

Montevideo, 21 de noviembre de 2020

SOLICITUD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA

Sra. ministra de Economía y Finanzas

Ec. Azucena Arbeleche

De mi mayor consideración:

José Ismael Grau, C.I. , con domicilio en la calle , ciudad de Montevideo, realizo la siguiente petición:

La ley 18.381 establece en su artículo 3 el derecho –sin necesidad de justificación alguna- de cualquier persona física o jurídica a acceder a información en poder de los organismos públicos, estatales o no estatales. Asimismo, en sus artículos 13 y siguientes establece un procedimiento preciso por el cual la administración se encuentra obligada a entregarme la información requerida en el plazo de 20 días hábiles. En este marco, solicito a usted que me haga entrega de la siguiente información en formato papel o digital:

—Estudio de mercado contratado a Equipos Consultores por la Dirección General de Casinos-MEF para la apertura de una sala de juegos en el shopping Nuevocentro.

En virtud de lo expuesto, y de acuerdo a lo dictado en la normativa citada, PIDO: se entregue, por la dirección a su cargo, en el plazo establecido por el artículo 15 de la ley 18.381 la información requerida en el presente escrito. Saluda a usted atentamente,

Teléfono:
Correo electrónico:

U
José Grau

2022-5-1

102427

69626 V

2020
Rosaura Gabriela Perillo Valdo
Ministra de Economía y Finanzas
Dirección General de Casinos y Juegos
Montevideo, Uruguay

1

OBJETIVOS y METODOLOGÍA



Objetivos







El objetivo general de la encuesta es generar insumos que contribuyan a evaluar la viabilidad de la apertura de una sala de juegos en el shopping Nuevocentro.

Los **objetivos específicos** son los siguientes:

- Identificar drivers o factores asociados a la concurrencia a salas de juego actuales y cuáles podrían estar presentes en una sala como la de Nuevocentro.
- Conocer el segmento de consumidores con alta predisposición a concurrir a la sala de Nuevocentro.
- Identificar factores asociados a la concurrencia a las salas de juego de distintos segmentos de población. Atractivo de una sala de juegos en Nuevocentro respecto a otras locaciones posibles.
- Explorar qué salas se verían afectadas por la nueva apertura.



Metodología

	Característica	Especificación
	Público objetivo	Personas de 30 a 75 años, residentes en Montevideo y su área metropolitana.
	Tamaño muestral	3.013 casos total (usuarios y no usuarios de salas de juego) y incluyendo 554 personas que van al menos 1 vez por año a algún casino.
	Ponderación	Los datos fueron ponderados por las variables de sexo, edad, nivel educativo y región (Mvd-Canelones-San José) según datos de la ECH 2019 del INE.
	Cuestionario	Elaborado de común acuerdo con el cliente.
	Modo de contacto	Se publicitaron encuestas a través de las redes sociales Facebook e Instagram. La plataforma de encuestas utilizada es Surveygizmo.
	Trabajo de campo	Las encuestas se realizaron entre el 10 de junio y el 23 de julio de 2020.

2

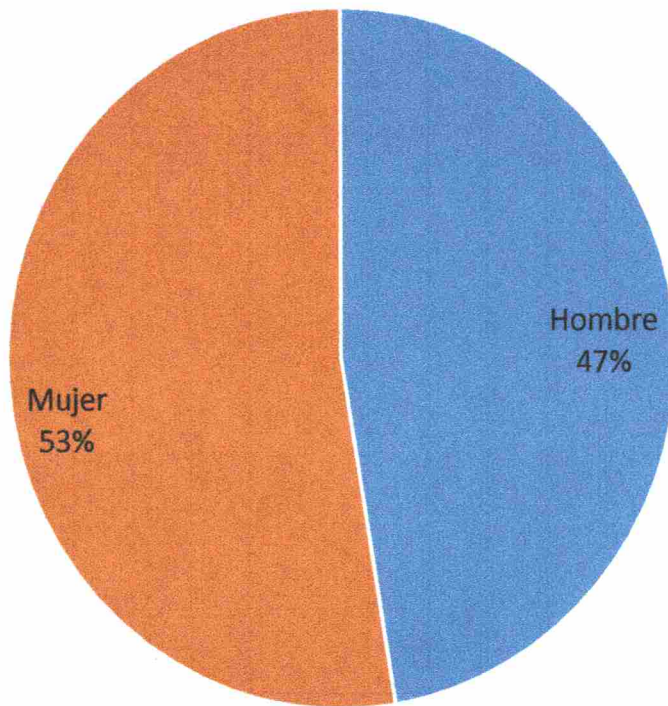
Características de los encuestados

Características sociodemográficas – PARÁMETROS POBLACIONALES

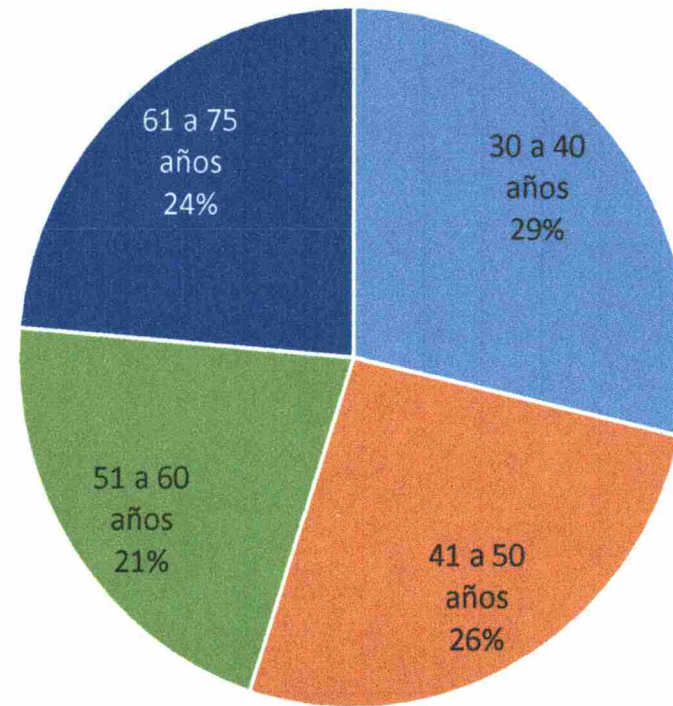
		Universo Personas entre 30 y 75 años residentes en Montevideo y Área Metropolitana		Muestra sin ponderar	
		Cantidad de personas	%	Cantidad de personas	%
Total		951.970	100%	3.013	100%
Sexo	Hombre	451.146	47%	1.144	38%
	Mujer	500.824	53%	1.869	62%
Edad	30 a 40 años	272.265	29%	641	21%
	41 a 50 años	251.115	26%	722	24%
	51 a 60 años	203.439	21%	812	27%
	61 a 75 años	225.151	24%	838	28%
Nivel educativo	Primaria y Ciclo Básico	397.265	42%	482	16%
	Bachillerato	278.698	29%	706	23%
	Terciario	276.007	29%	1.825	61%
Región	Montevideo	735.589	77%	2.583	86%
	Canelones	196.310	21%	408	14%
	San José	20.071	2%	22	1%

