Proyecto de Inversión para Realizar una lotería de becas de Estudio superior en la provincia del Guayas con el Respaldo de la Junta de Beneficencia de Guayaquil

Beatriz Rosaura Ruiz Sarmiento
Leonardo Alejandro Martillo Ochoa

Fache

Escuela Superior Politécnica del Litoral

Prosperita Km. 7 ½, 593, Guayaquil, Ecuador.

amartill@espol.edu.ec
brruiz@espol.edu.ec

Econ. Sonia Zurita Erazo
Economista en gestión empresarial con especialización en teoría y política económica, año 1999 (espol)
Magíster en finanzas, universidad de chile, abril 2000
Master in business administration Tulame university, año 2004
szurita@espol.edu.ec

Resumen

El proyecto se basa en evaluar la realización de un nuevo juego de lotería mensual que ofrece como premio principal un bien intangible, $ 15,000.00 dólares americanos los cuales solo se podrán usar para estudiar en universidades, escuelas politécnicas o institutos de nivel superior dentro del territorio ecuatoriano. Además se ofrecen otros premios tangibles, como pen derives y computadoras portables.
Para la mecánica de esta Lotería se utilizarán cuarenta maquinas o point of sale (POS) que emitirán los boletos y a la vez tendremos un control mediante la maquina central de cuantos guachitos fueron vendidos.
Este juego no entrega dinero en efectivo con la finalidad de destinar dicho dinero en actos que beneficien a la sociedad. El objetivo es poder vender el máximo de boletos a emitirse esperando obtener, al final de horizonte de evaluación una suma considerable de dinero que sirva para apoyo al sistema educativo del Guayas. El apoyo que se espera brindar, es en especial a las personas que deseen ser profesionales y no posean el dinero suficiente para realizarlo. Con la recolección de fondos que permitan brindar prestamos a quienes lo soliciten.

Palabras Claves: Beca, Lotería, Puntos de venta remotos.

Abstract

The project is based on assessing the implementation of a new lottery game offered as a monthly award an asset intangible $ 15000.00 USD which may only be used for study at universities, polytechnics and institutes of higher level within the Ecuadorian territory. Also offered other tangible prizes, as derives pen and portable computers. For the mechanics of this lottery will be used forty (POS) machines that issue tickets at the same time we have a machine control through central assets how many were sold. This game does not deliver cash for the purpose of allocating that money on acts that benefit society. The goal is to sell the maximum number of tickets issued hoping to get at the end of horizon assessment a considerable sum of money that will support the educational system of Guayas. The support is expected to provide, particularly to people wishing to be professional and do not possess enough money to do it. With collecting funds to provide loans to those who request them.

1. Sistema Educativo Ecuatoriano.

El último gran proyecto nacional del Ecuador lo lideró Eloy Alfaro a fines del siglo XIX. Dicho proyecto tuvo tal penetración histórica que en líneas generales marcó las grandes rutas por donde transitó el país en el siglo XX. El principal instrumento que acompañó dicho proyecto fue la educación. Sin embargo tanto proyecto nacional como educación se desdibujaron y divorciaron a medida que avanzó el siglo XX, llegando una crisis total en la última década de esta centuria.
Los vientos modernizadores y nacionalistas que arrancaron desde Alfaro y que fueron impulsados después (con uno u otro matiz) por otros actores sociales y políticos durante el siglo XX no lograron modificar sustancialmente el estado oligárquico y excluyente, la sociedad segmentada y racista y la economía centrada en la exportación de productos primarios que arrancaron (o continuaron) desde 1830 con la fundación del Ecuador. En todo caso y a pesar de todo, con la fuerza de las clases medias, de los trabajadores, de varios sectores de las élites, y con la ayuda de la educación pública, el país y su estado nacional se consolidaron con todos sus viejos y grandes vicios y con sus nuevas propuestas.

