

UNIVERSIDAD NACIONAL A DISTANCIA UNAD

ANÁLISIS DEL POSICIONAMIENTO DE LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA
EMPRESA DE APUESTAS “JER S.A” EN EL MERCADO DEL DEPARTAMENTO DE
BOYACÁ, COLOMBIA.

PRESENTADO POR:

JULIÁN FERNANDO VALDIVIESO TASAMÁ

PROYECTO APLICADO PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

ESPECIALISTA EN GERENCIA ESTRATÉGICA DE MERCADEO

PRESENTADO A:

DOCENTE FERNANDO HERNÁNDEZ MORENO

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

TUNJA NOVIEMBRE DE 2017

TABLA DE CONTENIDO

0. Introducción	Pag.3
1. Ficha técnica del estudio	Pag.5
1.1 Metodología	Pag.5
1.2 Canal de captura de la información	Pag.5
1.3 Población	Pag.5
1.4 Tipo de muestreo	Pag.6
1.5 Tamaño del muestreo	Pag.6
1.6 Fecha de realización	Pag.8
2. Objetivo general	Pag.9
3. Objetivos específicos	Pag.9
4. Población de estudio	Pag.9
5. Encuesta utilizada	Pag.10
6. Resultados generales y análisis de resultados	Pag.14
7. Conclusiones	Pag.66
8. Bibliografía	Pag.68
9. Tablas	Pag.72

INTRODUCCIÓN

JER S.A es la empresa multiservicios de Boyacá y también con presencia en Amazonas quien ganó la licitación pública para la explotación del juego de suerte y azar Chance en el departamento de Boyacá para el periodo comprendido entre el 2015-2020.

JER S.A tiene un variado portafolio de productos que permite a los clientes poder realizar un número importante de transacciones en un mismo sitio, generando esto un posicionamiento de marca y reconocimiento por su variado portafolio de productos.

El siguiente estudio de mercado se realiza con el fin de poder identificar que tan reconocida es JER S.A en el departamento de Boyacá y que tan reconocido es su variado portafolio de productos, adicional conocer los productos más consumidos o identificados por los clientes y no clientes, también determinar que desea encontrar una persona encuestada que reconoce a JER S.A como una marca Boyacense y que tiene más de 200 puntos directos en los diferentes municipios del departamento de Boyacá.

Este estudio de mercado que se ejecuta por medio de una encuesta que brinda la posibilidad de identificar criterios que salieron de la evaluación por medio de preguntas a personas que se escogieron de manera indiscriminada y que permitirán realizara actividades que permitan mejorar o implementar productos y servicios que la población requiere y que pueden convertirse en una oportunidad de negocio para JER S.A en los departamentos en los que tiene presencia y especialmente en el departamento de Boyacá que es en donde se aplicará.

La información que resulte de la aplicación de la encuesta, será la herramienta que permita mejorar en los diferentes aspectos que se evalúan, buscando con esto posicionar más la marca JER S.A y su variado portafolio de productos, siempre pensando y buscando que la

población boyacense identifique a JER S.A como su empresa de confianza para realizar un sin número de transacciones y que le ayudará a satisfacer sus necesidades de productos y servicios y vivir la mejor experiencia cuando requiera de los productos y servicios que están incluidos en su variado portafolio de productos.

El análisis y tabulación de la información que se recolecte se segmenta con base en los municipios que fueron la muestra para determinar las falencias o virtudes que se encuentren y ésta se hará basados en el municipio y su UAD (Unidad administrativa descentralizada) de influencia, ya que permite la intervención de un municipio, una zona, una UAD (Unidad administrativa descentralizada) y toda la empresa buscando la mejora por parte de JER S.A para la satisfacción de los clientes.

1. FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO

1.1 Metodología.

Se hará por medio de investigación por encuesta en donde las preguntas pueden ser de la siguiente manera:

- Abiertas: proporcionan información más amplia y con mayor variedad de respuestas.
- Cerradas: ofrece alternativas de respuesta.
- Dicotómicas: responder si o no.
- Elección múltiple: varias respuestas para que el entrevistado escoja.

