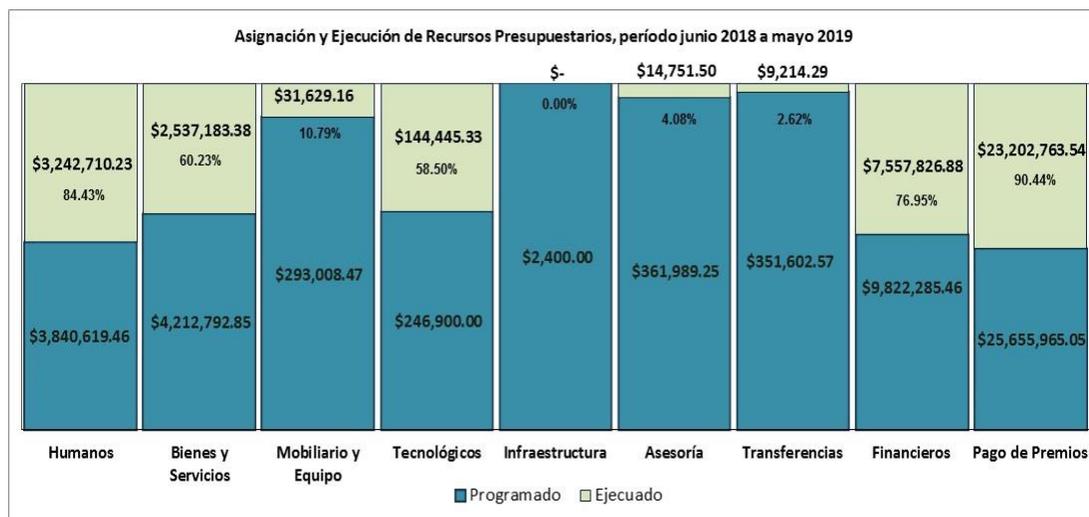
#### Asignación y Ejecución de Recursos Presupuestarios, Período de Junio 2018 a Mayo 2019

CONCEPTO	Junio a Diciembre 2018		% de Ejecución	Enero a Mayo 2019		% de Ejecución	Total del Período		% de Ejecución
	Asignado	Ejecutado		Asignado	Ejecutado		Asignado	Ejecutado	
Humanos	\$ 2,274,876.46	\$ 2,111,628.55	92.82%	\$ 1,565,743.00	\$ 1,131,081.68	72.2%	\$ 3,840,619.46	\$ 3,242,710.23	84.43%
Bienes y Servicios	\$ 2,322,497.54	\$ 1,806,686.27	77.79%	\$ 1,890,295.31	\$ 730,497.11	38.6%	\$ 4,212,792.85	\$ 2,537,183.38	60.23%
Mobiliario y Equipo	\$ 166,003.47	\$ 8,694.39	5.24%	\$ 127,005.00	\$ 22,934.77	18.1%	\$ 293,008.47	\$ 31,629.16	10.79%
Tecnológicos	\$ 118,405.00	\$ 113,166.83	95.58%	\$ 128,495.00	\$ 31,278.50	24.3%	\$ 246,900.00	\$ 144,445.33	58.50%
Infraestructura	\$ 400.00	\$ 0.00	0.00%	\$ 2,000.00	\$ 0.00	0%	\$ 2,400.00	\$ 0.00	0.00%
Asesoría	\$ 292,984.25	\$ 3,824.00	1.31%	\$ 69,005.00	\$ 10,927.50	15.8%	\$ 361,989.25	\$ 14,751.50	4.08%
Transferencias	\$ 338,887.57	\$ 2,500.00	0.74%	\$ 12,715.00	\$ 6,714.29	52.8%	\$ 351,602.57	\$ 9,214.29	2.62%
Financieros *	\$ 5,677,956.24	\$ 4,260,587.33	75.04%	\$ 4,144,329.22	\$ 3,297,239.55	79.6%	\$ 9,822,285.46	\$ 7,557,826.88	76.95%
Pago de Premios	\$ 13,324,305.05	\$ 12,855,073.04	96.48%	\$ 12,331,660.00	\$ 10,347,690.50	83.9%	\$ 25,655,965.05	\$ 23,202,763.54	90.44%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 24,516,315.58</b>	<b>\$ 21,162,160.41</b>	<b>86.32%</b>	<b>\$ 20,271,247.53</b>	<b>\$ 15,578,363.90</b>	<b>76.85%</b>	<b>\$ 44,787,563.11</b>	<b>\$ 36,740,524.31</b>	<b>82.03%</b>

Fuente: Unidad Financiera Institucional

Nota: \*En este concepto se incluye comisiones, gastos bancarios y transferencias a organismos nacionales e internacionales.