Características sociodemográficas

Sexo



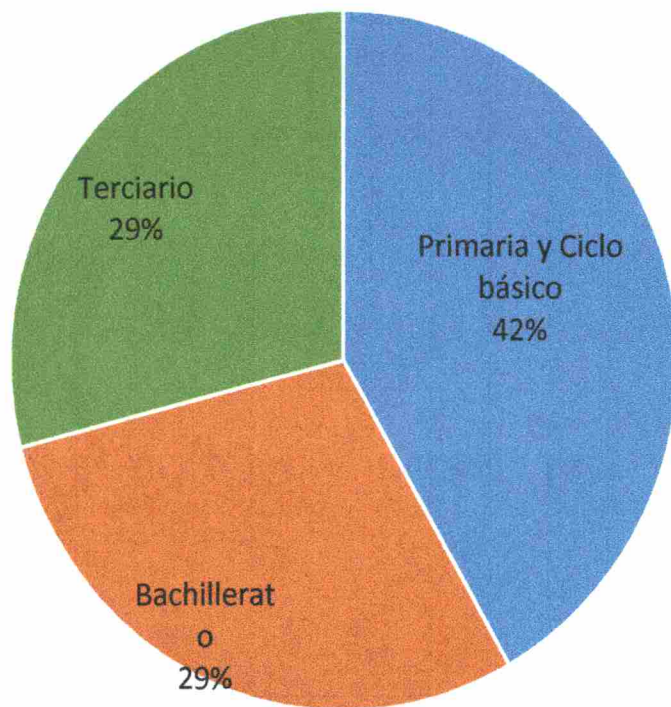
Edad



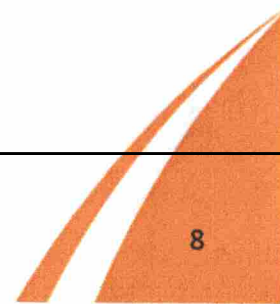
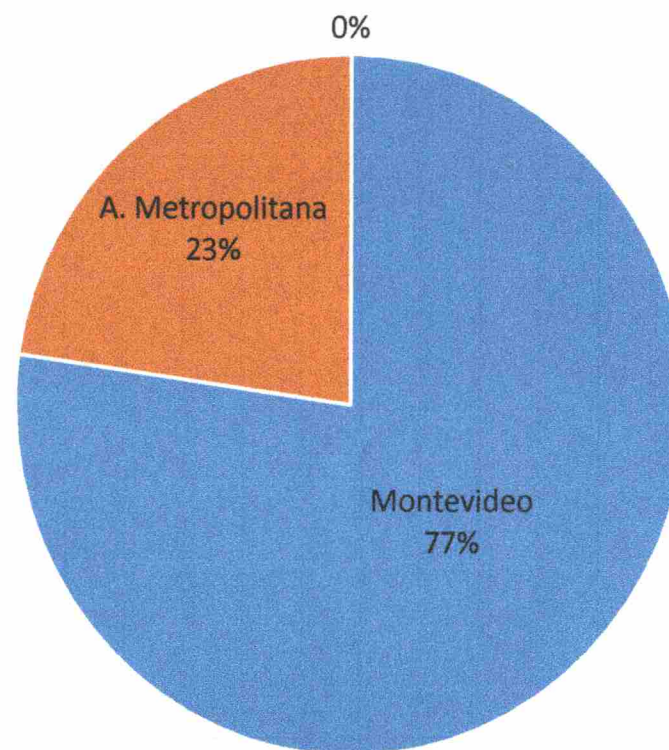


Características sociodemográficas

Nivel educativo



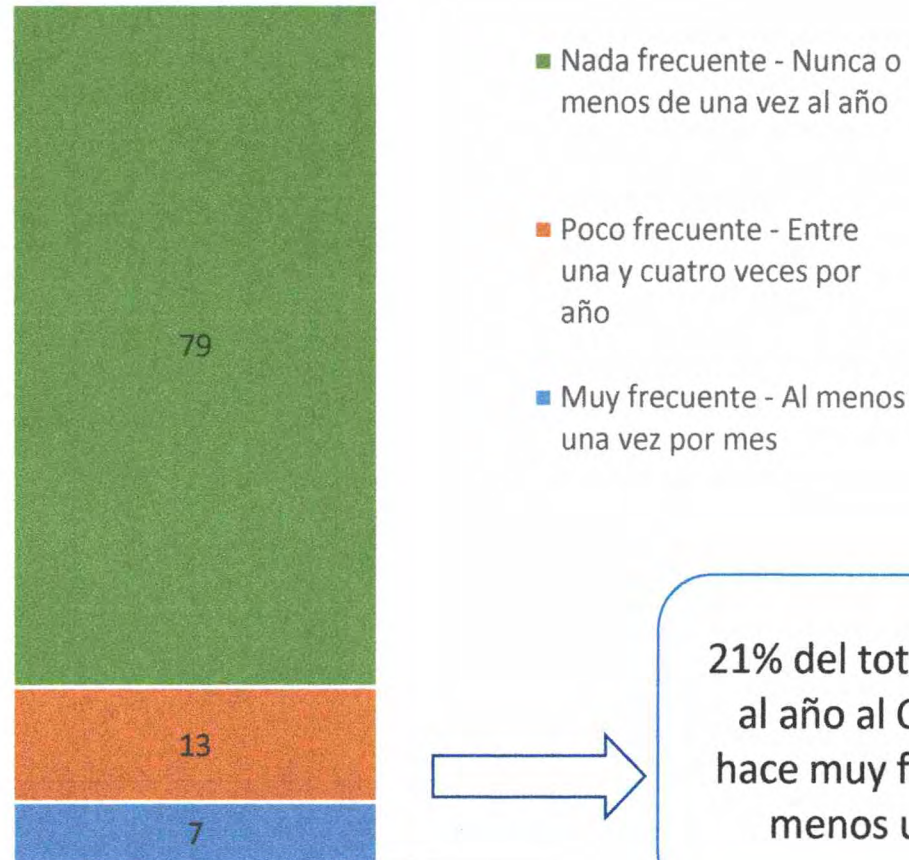
Residencia





Asistencia a Casinos o Salas de Juego (%)

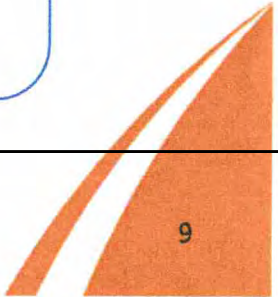
Frecuencia con la que va al Casino



- Nada frecuente - Nunca o menos de una vez al año
- Poco frecuente - Entre una y cuatro veces por año
- Muy frecuente - Al menos una vez por mes

21% del total asiste alguna vez al año al Casino, y un 7% lo hace muy frecuentemente (al menos una vez al mes).