Desde los ochenta y con mayor énfasis desde los noventa se pretende "modernizar" un país bajo los esquemas del pensamiento del mercado. Esta ofensiva, que es parte de un nuevo plan de dominio y reestructura planetaria, conduce a una mayor desnacionalización de la economía y de los otros componentes del estado y de la sociedad, entre los que se cuenta la educación.
A pesar de la retórica "modernizante", en los hechos las reformas son parciales o fracasan. Se debilita más al viejo estado pero se lo mantiene porque todavía es funcional y fuente de riqueza para las poderosas y tradicionales élites depredadoras y rentistas, que en este plano comparten intereses y metodologías con los populismos de derecha y de izquierda, muchos de los cuales están insertos en el sistema educativo.
En medio de semejante situación, la necesidad de cambio crece. Dentro del propio caduco sistema emergen voluntades y experiencias de aprendizaje innovadoras, y crece también una ciudadanía y una opinión pública que promueven la unión y participación de todos los sectores para fomentar transformaciones profundas al sistema educativo para que impulse la construcción de una nueva sociedad y un nuevo estado.

2. Situación actual del sistema educativo ecuatoriano.

Si bien en los últimos cincuenta años el Ecuador ha dado pasos importantes en el tema educativo, no es menos cierto que falta mucho por hacer para llegar a metas óptimas que permitan dar cuenta del derecho de la gente a educarse con calidad y enfrentar los desafíos contemporáneos. Ha habido avances en cuanto a la reducción de analfabetismo, pero en lo que se refiere al nivel de instrucción de la población en primaria, secundaria y universitaria los logros son limitados.
En 1950 un 44.2 % de la población ecuatoriana era analfabeta. En el 2001 ese número se redujo al 9%.
En 1982 el 53% de la población tenía educación primaria, en el 2001 se llegó a un 66%.
En 1982 el 13.8% de la población tenía educación secundaria, en el 2001 se llegó al 22.6%.
En 1950 uno de cada 100 ecuatorianos tenía educación superior. En el 2001, 18 de cada 100 ecuatorianos llegó al nivel universitario.
En 1982 la tasa neta de escolarización en primaria avanzó del 68% al 90.1% en el 2001.
En 1950 la escolaridad promedio era de 2.3 años, en el 2001 se llegó al 7.3
De todas maneras hay que reconocer que hubo un esfuerzo significativo del país desde los 70 hasta mediados de los noventas, década en la que se estancó el desarrollo educativo respecto al acceso, permanencia y calidad de la educación.

2.1 Acceso y permanencia.

A fines de los noventa el Ecuador se sumergió en una de las crisis más graves de su historia reciente, cuyos coletazos los vive hasta ahora. Crisis cuyo impacto mayor la llevaron los más pobres y sus hijos: 483.851 niños y niñas no se matricularon en 1999 por razones económicas. Esta cifra no logra ser reducida de manera significativa hasta la fecha. Los niños y las niñas, sobre todo de zonas rurales y urbanas marginales no van a la escuela por diversos motivos. Las principales causas son la pobreza de sus padres, la falta de aulas y profesores, la infraestructura deficiente, la mala calidad de la educación y los paros frecuentes. Cada año cerca de 100.000 niños y niñas de 5 años de edad no pueden matricularse en el primer año de educación básica.

De la misma manera, 757.044 niños, niñas y jóvenes de 5 a 17 años están fuera de las escuelas y colegios. En este grupo se encuentra los niños y adolescentes trabajadores procedentes de las familias más pobres del país: "en el 2003, el 77% de los adolescentes del campo y el 44% de aquellos de las ciudades pertenecían a hogares con ingresos de menos de dos dólares diarios por persona" A pesar de lo mencionado, la mayoría de padres y madres creen en la escuela y hacen esfuerzos por matricularlos. Así un 90 por ciento de los niños ecuatorianos acceden al segundo año de educación básica. Pero, a medida que avanza el tiempo ese número se desgrana. La deserción es muy alta. Así uno de cada tres niños no

llega a completar los seis años de educación primaria.
Uno de cada cinco niños abandonan la escuela en quinto de básica (cuarto grado) y tres de cada diez niños y niñas de séptimo de básica deserta de la escuela.
El problema se agrava con los adolescentes: el 46,9% están fuera del sistema educativo y sólo un 22% de los jóvenes culminan sus estudios secundarios.
La exclusión es más aguda con los niños y niñas con necesidades educativas especiales donde apenas un 6.1% tiene algún tipo de asistencia. Lo mismo sucede con los niños y niñas menores de 5 años, que hasta agosto del 2002 sólo un 13% eran atendidos por programas estatales dispersos.