Datos reales al 08 de mayo y proyectados del 09 de mayo al 31 de mayo de 2019



### 2.3.2 Resultados Financieros de la Comercialización de Productos de Lotería.

Durante el período de junio 2018 a mayo 2019, los resultados financieros consolidados por ambos productos de lotería (LOTRA y LOTÍN) fueron los siguientes:

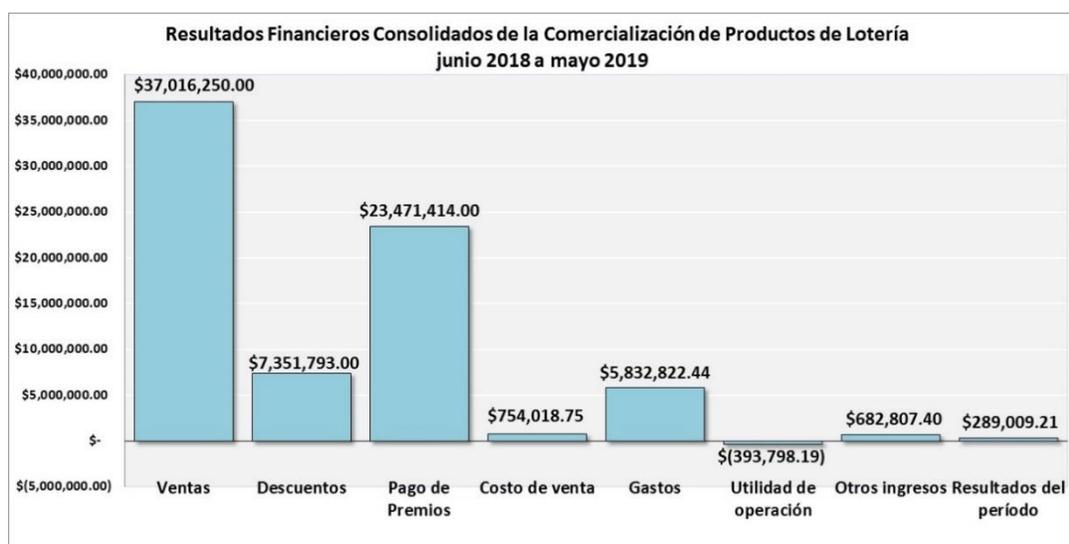
Los **ingresos totales** por la comercialización de los productos de lotería fueron de **US\$37,016,250.00**; el **Pago de premios** alcanzó la cantidad de **US\$23,471,414.00**, lo que representa el **63.41%** de los ingresos; los **Descuentos por ventas** otorgados a agentes vendedores suman un monto de **US\$7,351,793.00**, equivalente al **19.86%** del total de ingresos por ventas; los **Costos de venta** fueron de **US\$754,018.75** equivalente al **2.04%**, los **Gastos** suman **US\$5,832,822.44**, que equivale al **15.76%** y los **Resultados del período**, fueron de **US\$289,009.21** que representa el **0.78%** de los ingresos totales obtenidos en el período informado.

#### Resultados Financieros Consolidados de la Comercialización de Productos de Lotería, período junio 2018 - mayo 2019

CONCEPTOS	LOTRA-LOTIN Junio - Diciembre 2018	%	LOTRA-LOTIN Enero - Mayo 2019*	%	Consolidado Institucional Junio2018- Mayo 2019	%
Venta	\$ 20,482,800.00	100.0%	\$ 16,533,450.00	100.0%	\$ 37,016,250.00	100.00%
(-) Descuentos	\$ 4,106,011.00	20.0%	\$ 3,245,782.00	19.6%	\$ 7,351,793.00	19.86%
(-) Pago de premios	\$ 13,123,723.50	64.1%	\$ 10,347,690.50	62.6%	\$ 23,471,414.00	63.41%
(-) Costo de venta	\$ 465,837.36	2.3%	\$ 288,181.39	1.7%	\$ 754,018.75	2.04%
(-) Gastos	\$ 3,859,903.84	18.8%	\$ 1,972,918.60	11.9%	\$ 5,832,822.44	15.76%
Utilidad/Pérdida de operación	\$ (1,072,675.70)	-5.24%	\$ 678,877.51	4.11%	\$ (393,798.19)	-1.06%
Más Otros ingresos:	\$ 412,335.23		\$ 270,472.17		\$ 682,807.40	
Resultados del período	\$ (660,340.47)	-3.2%	\$ 949,349.68	5.7%	\$ 289,009.21	0.78%