Frecuencia con la que va al Casino



3

Concurrencia y vínculo con los Shoppings



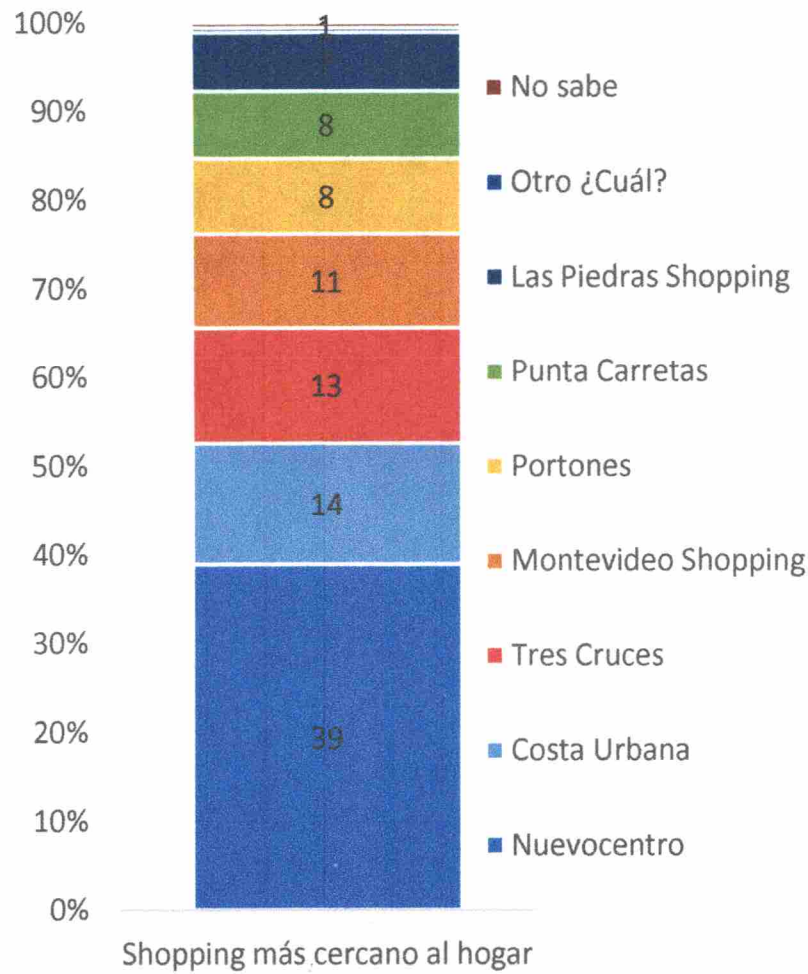
Principales hallazgos del capítulo

- Desde el punto de vista **locativo**, aspecto clave en este tipo de mercado, Nuevocentro es percibido por la mayoría relativa de los encuestados como el **shopping más cercano** tanto al **hogar** (por amplio margen) como al **trabajo** (compartido con Tres Cruces).
- Cuando analizamos los datos según la variable Asistencia a Casinos, la posición de Nuevocentro mejora muy significativamente: el 43% de las personas que visitan muy frecuentemente Casinos declara que se trata del shopping más cercano a su hogar.
- Adicionalmente, la **visita a shoppings es muy alta entre quienes son asiduos a los Casinos**, con una frecuencia declarada significativamente por encima del total: el 86% de personas asiduas a Casinos declara visitar algún shopping de forma muy frecuente (al menos una vez por mes).
- **Nuevocentro**, además de ser percibido como el shopping **más cercano** geográficamente por la mayoría relativa, es también el **más visitado** por el público estudiado (junto con Montevideo shopping).

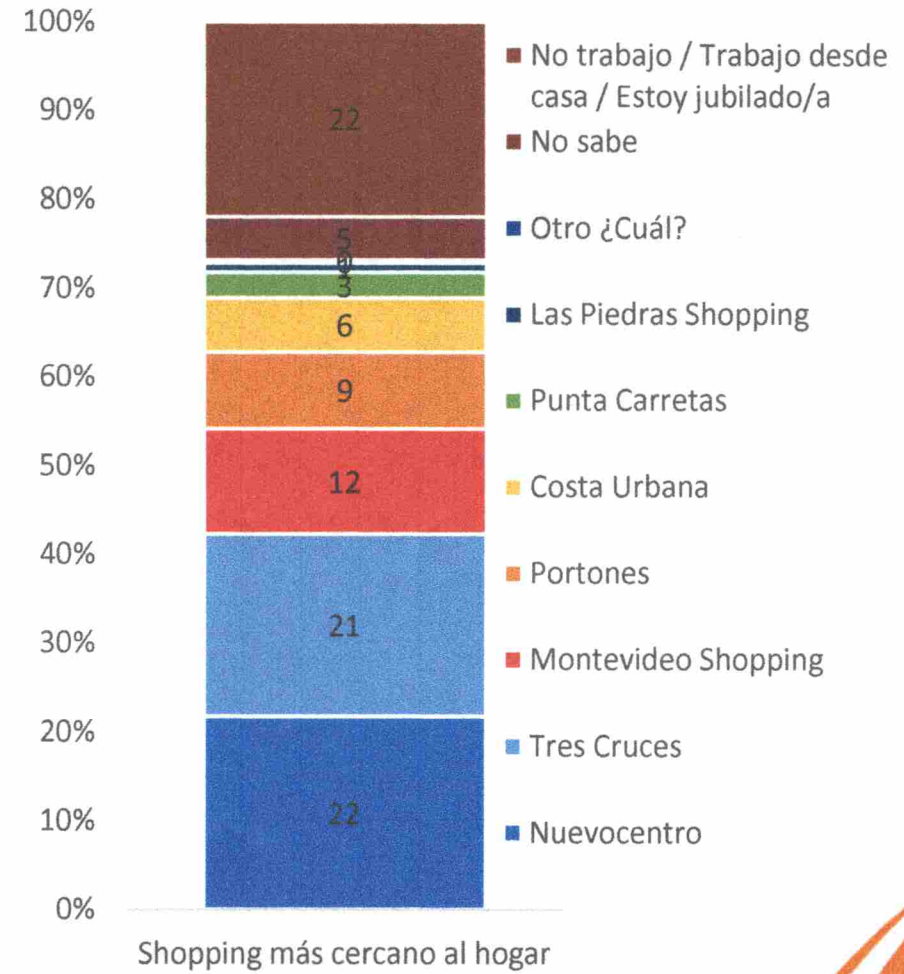


Shopping más cercano

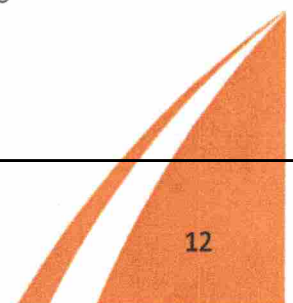
Más cercano al HOGAR



Más cercano al TRABAJO

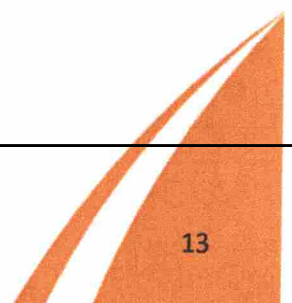
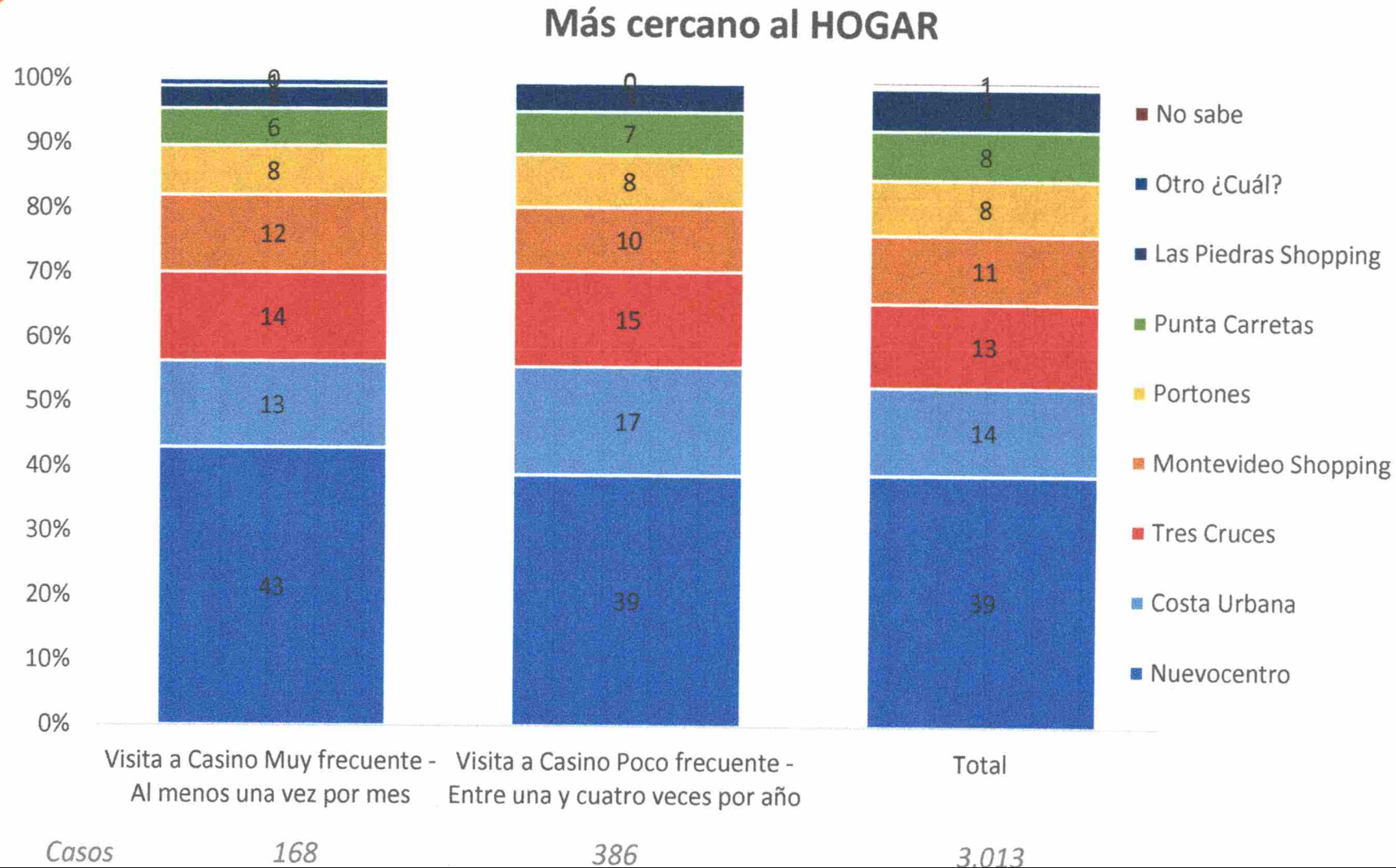