2.2 Baja calidad de aprendizajes.

Pero los problemas de la educación no sólo se refieren a acceso y permanencia, sino también a calidad. Estos tienen que ver con programas de estudio desactualizados y poco pertinentes, persistencia de esquemas pedagógicos tradicionales y alejados de las demandas de la diversidad cultural y del desarrollo científico y tecnológico.
Deficiencia de calidad sustentada en relaciones racistas, jerárquicas y mal tratantes dentro de establecimientos educativos, la mala formación, capacitación y desmotivación de los maestros, carencia de material didáctico, infraestructura deficiente, poca acompañamiento familiar y la cada vez mayor influencia de la TV y de los juegos electrónicos en las ciudades.
Debido a esto, hay altos niveles de repitencia, siendo quizá el más alarmante el que se produce en el segundo año de educación básica (primer grado) por el enorme impacto que se produce en el futuro de la persona, donde uno de cada diez niños repite el año.
Un indicador de esta problemática también se refleja en las calificaciones de los alumnos de educación básica que según las últimas mediciones realizadas a fines de los noventa hay un promedio a nivel nacional de 8 sobre veinte en lenguaje y 7 sobre veinte en matemáticas.

2.3 Infraestructura y material didáctico.

Cada inicio de año, salen en las páginas de los diarios las deplorables condiciones de los establecimientos educativos. Ciertamente, su lamentable situación influye negativamente en los aprendizajes.
Los indicadores que señalan la carencia de servicios básicos son alarmantes. Así, 2 de cada diez escuelas del país no tienen electricidad; 1.6 de cada 10 escuelas no tienen agua potable y 3 de cada 10 escuelas no tiene alcantarillado. El problema es más grave en las 6000 escuelas uní docentes: 50% no tiene luz, 98% no tienen alcantarillado y el 97 % no tienen agua potable.
Más allá de las escuelas otros datos sobre el acceso de los hogares al uso de las nuevas tecnologías también informan de la brecha social a causa de la falta de acceso a estos servicios.
Así para 1999 el 27% de los hogares tenían línea telefónica, el 5% tenían computadores y para el 2000 sólo 1.39 % tenían servicio de Internet.
Respecto a dotación de textos y otros materiales didácticos el nivel de incidencia es limitado. En el año lectivo 1999-2000 de los 1’657.963 alumnos de las escuelas, solamente 356.837 recibieron textos escolares. Sin embargo, en los últimos años, esta política ha sido suspendida por el gobierno central, con excepción de un buen número de las escuelas uní docentes, las que han sido apoyadas también por la empresa privada.
Los gobiernos locales, municipios y consejos provinciales han asumido la elaboración y reparto de textos.
Hasta el 2005 las experiencias de los Consejos Provinciales de Pichincha y Azuay y del municipio de Guayaquil son las más relevantes.

2.4 Persistente desinversión.

Desde 1981, en el Gobierno de Jaime Roldós Aguilera, en que el
Presupuesto de educación alcanzó el más alto pico, con un 5.4 % del PIB, de manera persistente la inversión ha ido bajando durante las dos últimas décadas, llegando a niveles dramáticos en el 2000, en el gobierno de Jamil Mahuad.

