

Estudios que permiten un "Sorteo de Oro"

Licda. Liseth Lezcano

La idea de crear los "Sorteos de Oro" nace del interés de mejorar la oferta, como respuesta a un mercado que exige más competitividad en el siglo XXI, que incluye competir con juegos de azar vía internet, afirma el Director General de la Lotería Nacional de Beneficencia (LNB), Licdo. Israel Martínez.

Ante esta necesidad, la Junta Directiva de la LNB le solicitó a la Universidad Tecnológica de Panamá (UTP), un estudio sobre el lanzamiento del "Sorteo de Oro" y la aplicación de premios de incentivos en los billetes y chances de los sorteos ordinarios.

Este estudio contempló una investigación de mercado que determinó la factibilidad o no, de desarrollar este proyecto, pero con el respaldo de los compradores. El mismo fue liderado por el Prof. José Herrera, de la Facultad de Ingeniería Industrial de la UTP, quien se apoyó en colaboradores y estudiantes del Campus y de todos los Centros Regionales.

Las encuestas determinaron las preferencias del público con respecto al establecimiento de premios de incentivos en dichos sorteos, las aplicaron estudiantes de la UTP, luego de haber recibido una capacitación especial, para recabar esa información.

A los encuestados se les preguntó su opinión sobre la introducción de los premios de incentivos y cuáles serían los efectos sobre sus compras futuras. A los nuevos compradores se les consultó sobre cuántos chances y billetes estarían dispuestos a comprar y con base a esas respuestas se evaluaron los resultados, que fueron muy positivos, ya que se conoció el alto grado de aceptación del

público por este proyecto novedoso. De esta información también se desprende que al ponerse en práctica el proyecto, los incrementos en las ventas de chances y billetes compensarían los costos de los premios adicionales, obteniéndose un beneficio adicional para la Lotería.

Dos meses después de culminado el estudio, se le entregó al Director de la LNB los resultados y el equipo directivo de la Institución tomó la decisión de desarrollar, por primera vez, el Sorteo de Oro, propuesta que de acuerdo con el Licdo. Martínez: "robustece este producto haciéndolo más competitivo, con el propósito de aumentar las ventas, el ingreso por comisión a los billeteros y por ende incrementar la beneficencia que realiza la institución a favor de humildes panameños".

Afirma el Licdo. Martínez que a pesar del poco tiempo transcurrido de la puesta en marcha del "Sorteo de Oro", se han visto resultados positivos en las ventas, ya que en la actualidad, el porcentaje de las devoluciones ha disminuido en un 5.4% en comparación a los meses de enero y febrero del 2007.

La Lotería Nacional de Beneficencia se encuentra aún en la fase de divulgación y publicidad del producto, tomando en consideración que los clientes están en el proceso de familiarización con el mismo, por lo cual prevén un incremento mayor con los sorteos de los próximos meses. "Esta innovadora estrategia llegó para quedarse", afirma el funcionario, quien acotó que se contemplan 104 vehículos al año, uno por sorteo, ya sea de miércoles o domingo.

La LNB y la UTP tienen una historia en común pues desde 1995, y en el marco de un convenio de cooperación mutua, esta Institu-

ción ha solicitado los servicios de la Facultad de Ingeniería Industrial. Entre los estudios más importantes podemos destacar: Investigación dirigida a evaluar entre los consumidores, sus preferencias por los planes de premios actuales o propuestos para los billetes de los sorteos ordinarios y extraordinarios.

Estudio dirigido a los consumidores y no consumidores del Gordito del Zodiaco.

Investigación de mercado dirigida a los consumidores potenciales para evaluar la propuesta de cambio al actual plan de premios y otras variables de interés.

Investigación de mercados

dirigida a establecer la demanda potencial de consumidores de la Lotto Preimpresa.

Análisis del costo, volumen y utilidades brutas esperadas por la LNB de acuerdo a los factores considerados como más relevantes e influyentes en los niveles de operación para un aumento de la actual emisión de chances.

La UTP se ha ganado la confianza de esta sólida institución, gracias a la seriedad, prestigio y eficiencia con la que se desenvuelven sus idóneos colaboradores en cada proyecto que se les encomienda.



Cómo funciona el "Sorteo de Oro"

Este novedoso plan ofrece a los clientes la oportunidad de obtener un valor agregado por el mismo precio, con la siguiente mecánica: cada balota tendrá un número y una letra (A, B, C, D), que se anunciará al mismo tiempo en el primer premio del sorteo ejemplo: 4A, 6B, 9A, 5B, etc.

Chance: Si las dos últimas cifras son números altos (desde el 32 hasta el 99 incluyendo el 00) y salen las 4 letras en orden ubicadas al lado izquierdo, se ganan B/.14.00 adicionales, duplicando el premio a B/. 28.00 en el primer premio.

Si las dos últimas cifras son números bajos (desde 01 hasta el 31) y salen las 4 letras en orden, ubicadas al lado izquierdo, se gana B/.6.00 más, haciendo un total de B/.20.00 en el primer premio.

Billete: Si juegan los 4 números en el primer premio se gana B/.2,000.00 según el plan normal del sorteo, pero, si aparte de eso, sale la combinación de las letras, se hace acreedor a B/. 5,000.00 más y si su billete coincide con los 4 números del primer premio, pero no coincidieron en las letras NO IMPORTA! sigue jugando por un AUTO NUEVO al coincidir con la serie y el folio, tomando en cuenta que de no haber ganador en el Sorteo de Oro, se acumulará la suma de B/. 5,000 por sorteo. En el caso de la combinación de las letras y para el incentivo del vehículo la suma de B/.10,000 más el auto que corresponda a cada sorteo. El acumulado se aplica en sorteos de la misma naturaleza (de miercolito a miercolito y dominical a dominical). Los autos no son acumulativos, ni cambiabiles.