Base: Total de encuestados (3.013)





Shopping más cercano según frecuencia de asistencia a Casinos

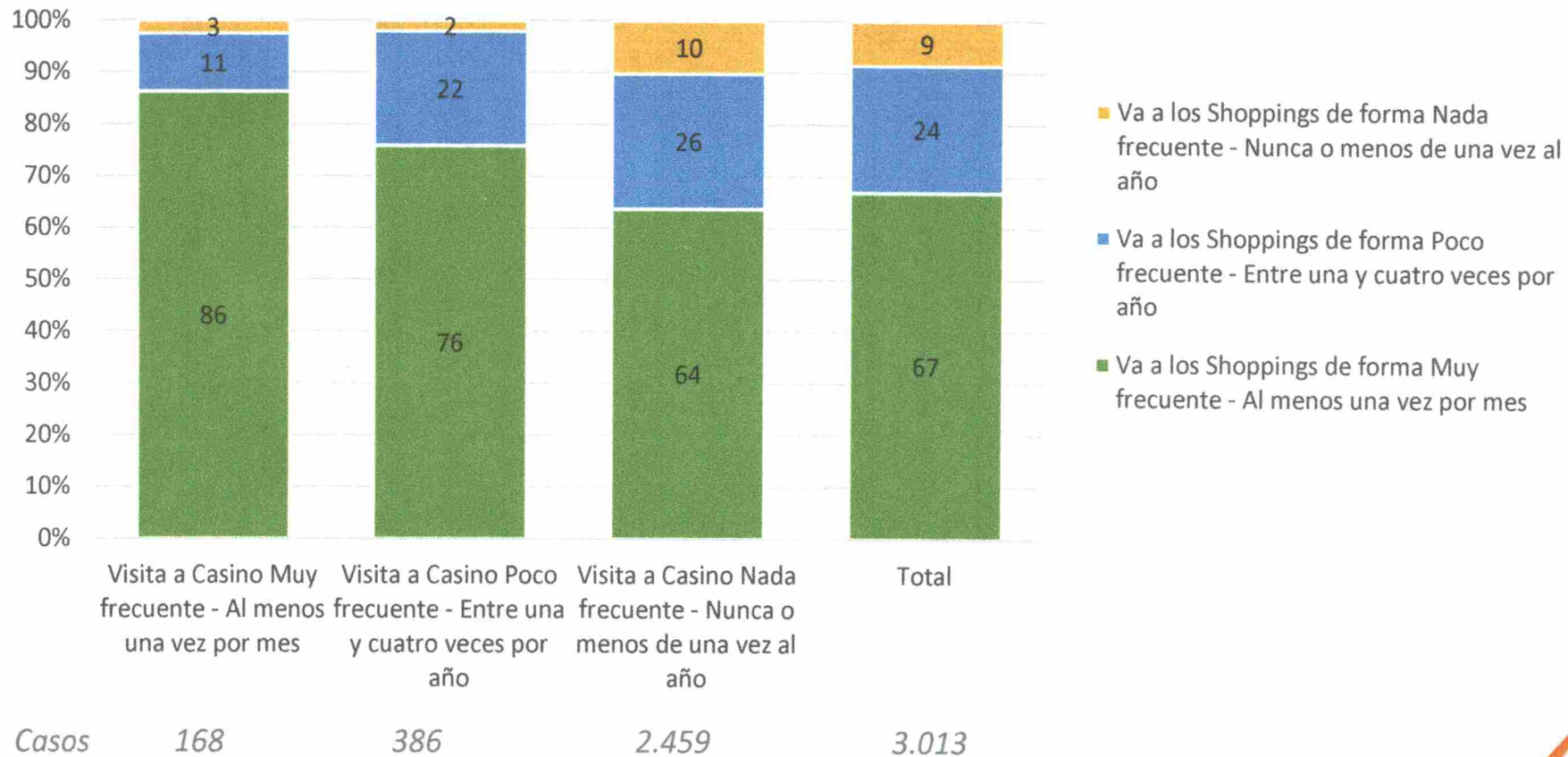




Frecuencia de visita a Shoppings según frecuencia de asistencia a Casinos

Los Shoppings aparecen como un potencial buen lugar para la instalación de Casinos ya que, como muestra la gráfica, a mayor nivel de juego, mayor nivel de concurrencia a Shoppings. Esto puede estar asociado al Casino Maroñas Entertainment del Montevideo Shopping.

El 41% de quienes van al casino muy frecuentemente, declaran que una de las actividades que realizan en el Shopping es, precisamente, ir a la Sala de Juego. Para el público en general, el dato desciende a 4%, lo que nos muestra que hay una relación estrecha en la idea de ir al Casino con la idea de ir a un Shopping.