En efecto en 2000, en medio de la crisis más aguda de los últimos cincuenta años, la inversión en educación bruscamente se redujo al 1.8 % del PIB. De 629 millones de dólares asignados en 1998 se redujo en el 2000 a menos de la mitad, esto es a 292 millones.
Sin embargo, una modificación positiva se dio a partir del 2001 cuando el gasto en educación se elevó al 2.3 %. No obstante desde el 2003 hasta el 2005 la inversión ha permanecido estática en un 2.9% del PIB.
De todas maneras, la meta de inversión a alcanzar para propiciar un escenario positivo para el cambio educativo, es de por lo menos el 6% del PIB, como han hecho varios países de América Latina como Costa Rica o Chile que, para sustentar sus propuestas de desarrollo han priorizado la inversión en la gente.

2.5 Carencia de una ley para el cambio

Desde 1999 hasta el 2005 el país no logró ponerse de acuerdo en torno a una ley que promueva el cambio educativo. Intereses corporativos y visiones radicalmente distintas respecto al futuro de la educación arrojaron durante estos años más de veinte proyectos de ley, ninguno de ellos inspirados en un proyecto de país, en una visión de la educación como derecho humano y menos aún pensados desde la perspectiva del sujeto que aprende: el estudiante.

El problema fundamental en la elaboración de la ley es que para la mayoría del Ecuador, la educación no es importante y su destino a través de la ley poco importa. ¿Será que en esto también influye la reducida credibilidad de la gente en sus leyes? De todas maneras, más allá de nuevas voces sociales que no tienen el suficiente peso político, en la elaboración pesan la visión de los viejos y poderosos actores educativos, cuya mirada no va más allá de sus particulares ideologías e intereses.

2.6 Falta de apoyo y decisión política

El deterioro de la educación pública ha incidido en el crecimiento de la oferta privada. Sectores altos y, sobre todo, cada vez más la clase media ha migrado a la escuela privada. Una de las consecuencias de este hecho es el aumento de la orfandad política de la educación pública, que cada vez es vista desde lejos como educación de mala calidad para los pobres.

A su vez los movimientos sociales y políticos de los pobres, en los últimos años, además de sufrir fracturas internas, han volcado su preocupación por la política palaciega de coyuntura y no tienen el tema educativo dentro de su agenda de prioridades.

Por su parte, la mayoría de las elites económicas y sus partidos políticos no alcanzan a visualizar la importancia de la educación para sus negocios, para el incremento de la productividad y de la competitividad. Esto es más incomprensible frente a temas como el de la globalización.

No obstante, la importancia de la educación sí aparece en la retórica: en el discurso todos dicen que la educación es importante, pero en la práctica no hay la voluntad ni en la decisión política de la mayoría de sectores sociales y políticos, desde las izquierdas a las derechas. Se han suscrito acuerdos, se han elaborado programas, se han redactado diagnósticos, se han elaborado proyectos.

Pero, no ha habido en los gobiernos ni en la sociedad la decisión de implementarlos. Esta, tal vez, es la más importante de las dificultades que enfrenta la educación.

3. Planteamiento del problema.

En el Ecuador los estudiantes universitarios ven frustrados sus estudios superiores por razones económicas, familiares, pedagógicas, geográficas entre otras. Este proyecto ayudará a disminuir aquellos estudiantes que ven estancados sus estudios superiores por falta de financiamiento.

La lotería de becas con el respaldo de la Lotería de la Junta de beneficencia de Guayaquil se encargara de solventar el pago de pensiones al poseedor de la serie ganadora.

4. Justificación del tema.

A nivel nacional existen entidades financieras públicas como el IECE que apoya el desarrollo del recurso humano mediante la concesión de préstamos para realizar sus estudios en el país o en el extranjero, En el 2004, la cantidad fue de 1.652 préstamos, que sumaron más de 4’000.000 de dólares, y amplió otros 36 contratos. Hasta junio del 2005, la entidad había concedido 718 créditos más en Guayas, por alrededor de 1’800.000 dólares. Además de este también hay bancos que tienen convenios con varias instituciones universitarias.