Fuente: Unidad Financiera Institucional

\* Datos reales a abril y proyectado mayo de 2019.



### Cuadro resumen de Resultados por Productos de Lotería.

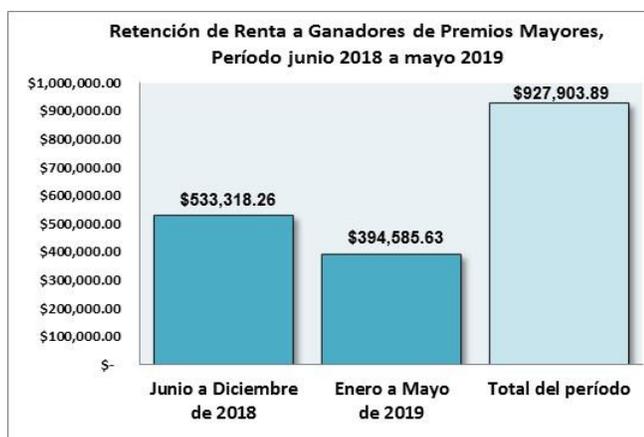
Resultado por Producto	Junio-Diciembre 2018	Enero- Mayo 2019*	Total
Resultados del Período LOTRA	\$ (732,008.96)	\$ 610,799.88	\$ (121,209.08)
Resultados del Período LOTÍN	\$ 71,668.49	\$ 338,549.80	\$ 410,218.29
<b>Resultados Institucionales</b>	<b>\$ (660,340.47)</b>	<b>\$ 949,349.68</b>	<b>\$ 289,009.21</b>

Fuente: Unidad Financiera Institucional.

\* Datos reales a abril, proyectado mayo de 2019

### 2.3.3 Retención de Renta a Ganadores de Premios Mayores.

De Junio 2018 a mayo 2019, se retuvo en concepto de impuestos sobre la renta a ganadores de premios mayores de Lotería Tradicional (LOTRA) y Lotería Instantánea (LOTÍN), un monto de **US\$927,903.89**. Los fondos son transferidos a Tesorería del Ministerio de Hacienda.



Fuente: Unidad Financiera Institucional.

Datos reales a abril, proyectado mayo de 2019.

### 2.3.4 Retención de IVA a Proveedores.

De junio 2018 a mayo 2019, La Lotería Nacional de Beneficencia, retuvo en concepto de IVA del 1%, a Proveedores, la cantidad de **US\$29,524.47**.

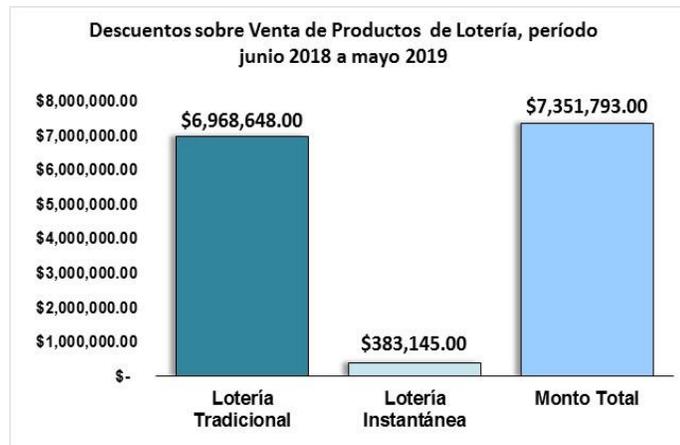


Fuente: Unidad Financiera Institucional  
Datos reales a abril, proyectado mayo de 2019

### 2.3.5 Generación de fuentes de ingreso por medio de la comercialización de productos lotería.

La Lotería Nacional de Beneficencia, contribuye a la dinamización de la economía, por medio de la generación de empleos indirectos a través de la comercialización de productos de lotería.

