

Mercado Juegos de Azar

Ejes temáticos y conclusiones de la investigación cualitativa

Quiénes son los jugadores

- En la quiniela el que lidera la participación es el segmento bajo. Existe también un grupo de los segmentos medio y medio-alto que son empedernidos o viciosos.
- **JUGADOR FAMILIAR**
Sujeto enfocado al ámbito familiar, la “patrona” los niños, los vecinos, el voley y “el asado”. Padre de familia deseoso de cumplir con su rol de proveedor de recursos familiares y de generar para sus hijos un mejor futuro que la realidad de su presente.
- **JUGADOR COMPULSIVO**
Jóvenes y adultos de mediana edad, amantes de la vida intensa, con fuerte predisposición hacia el juego y las apuestas en general, Gustan tener objetos de valor, están buscando nuevas motivaciones en forma constante.
- **JUGADOR OCASIONAL**
Es aquel soñador, no involucrado directamente con el juego, compra en forma ocasional por impulso del momento, conforme a su estado de ánimo y disponibilidad financiera.

El “día a día” versus una chance para mejorar

- Los segmentos de jugadores más desposeídos juegan a la mañana y nuevamente a la tarde.
- La quiniela “me salva” el “día a día”, y el bingo es considerado un juego con mayores expectativas.
- *.En lo temporal los juegos de bingo y afines son considerados de “mediano y largo plazo”*
- *.En cuanto al público que juega se estima que el 70% está compuesto por el mismo grupo de jugadores; en el bingo se suman las amas de casa que habitualmente no juegan a la quiniela.*

El bingo es por televisión

- Tradicionalmente el juego del bingo está asociado a la difusión de los sorteos por un canal de televisión.

La base de distribución es amplia y extendida

- Existen en el mercado unos 14.000 quinieleros. Son los denominados “mesiteros” Existe consenso acerca de la inexorable llegada de la tecnología en un tiempo futuro.

La clase media-alta es tecnológica, juega y es reservada

- Las aplicaciones de tecnología de la información se consideran congruentes con un segmento socioeconómico medio y medio-alto.
- Informado en general en cuanto al uso de informática y equipos POS.
- Con más aceptación del cambio en cuanto poseen cultura de aprendizaje

Lo simbólico tiene más valor que lo económico-financiero

- El mayor peso de los significantes simbólicos depositados en objetos o productos, explica la continuidad de los negocios del tipo Autoplan o Plan Rombo y el fracaso rotundo de los planes cerrados de ahorro de dinero del tipo Círculo de Plata.
- Con un mercado amplio despegando en la clase alta y extendiéndose a los segmentos medios se encuentran los consumos asociados con la telefonía celular. *También otros productos de tecnología como Pc, laptop, palm, audio y video en general.*

El juego de azar puede y debe segmentarse según estilos de público

Una segmentación de públicos considera cual es la estructura específica de incentivos a la que responde cada diferente grupo de jugadores.

Servicio al cliente y privacidad del juego

En ciertos segmentos de la clase baja, el vendedor golpea la puerta y deja el cartón a domicilio

La faz vergonzante no es focal en la clase baja, aunque si se ha detectado el “que dirán los vecinos”, ya que en general los barrios medio-bajos y bajos suburbanos están orientados “puertas afuera” con la vereda (o la calle) como eje de la interacción social secundaria.

Privacidad y Tecnología

Un escenario de juego en la cabina de un ATM¹ estaría dotado de privacidad y también de tecnología.

¹ Nota del autor: Abreviatura de “automatic teller machine” o unidad automática de servicios bancarios.

Desea leer la obra completa? [Click aquí](#) para adquirir el libro.