Los Institutos Superiores otorgan becas por buen promedio y desempeño deportivo. Dado el incremento de los estudiantes por querer realizar sus estudios superiores y al no haber suficientes instituciones que brinden este fin benéfico surge este nuevo concurso mensual que becara a los estudiantes por el lapso de toda su carrera universitaria.

5. Definición del Producto

El siguiente producto esta dirigido a las personas que deseen obtener un titulo profesional. Mediante la realización de una lotería de beca estudiantil se pagaran los estudios superiores al que obtenga la serie ganadora. Los pagos se transferirán directamente al centro de estudios que el afortunado elija, estos pagos no sobrepasaran los $15,000 dólares USA, además sortearan otros beneficios que se definirán según los resultados de las encuestas.

6. Metodología del Juego

Este sorteo se realizará mensualmente en la ciudad de Guayaquil. Y los resultados serán difundidos por medios de comunicación escrita, radio y televisión.

Para la mecánica del juego se utilizarán cuarenta maquinas (POS) que emitirán las acciones o boletos, únicos comprobantes de compra y participación del juego, distribuidos dentro de la provincia del Guayas.

El juego de lotería será diferente al de los ya existentes en el mercado, este tendrá características peculiares de una Lotería en Línea, maquinas conectadas por redes telefónicas que emitirán acciones con dos tipos de juego, un número para el sorteo de la beca y una lotería instantánea que sorteara premios que serán definidos según las preferencias del publico.

La selección de la serie ganadora de la beca será entre las acciones emitidas, que no podrán ser mas de quinientas mil acciones. Gracias a enlaces de red, las cuarenta maquinas enlazadas a una computadora central ubicada en la oficina de Beca manía, se podrá

identificar que numeraciones se han vendido y cuales no. Con las acciones vendidas, durante el mes de promoción y guardadas en memoria respaldada, de la computadora central, se emitirá copia de los boletos vendidos debidamente identificados como COPIA DEL ORIGINAL. Esta reimpresión de las copias será frente a los medios de comunicación y autoridades competentes el mismo día del sorteo para garantizar la transparencia del proceso.
El día del sorteo se procede a depositar, dichas copias del original dentro de una ánfora de cristal, con presencia de las autoridades pertinentes y de los medios de comunicación para la selección manual de la serie ganadora de la BECA.

Como parte de la difusión cultural en la zona de lotería instantánea los boletos contendrán títulos de obras de arte mundial que tendrá que coincidir con el nombre del creador o artista para ganar otros tipos de premios definidos en las encuestas.

7. Reglamento del Juego.

1. Solo podrán hacer uso del premio mayor aquellas personas con instrucción mínimo de bachiller de una institución educativa aprobada por el Ministerio de Educación del Ecuador.
2. Solo se cancelarán los pagos correspondientes a 1 carrera universitaria.
3. Se pagaran los estudios en universidades y escuelas politécnicas ubicadas dentro del Ecuador.
4. La beca incluye los pagos correspondientes al PRE UNIVERSITARIO de ser necesario.
5. En caso de no haber sobrepasado los USD. $15,000 se cubrirá los gastos de la graduación.
6. Solo se emitirán 500.000 contratos o acciones que serán distribuidas dentro de la Provincia del Guayas.
7. Solo existirá un ganador del premio mayor.
8. El ganador deberá ser constante en sus estudios, es decir no podrá ausentarse de ellos más de un año calendario.
9. El estudiante ganador de la beca no podrá reprobar más de 2 veces la misma materia caso contrario pierde la beca.
10. Aquel ganador de la beca que logra graduarse con un promedio de mayor a 9, Automáticamente se hará acreedor del monto restante por gastar de su beca.
11. El ganador podrá realizar cambios de carrera o universidad por no más de 2 ocasiones.
12. En caso de cumplirse el inciso anterior el beneficiario pierde el goce del # 10.
13. Los pagos de la beca se los realizara directamente con las instituciones educativas que los ganadores seleccionen. Una vez que la universidad identifique al ganador como alumno de la institución se procede a la creación de una cuenta bancaria a nombre de Beca manía, con el banco que la universidad trabaje para que dicha institución debite del banco los pagos correspondientes.
14. Para casos especiales de personas que no cumplan los requisitos para estudiar en una universidad se utilizara fondos de inversión o administradoras de fondos con el fin de tener el dinero disponible en el tiempo que el individuo cumpla con los requisitos.
15. En caso de muerte del beneficiario de la beca se procederá a la cancelación, del monto no usado, a la persona que este estipule con antelación.
16. Por ningún concepto se entregara dinero en efectivo a los ganadores, a excepción del # 10 y 15, para evitar financiar actos ilícitos que perjudique al entorno social.
17. De ser necesario se cancelará gastos por material didáctico u equipos escolares por un monto de $3,000 siendo estos descontados de la beca y gastados en tiendas oficiales aprobadas por Beca manía.