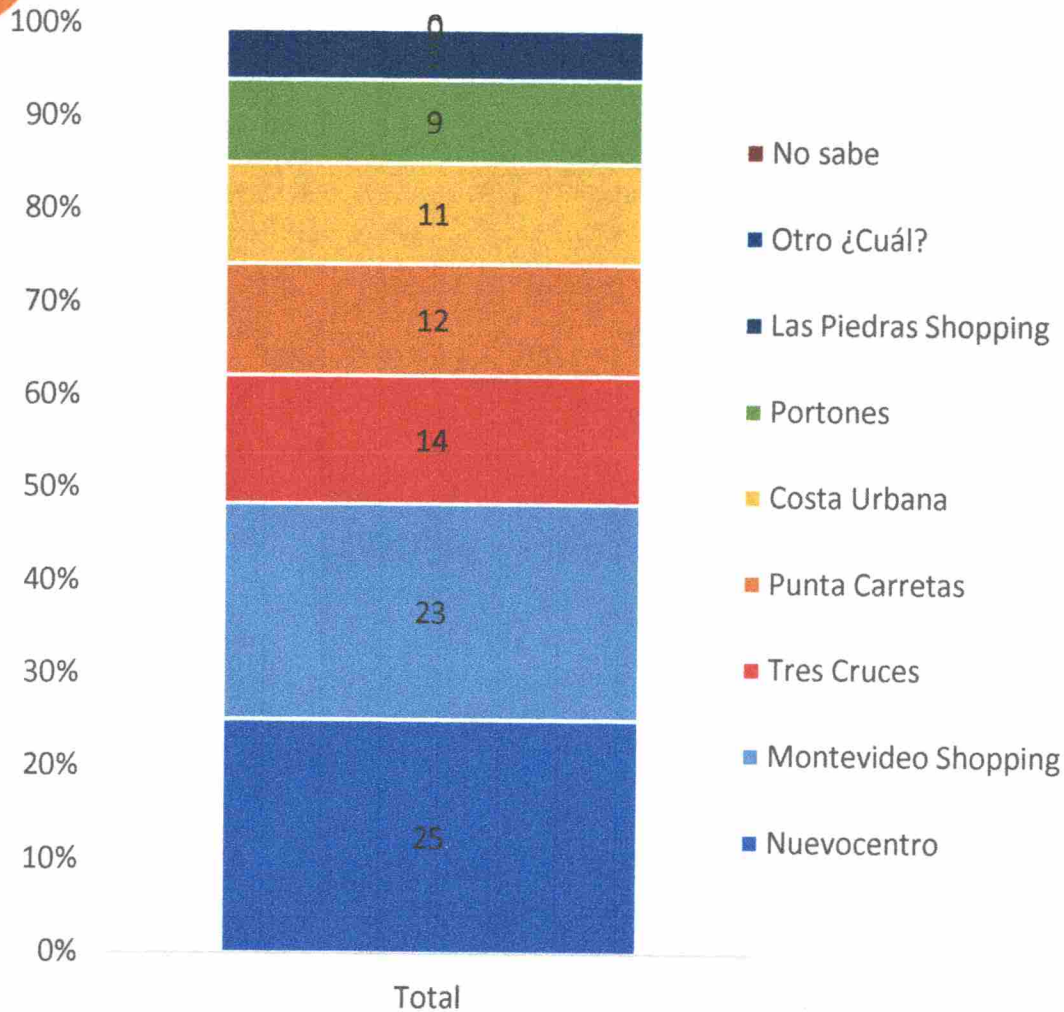


Base: Encuestados que concurren al Shopping por lo menos 1 vez en el año (2.811)

P.: ¿Con qué frecuencia dirías que concurre a algún shopping? A cualquiera de ellos Nota: Responde pensando en tu situación ANTES de la emergencia sanitaria

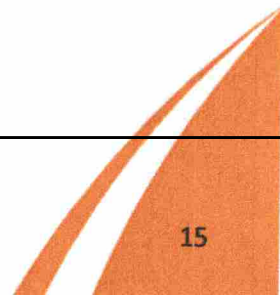


Shopping más frecuente



El Shopping Nuevocentro se refleja como un buen punto en la ciudad para instalar un nuevo servicio: no solamente es indicado como **el más cercano** a la población (39% dicen que es el más cercano a su hogar) sino, además, aparece como **uno de los más visitados**, junto al Montevideo Shopping.

Para el grupo de personas que van muy frecuentemente al Casino (168), la visita al Montevideo Shopping como centro más frecuente asciende a 38%, dato que complementa la información interpretada en la página anterior.



4

Concurrencia y vínculo con las Salas de Juego



Principales hallazgos del capítulo

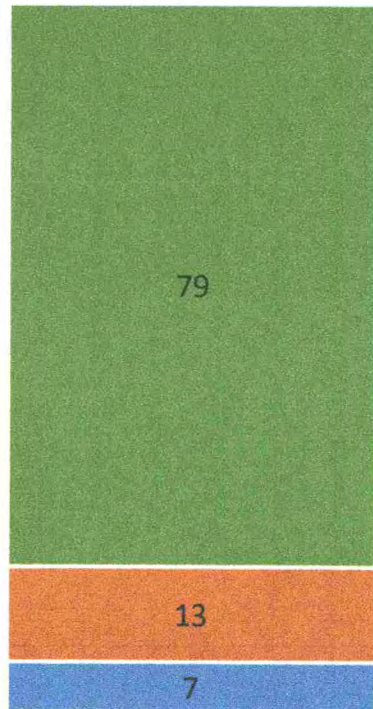
- Maroñas Entertainment **18 de Julio** y **Montevideo Shopping** son hoy las **salas preferidas** tanto por quienes van muy frecuentemente a casinos como por quienes van de forma poco frecuente.
- En 18 de Julio el horario de visita preferido es entre las 17hs y las 22hs. En Montevideo Shopping, en tanto, existe un porcentaje significativo (22%) que declara concurrir en cualquier horario, según pueda o sienta ganas.
- La permanencia declarada en Salas (tiempo de juego) es en la mayor parte de los casos de **dos horas o menos**, existiendo un 10% de jugadores que declara permanecer más de tres horas.
- El 60% de quienes visitan casinos al menos una vez al año declara **ir desde su hogar**, lo cual refuerza el **buen posicionamiento de Nuevocentro** como eventual localización de una nueva sala de juegos.



Asistencia a Casinos o Salas de Juego (%)

Frecuencia con la que va al Casino

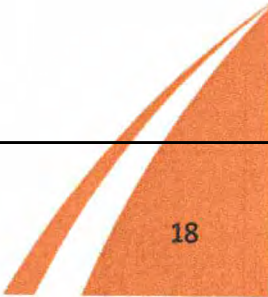
- Nada frecuente - Nunca o menos de una vez al año
- Poco frecuente - Entre una y cuatro veces por año
- Muy frecuente - Al menos una vez por mes