De junio 2018 a mayo 2019, se otorgó descuentos por ventas (comisión del **21%** para Lotería Tradicional y **10%** para Lotería Instantánea) un monto de **US\$7,351,793.00**, beneficiando a miles de familias salvadoreñas de agentes vendedores y revendedores de productos de lotería.



Datos reales a abril, proyectado mayo de 2019.

### 2.3.6 Ganadores de premios mayores.

De junio 2018 a mayo 2019, un total de **776** ganadores de premios principales, recibieron premios por un monto total de **US\$7,259,766.50**; contribuyendo en gran

medida a la dinamización de la economía del país, a través del pago de premios mayores a los ganadores de productos de lotería.

El perfil de los ganadores, está relacionado a la profesión u oficio que desempeñan como: Amas de casa, agricultores, bachilleres, comerciantes, empresarios, empleados, enfermeras, jornaleros, motoristas, obreros, profesionales, secretarias, vendedores, entre otras.

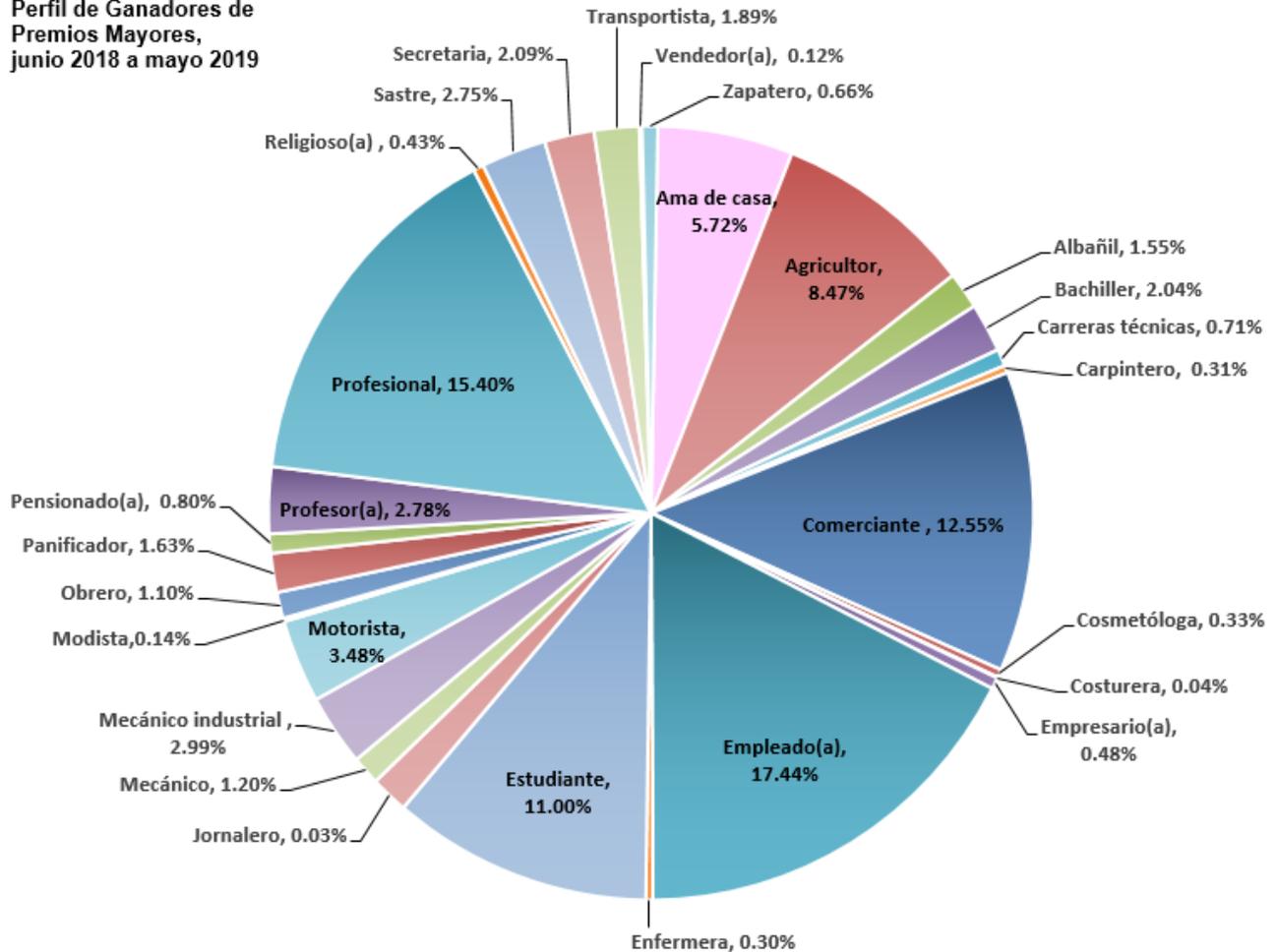
En el cuadro y gráfica siguiente se muestra el perfil de los ganadores, asociado con la profesión u oficio, cantidad de ganadores, monto y porcentaje.