8. Demanda Potencial.

Para determinar el mercado potencial del nuevo juego de lotería de becas se debería tomar como referencia la población de estudiantes universitarios más los bachilleres incorporados actualmente, como no se posee tal información nos basamos en el "VI Censo de Población y V de Vivienda 2001" del INEC que nos indican una población de 586,619 estudiantes que se encuentran en los siguientes niveles:

Tabla.1 Alumnado Estudiantil

Secundarios de 4 - 6	496,989
Post Bachiller de 0 – 3	18,045
Superior de 0 – 3	150,322
Suman	**665,356**

Cabe recalcar que esta demanda no tiene respaldo inmediato de compra y que esta basada en los ingresos futuros del consumidor. A su vez nos sirve para obtener "La Demanda Insatisfecha Potencial" cuyo resultado nos ayudara a determinar la viabilidad del proyecto.

Dmda Insatisfecha Potencial = Dmda Potencial – Oferta Futura.
SI ES (+) EL PROYECTO ES VIABLE
SI ES (-) EL PROYECTO NO ES VIABLE.
Para realizar este cálculo definimos la Oferta Futura como la cantidad ofrecida por la competencia más la

cantidad a ofrecer por nuestro proyecto. Asumimos una producción de 500,000 boletos sin series repetidas a producir por Beca Mania resaltando que no existe competencia.

Dmda Insatisfecha Potencial = 665,356 - 500,000 = 165,356.

Con el resultado obtenido, positivo, en la Demanda Insatisfecha Potencial definimos al mercado del producto como favorable para la ejecución del proyecto, y entonces se procede a determinar la demanda objetivo del proyecto, que normalmente es un porcentaje (menor al 100%), del balance, si éste resultó favorable.

Dmda Objetivo = % Dmda Insatisfecha Potencial

Este porcentaje fue obtenido de la pregunta 6 de la encuesta la cual es. ¿Jugarías La lotería cuyo premio fuera una beca universitaria? De esta obtuvimos que un 67% de los encuestados respondió de manera afirmativa.

Dmda Objetivo = 67% (165,356) = 110,788.52

9. Análisis de Oferta.

9.1 Análisis de los Competidores.

Dado que en la provincia del Guayas no constan estudios que evidencien la existencia de un juego de lotería cuyo premio sea una beca estudiantil podemos asumir que este producto es nuevo en el mercado.

9.2 Comercialización del Producto

Como observamos en la encuesta los principales destinos de distribución para nuestros clientes potenciales son los Centros de Estudios. A continuación el listado de Universidades y escuelas Politécnicas dentro de la Provincia del Guayas.

10. Matriz de expansión de mercado / producto (ansoff).

Esta matriz representa un marco de referencia para revisar la manera de mejorar las ventas de los productos de servicios existentes o diseñar nuevos productos y/u oportunidades de mercado.

Esta matriz muestra cuatro estrategias:

Tabla.2 Matriz de Expansión de Mercado / Producto.