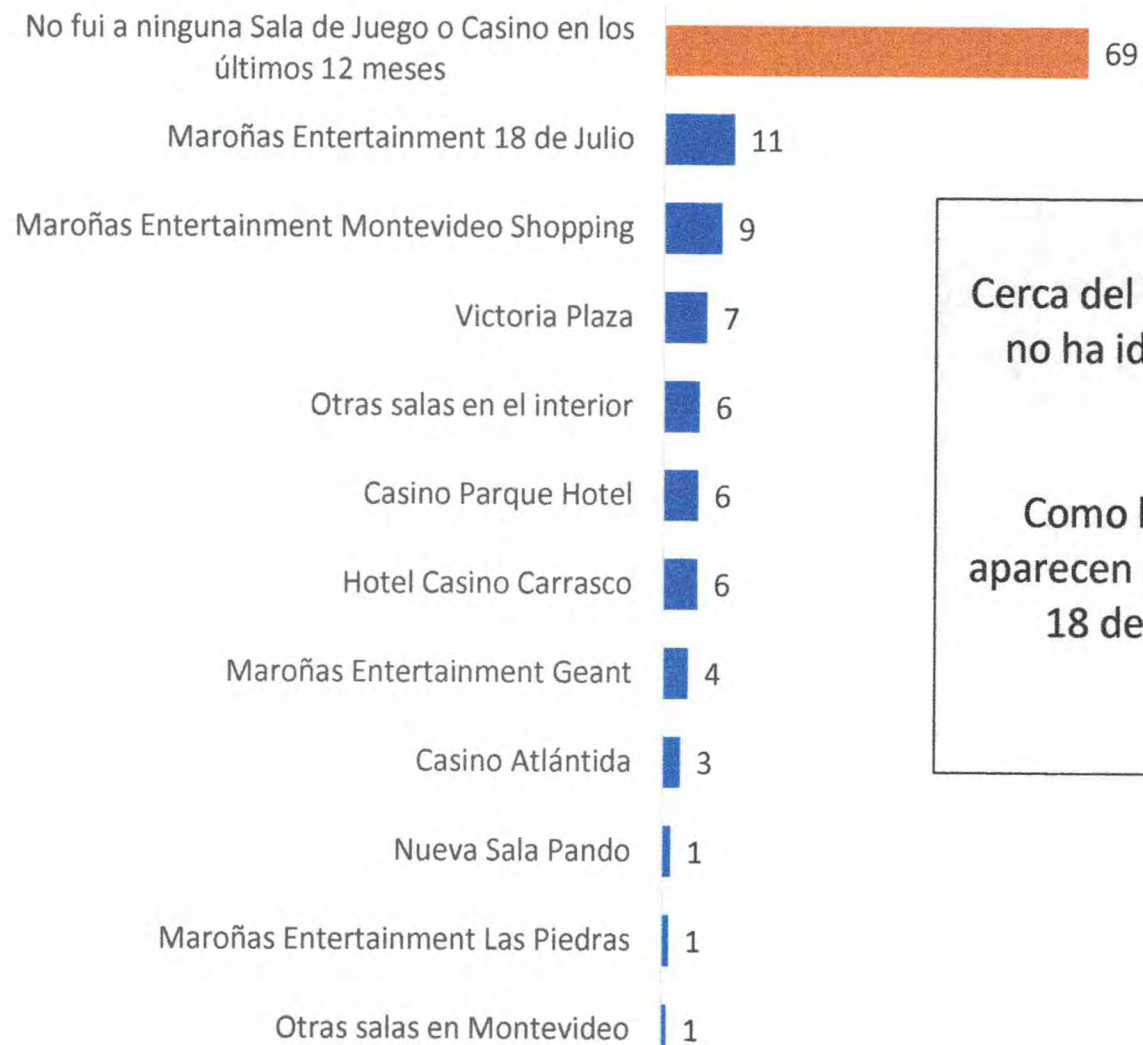
Frecuencia con la que va al Casino

Con respecto al **gusto** por ir al Casino, la mitad de los encuestados declara que no les gusta ni divierte ir. Al 33% le es indiferente aunque puede hacerlo alguna vez de forma recreativa, y al 16% le gusta o le divierte.

21% del total asiste alguna vez al año al Casino, y un 7% lo hace muy frecuentemente (al menos una vez al mes).



Asistencia a las distintas Salas de Juego (%)

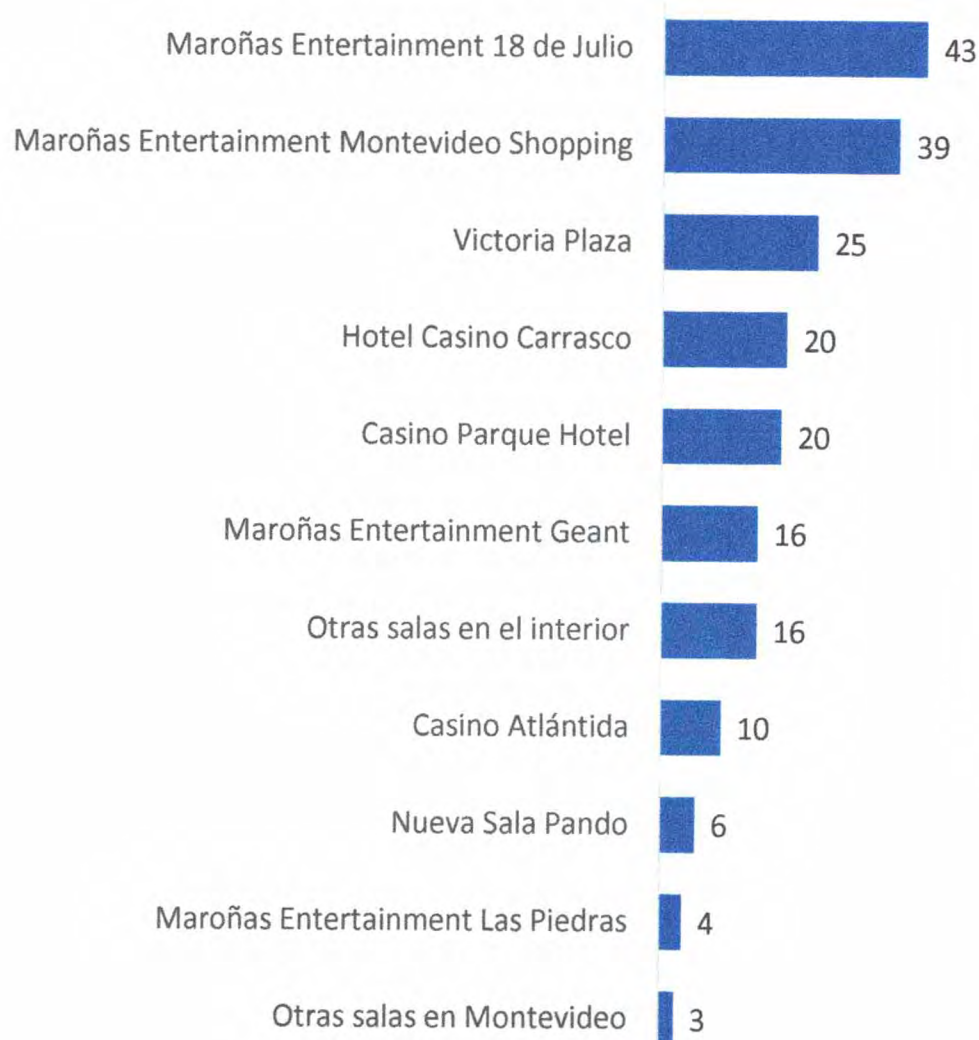


Cerca del 70% de los encuestados no ha ido a ninguna Sala en el último año.

Como la Salas más visitadas aparecen Maroñas Entertainment 18 de Julio y Montevideo Shopping.

Base: Total de encuestados (3.013)

Asistencia a las distintas Salas de Juego: Solo asistentes de Salas de juego (Muy frecuentes, poco frecuentes) - (%)