<b>CONSOLIDADO GANADORES DE PREMIOS MAYORES DE LOTRA Y LOTÍN DE JUNIO 2018 A MAYO 2019</b>			
<b>Profesión u Oficio</b>	<b>No. Ganadores</b>	<b>Monto</b>	<b>%</b>
Ama de casa	64	\$ 415,569.25	5.72%
Agricultor	40	\$ 614,869.50	8.47%
Albañil	16	\$ 112,468.00	1.55%
Bachiller	12	\$ 148,428.50	2.04%
Carreras técnicas	8	\$ 51,525.00	0.71%
Carpintero	3	\$ 22,500.00	0.31%
Comerciante	113	\$ 911,067.75	12.55%
Cosmetóloga	6	\$ 24,250.00	0.33%
Costurera	2	\$ 2,750.00	0.04%
Empresario(a)	4	\$ 34,850.00	0.48%
Empleado(a)	161	\$ 1,265,741.50	17.44%
Enfermera	2	\$ 22,002.50	0.30%
Estudiante	76	\$ 798,574.00	11.00%
Jornalero	17	\$ 115,009.25	1.58%
Mecánico	11	\$ 87,128.50	1.20%
Mecánico industrial	4	\$ 217,250.00	2.99%
Motorista	37	\$ 252,370.50	3.48%
Modista	3	\$ 10,000.00	0.14%
Obrero	15	\$ 79,517.50	1.10%
Panificador	7	\$ 118,501.50	1.63%
Pensionado(a)	18	\$ 58,256.25	0.80%
Profesor(a)	19	\$ 201,875.25	2.78%
Profesional	95	\$ 1,118,247.75	15.40%
Religioso(a)	1	\$ 31,503.75	0.43%
Sastre	1	\$ 200,000.00	2.75%
Secretaria	26	\$ 152,005.25	2.09%
Transportista	2	\$ 137,250.00	1.89%
Vendedor(a)	8	\$ 8,500.00	0.12%
Zapatero	5	\$ 47,755.00	0.66%
<b>Total</b>	<b>776</b>	<b>\$7,259,766.50</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: Unidad Financiera Institucional

Datos reales de junio 2018 al 8 de mayo de 2019

**Perfil de Ganadores de Premios Mayores, junio 2018 a mayo 2019**



### 3. PROYECTOS Y ACTIVIDADES DESARROLLADOS EN EL MARCO DE LA MODERNIZACIÓN DEL ESTADO, PERÍODO JUNIO 2018 A MAYO 2019.

#### 3.1 EN MODERNIZACIÓN INFORMÁTICA.

##### a) Desarrollo de aplicación para promociones LOTIBINGO.

Se desarrolló una aplicación Web y cambios en la aplicación Android para promover el producto de LOTIBINGO, mediante una promoción que ponía a disposición de los clientes la oportunidad de participar en segunda oportunidad de ganar, en la cual aparecía un raspable virtual y podía ganar al instante artículos como: Teléfonos celulares, Play Station, entre otros.



##### b) Desarrollo de aplicación para promociones de MEGALOTE.

Se desarrolló una aplicación Web y cambios en la aplicación Android para promover el producto de LOTIBINGO, mediante una promoción que ponía a disposición de los clientes la oportunidad de participar en segunda oportunidad de ganar.