	Productos existentes	Nuevos productos o servicios
Mercados existentes	Penetración de mercado	BECA MANIA Desarrollo de servicio o producto
Nuevos mercados	Expansión de mercado	Diversificación

Penetración de mercado: Una empresa al expandir su posición de mercado, intenta penetrar el mercado existente para sus servicios al atraer clientes que estaban con la competencia y al mejorar su retención de clientes. Lotería Nacional, en cada uno de sus juegos espera tener una penetración del 30% del total de boletos que puedan emitirse.

Desarrollo de servicio o de producto: Implica la introducción de nuevos servicios o productos en el mercado existente. Con los puntos de venta remotos, se podrán brindar otros servicios como venta de recargas electrónicas para teléfono celular, pagos de servicios básicos. Estos últimos dependerán de la constancia del juego.
Expansión de mercado: Es el alcance de nuevos mercados para servicios existentes. Esto quizá implique la identificación y la acometida de nuevos segmentos de mercado o incluir una expansión geográfica regional.

Diversificación: Es ofrecer servicios o productos a nuevos mercados.
Nuestro producto Beca Manía se encuentra ubicado en el cuadrante de Desarrollo de Producto ya que este es un nuevo juego de Lotería que sacara La Lotería Nacional y que se va ofrecer en el mercado actual.
El objetivo es enfocarse en el desarrollo del producto, de tal forma que se logre un incremento sostenido de las ventas y por ende un buen posicionamiento en el mercado, basándose en las características y atributos que satisfagan las necesidades de nuestros consumidores.

11. Promoción y Publicidad.

Es el conjunto de estrategias puestas en marcha para incentivar a los consumidores para que tomen las decisiones de compra, con estímulos: descuentos, obsequios, concursos y acciones publicitarias. Su función es acercar el producto a los consumidores en forma ventajosa y atractiva, inducir a la prueba y crear preferencia por nuestro nuevo juego. Sin dejar de lado los principios de transparencia y fines benéficos que la lotería debe mostrar.

Para cumplir estos objetivos y dar ha conocer el nuevo juego de lotería se lo va a promocionar de la siguiente manera:

- Los otros premios a sortearse como computadoras, pen drives, libros, serán de marcas con garantía y de mayor demanda en el mundo, con el fin de relacionarnos con marcas de prestigio.
- Material POP: se creará un excelente ambiente acorde con la imagen que se quiera proponer sobre la empresa mediante afiches, colgantes, letreros, colores y símbolos de la empresa, banners, etc. Con el objetivo de incentivar a la compra, diferenciar la empresa y posicionarla en el mercado.
- Visitas periódicas a las distintas universidades y escuelas politécnicas ofreciendo lapiceros, bolígrafos, borradores, y de mas útiles escolares con el logo de Beca Manía con la compra del Boleto.
- Publicidad en los distintos Medios de Comunicación de la provincia de Guayas. Tanto en televisión, prensa escrita y radio difusión. Para llegar a un número mayor de personas de esta manera se lograra un mayor impacto ya que estaremos en la fase de introducción.
- Merchandising, como es un producto nuevo en su presentación se hará promociones en diferentes puntos de venta de la provincia del Guayas por medio de una isla promocional de imagen innovadora en forma de muceta. A su vez este punto será de venta directa ya que los consumidores podrán adquirir su boleto.
- Brand Activation, por medio de esta herramienta de publicidad se promocionara Beca Manía de una forma activa en diferentes eventos de importancia de la ciudad.
- Publicidad a voces, con la entrega de premios y su difusion se espera incentivar a las personas compren lotería.

12. Plaza.

Se refiere al cubrimiento del mercadeo en los diferentes territorios o zonas de ventas. Aquí intervienen de manera decisiva los canales de distribución. La Plaza puede ser grande, mediana o pequeña en la medida en que la empresa pueda cubrir el mercado: local, regional o nacional, con la eficiencia requerida. La plaza será la provincia del Guayas.
La investigación de mercado nos dio como resultado que el primer lugar donde los consumidores comprarían el producto es en su centro de estudio, es así que para poder dar mayor accesibilidad, comodidad y ahorro de tiempo para nuestros clientes se distribuirá desde nuestra matriz principal en Guayaquil a los diferentes puntos de venta.