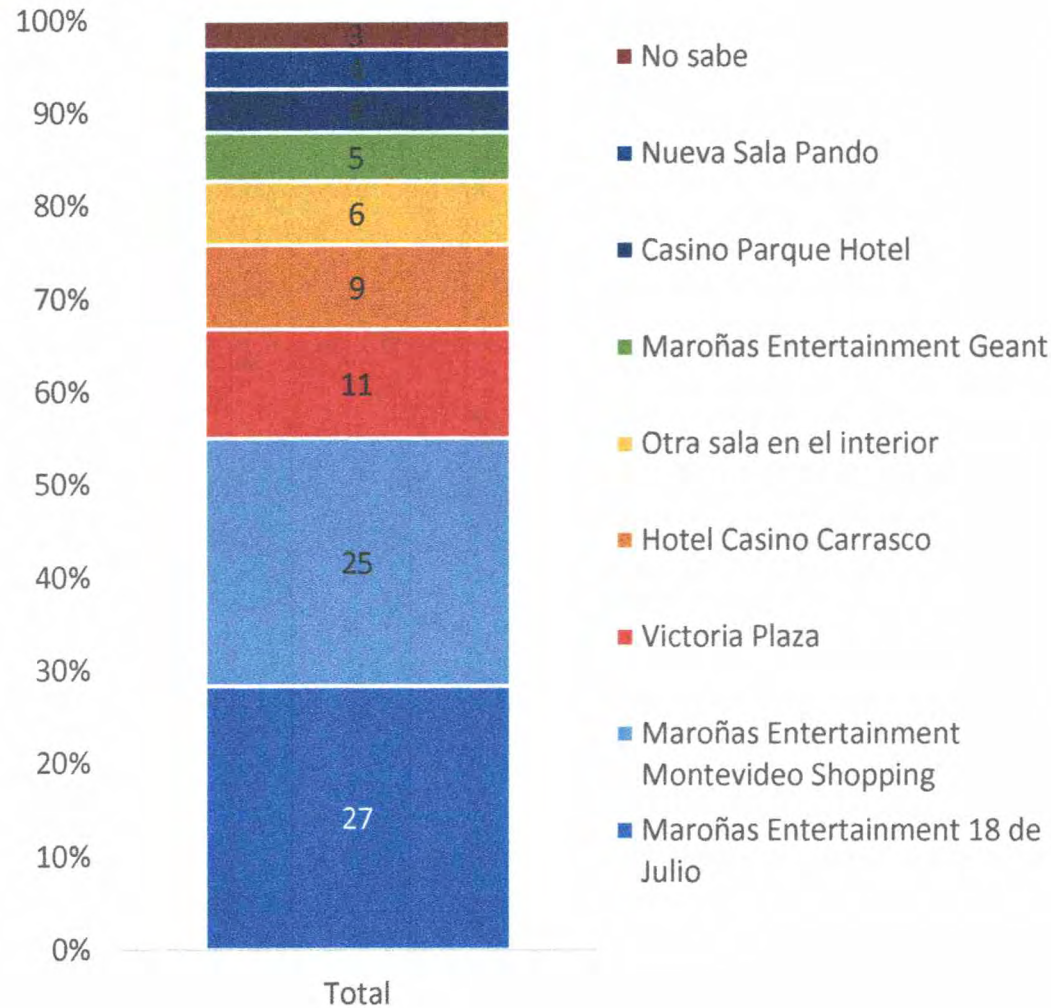


Al analizar solo las personas que dicen ir al menos una vez por año al Casino, se destaca aún más la importancia de las Salas de 18 de Julio y del Montevideo Shopping como las más populares.

Base: Encuestados que van al Casino al menos una vez al año (554)



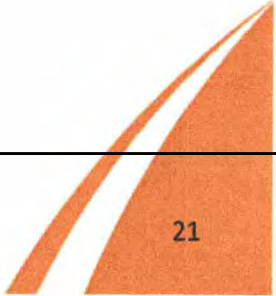
Sala de Juego más frecuente



18 de Julio y Montevideo Shopping son las salas más frecuentes de visita.

En el caso de 18 de Julio, además, más del 60% de los que van allí frecuentemente, dicen ir únicamente a esa sala, sin rotar entre otras.

Base: Encuestados que van al Casino al menos una vez al año (554)





Características de la visita a la Sala de Juego (%)

HORARIO DE JUEGO

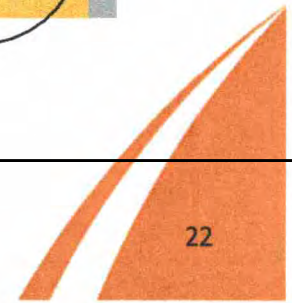
- De mañana, antes del mediodía
- Entre las 17 y 22 hs
- En cualquier horario, según pueda o me den ganas
- En la tarde antes de las 17 hs
- Después de las 22 hs
- No sé



Base: Encuestados que van al Casino al menos una vez al año (554)

SAIP Sr Grau_2.pdf ¿En qué horario concurre habitualmente a las Sala de Juegos/Casinos?

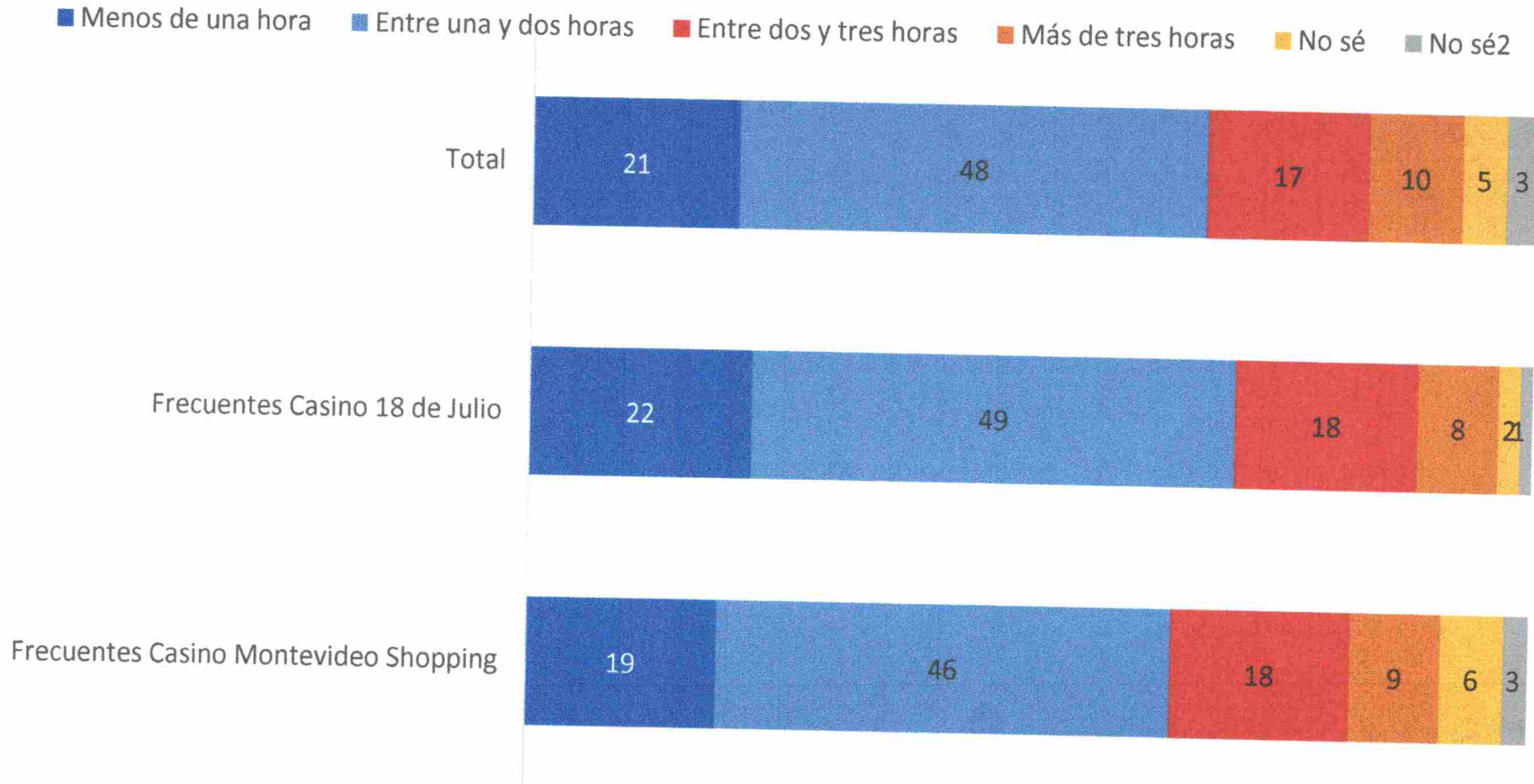
Nota: Solo se presentan las aperturas de los Casinos con más de 100 casos.





Características de la visita a la Sala de Juego (%)

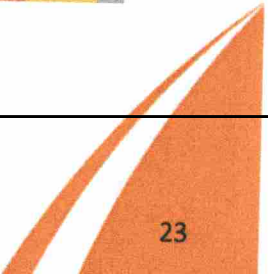
TIEMPO DE JUEGO



Base: Encuestados que van al Casino al menos una vez al año (554)

SAIP Sr Grau_2.pdf ¿Cuánto tiempo dirías que pasas en el Casino cada vez que vas?