##### c) Desarrollo de aplicación para activaciones de marca.

Se desarrolló una aplicación web para que la gerencia comercial realizara dinámicas de activación de marca en lugares públicos, para que los clientes pueden participar en el raspado de un boleto de LOTIN electrónico en un mupitáctil y ganar premios en efectivo o promocionales.



##### d) Mejorar la seguridad en la validación de vigésimos.

Se implementaron cambios al sistema comercial LNB, para poder reconocer nuevos códigos de barra que identificaban a cada vigésimo de forma aleatoria, lo cual dificulta la posibilidad de falsificación.

Además, se agregaron dos funcionalidades al sistema comercial de la LNB, para la venta en consignación de producto LOTRA y venta por bonificación de LOTIN.

#### **e) Mejoras a procesos.**

##### **Recursos Humanos:**

Se implementó un aplicativo para que el usuario/empleo de oficina central de la LNB, pueda visualizar sus registros de marcación diariamente, así como las faltas de marcación o de las inconsistencias que puedan presentar. El sistema genera una notificación diaria por medio de correo electrónico al usuario en caso se detecte una falta de marcación de inicio o finalización de la jornada laboral.

##### **Sistema de inventario para Bodega administrativa:**

Se finalizó y entregó sistema de inventario de bodega administrativa para mejorar el registro y control de ingresos y egresos de productos.

##### **Contabilidad:**

Se agregó al sistema comercial LNB la generación automática del Control de inventario diario de documentos de soporte del pago de premios, el Libro de ventas a consumidores y Libro de ventas a contribuyentes, Informe diario de Ingresos y Egresos y Recibos de ingresos, con lo cual se evitó que el área de Contabilidad, tuviera que dedicar tiempo en ir a las agencias de la LNB por algunos de estos reportes que debían estar firmados por los encargados de agencia.

##### **Implementación de telefonía IP**

Permite transmitir las comunicaciones de voz de línea fija desde las agencias, a través de los enlaces de datos contratados por la LNB, lo que permite eliminar la necesidad de contratar el servicio de telefonía fija.

##### **Reemplazo de SAN y Lectores de códigos de barra obsoletos.**

Debido al anuncio del fin de soporte de la SAN HP Lefthand G2 para el 31 de diciembre de 2018, se adquirió una nueva SAN para reemplazarla y aumentar la capacidad y características de almacenamiento de nivel empresarial, lo cual a su vez conllevó también a realizar una migración de la plataforma del software de virtualización.

Se adquirieron lectores inalámbricos y omnidireccionales para reemplazar equipo obsoleto que estaba presentando fallas y dificultaba las operaciones normales en las agencias al prestar el servicio a nuestros clientes.

**f) Reorganización funcional 2018.**

De conformidad con la visión de la Presidencia Institucional que asumió en el mes de abril de 2018, se dio inicio a un proceso de transformación institucional; el cual en su primera fase implicó la realización de una reorganización del funcionamiento de la institución, basado en una segregación de funciones, gestión por resultados, y el óptimo aprovechamiento de las competencias de los recursos humanos con el que se cuenta, así como la implementación de medidas de austeridad en el gasto.

Se realizó un estudio orgánico funcional, teniendo como resultado que a partir del 1° de septiembre de 2018, entrara en vigencia de la estructura organizativa actual. Dicha estructura en relación a la estructura organizativa anterior, se redujo en 6 unidades organizativa, es decir que quedó conforma con 19 unidades organizativas, mientras la anterior estaba conformaba de 25 unidades organizativas.

Como medidas de reducción del gasto para el presupuesto 2019, fueron suprimidas 10 plazas, pasando de 160 plazas en 2018 a 150 en 2019; de igual manera, se disminuyó el salario a 4 plazas vacantes de nivel Gerencial; implicando una reducción en términos monetarios para el presupuesto 2019 de **\$201,160.00** con respecto al presupuesto del ejercicio fiscal 2018.

**En el ámbito de la Planificación Institucional.**

La reorganización funcional, conllevó a la actualización de la siguiente normativa técnica:

- a) Sistema Normativo Institucional,
- b) Manual de Organización y Manual de Descripción de Puestos por áreas funcionales,
- c) Ajuste a los planes operativos 2018 y 2019,
- d) Actualmente en proceso, la actualización de procedimientos, instructivos, guías, entre otras normativas técnicas aplicables.