13. Objetivos de la distribución:

Lo que se busca con este tipo de distribución es lo siguiente:

- Determinar los mejores canales de distribución para llegar de manera eficiente a los potenciales consumidores.
- Obtener un margen de ganancia satisfactorio al distribuirlo a las islas, locales de lotería nacional en centros comerciales y supermercados.
- Lograr por medio de las islas y el carro ambulante, estar muy cerca del consumidor el cual no esta dispuesto a realizar un gran esfuerzo por obtenerlos, lo que se busca es crear utilidad de tiempo, porque pone el producto a disposición del consumidor en el momento que lo precisa.

14. Inversión

La inversión total para la instalación de este nuevo juego de Lotería se estima en $169.275.10 de los cuales a la Inversión en activos fijos y diferidos le corresponde el 25.75% que equivale a
$ 43.587.60 el saldo esta destinado a la Inversión en capital de trabajo por el monto de $ 125.687.50 que representa el 74.25% de la inversión total.

El siguiente cuadro resume toda la inversión que debe realizarse para llevar a cabo el proyecto.

Tabla. 3
Resumen de la inversión

Concepto	Monto (en US$)	%
Inversión en activos fijos y diferidos	43.587.60	25.75%
Inversión en capital de trabajo	125.687.50	74.25%
Total	**$ 169.275.10**	

Se ha considerado un 5% de improvistos por cualquier índole equivalente a $2,075.60.

Tabla. 4 Inversión Activos Fijos

Concepto	Costo dólares
Equipo de oficinas y ventas	32.762.00
Activo diferido	8.750.00
Subtotal	41.512.00
(+) 5% imprevistos	2.075.60
Total	**43.587.60**

15. Agradecimientos

Este proyecto no hubiese sido posible sin la influencia de nuestros profesores durante toda la carrera universitaria, sus directores y todo el personal que trabaja en la ESPOL por brindar un servicio de calidad y prestigio.
Un agradecimiento especial a la Econ. Sonia Zurita (Directora de la tesis) por ser nuestra mentora y orientadora en todos y cada uno de los temas tratados en la misma.
A nuestros padres por darnos su apoyo incondicional en cada etapa de nuestras vidas. Por ultimo pero mas especial agradecimiento a Dios, por la vida misma.

16. Recomendaciones

Cumplir con los objetivos de transparencia, en todos los pasos de producción y selección de series ganadoras, en la entrega de premios y pagos a proveedores, empleados y demás desembolsos para que no dañe la imagen del producto.

Los adecuados controles, tanto en los procesos productivos, promoción y atención a clientes con la finalidad de que estos se cumplan apuntado a los objetivos planteados en cada uno de los capítulos. La difusión de los ganadores e identificación de los compradores es importante en estos tipos de juegos.

El estado debería implementar, a nivel provincial, medios de apoyo como juegos de lotería, o otros métodos donde participe la voluntad y sentir de la población con fines de mejoras el bienestar social y en especial, a la educación.

El mismo estado mediante la contraloría general debería ser el único ente regulador de dichos juegos de azar.

Incrementar los premios a entregar a medida que el producto sea aceptado y el nivel de ventas sea alcanzado. Sin dejar de lado el fondo para inversiones Pro mejoras del sistema en educación superior.

17. Referencias

1. Nassir Sapag Chain y Reinaldo Sapag Chain, Preparación y Evaluación de proyectos, cuarta edición. Bogota 1995 – Colombia, McGraw – Hill.
2. Leopoldo A. Bernstein, Fundamentos de análisis financiero, Cuarta edición. México D.F. ediciones IRWIN, 1995.
3. William R. Dillon Thomas, La Investigación de Mercados, Tercera edición, Editorial Mc Graw Hill.
4. Philip Kotler y Gary Armstrong, Mercadotecnia, sexta edicion, Hispanoamericana, Editorial Prentice Hall.
5. Loteria Nacional, boletines informativos de premios y sorteos.