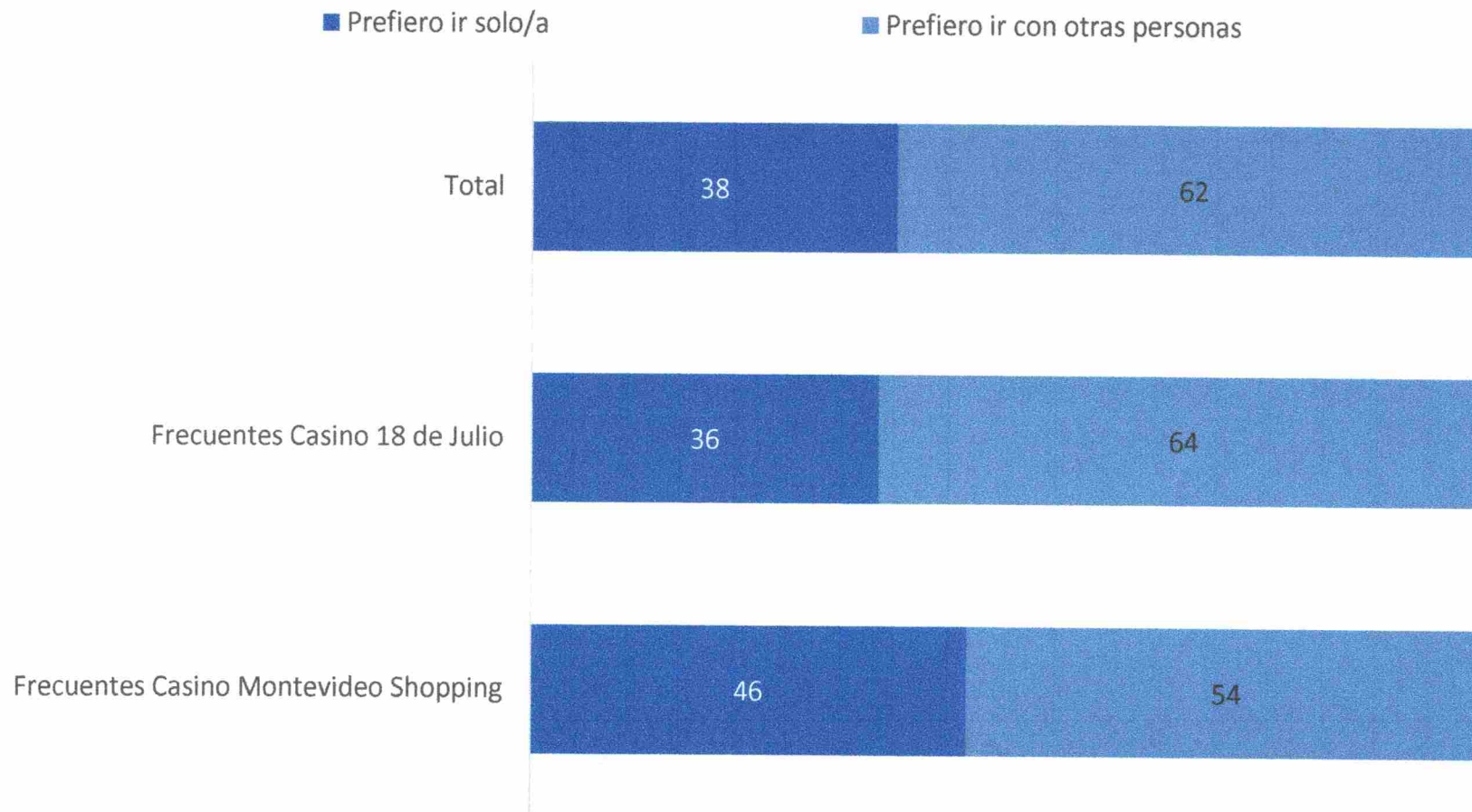
Nota: Solo se presentan las aperturas de los Casinos con más de 100 casos.





Características de la visita a la Sala de Juego (%)

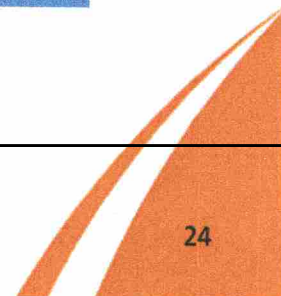
ACOMPAÑAMIENTO



Base: Encuestados que van al Casino al menos una vez al año (554)

SAIP Sr Grau.pdf en las veces que concurre a las Salas de Juego/Casinos, ¿prefieres ir solo/a o ir con otros acompañantes?

Nota: Solo se presentan las aperturas de los Casinos con más de 100 casos.



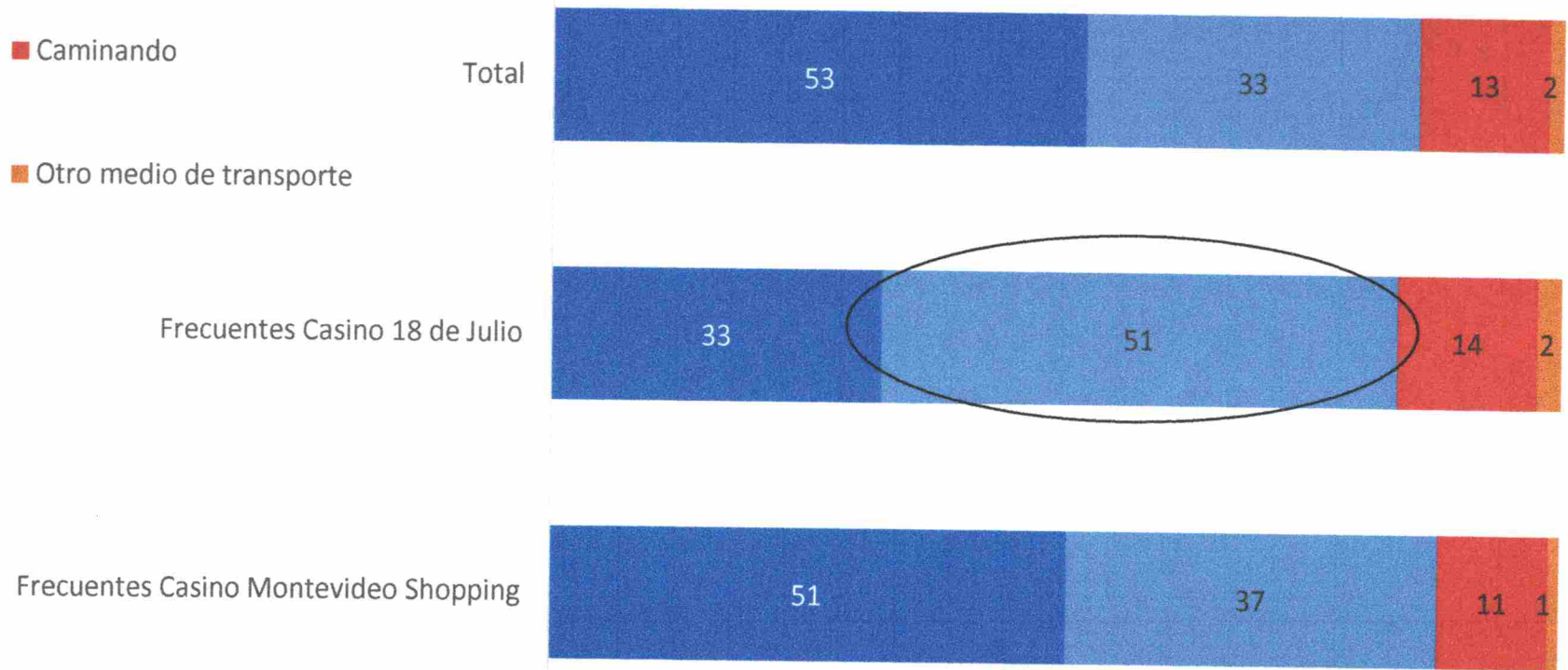


Características de la visita a la Sala de Juego (%)

- Vehículo (auto, moto) propio, de un amigo o un familiar
- Transporte público
- Caminando
- Otro medio de transporte

60% declaran ir al Casino desde sus hogares.

TRASLADO



Base: Encuestados que van al Casino al menos una vez al año (554)

SAIP Sr Gran 2.pdf Medio de transporte utilizas habitualmente para ir a la Sala de Juegos/Casino?

Nota: Solo se presentan las aperturas de los Casinos con más de 100 casos.