La investigación se hará en campo, utilizando una muestra casual o accidental con el fin de determinar los clientes y los no clientes mayores de 18 años, hombres y mujeres, que ayuden a desarrollar el cuestionario y que coadyuven a identificar las razones por la cual se plantea el problema y que la identificación de estas variables permitan implementar estrategias comerciales para combatirlas y lograr los objetivos planteados por la empresa en su plan estratégico.

1.2 Canal de captura de la información.

La información que se necesita se obtendrá por medio de una encuesta que se realiza directamente a las personas, es decir, de manera presencial.

1.3 Población.

La población objetivo serán los municipios con mayor densidad poblacional en el departamento de Boyacá para así poder lograr una muestra representativa en donde el margen de error sea mínimo y se hará de manera indiscriminada, es decir, clientes o no clientes que permita tener mayor veracidad en la información

recolectada y que ayude a determinar o solucionar el problema de investigación para lograr resultados que mejoren a JER S.A.

Se tendrán en cuenta dos criterios para determinar los municipios que se tendrán en cuenta para la recolección de datos y serán todos aquellos que su población sea mayor a 15.000 habitantes como primera instancia, y el segundo criterio como excepción se tendrá en cuenta un municipio que tiene una población menor pero que se convierte en representativa porque en este sector funciona una UAD (unidad administrativa descentralizada) que es importante y ayudará a determinar en este municipio lo que se pretende en el proyecto aplicado.

Tabla 1

Municipios objeto de la encuesta

Nombre	Habitantes (2016)
Soatá	7 069
Chiquinquirá	66 203
Paipa	31 021
Moniquirá	21 345
Samacá	20 116
Tunja	191 878
Villa de Leyva	16 984
Garagoa	16 974
Nobsa	16 353
Ventaquemada	15 532
Aquitania	15 060
Duitama	113 105
Sogamoso	112.790

Fuente: elaboración propia.

1.4 Tipo de muestreo.

El muestreo que se utilizará es el probabilístico ya que todos los habitantes del municipio escogido pueden formar parte de la encuesta.

1.5 Tamaño de la muestra.

La muestra es infinita ya que no se conoce la cantidad de personas que utilizan o no utilizan los servicios de JER S.A, adicional esta muestra se aplicará a todas personas que permitan acceder a desarrollar la encuesta y permita desarrollar las variables consideradas como lo son el tamaño de la muestra y los municipios que son objeto de aplicación de la encuesta.

El muestreo que se utilizará es el aleatorio por conglomerados ya que es una población determinada y cualquiera de la población sirve para realizar el trabajo.

Para determinar la cantidad de personas a encuestar se utilizó la calculadora de muestras que se encuentra en la página http://www.corporacionaem.com/tools/calc_muestras.php en donde se utilizó un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 2
Tamaño de la muestra

Nombre	Muestra
Soatá	365
Chiquinquirá	382
Paipa	380
Moniquirá	378
Samacá	377
Tunja	384
Villa de Leyva	376
Garagoa	376
Nobsa	376
Ventaquemada	375

Aquitania	375
Duitama	383
Sogamoso	383
total encuestas	4.910

Fuente: elaboración propia

La herramienta que se utilizará para obtener los resultados es IBM PSSS Statistics Editor de datos, que es una herramienta de IBM y que se encuentra de manera gratis y fue la que permitió tabular la encuesta y obtener los resultados.

1.6 Fecha de realización.

La aplicación de las encuestas se realizó en el mes de Agosto de 2017.

2 Objetivo general.

2.1 Determinar qué tan conocida es la marca JER S.A y su portafolio de productos en el departamento de Boyacá y especialmente los juegos de suerte y azar.

3 Objetivos específicos.

3.1 Conocer que tanto los boyacenses saben o conocen de juegos de suerte y azar, especialmente de su principal producto Chance.

3.2 Sondar que tanto los boyacenses conocen la marca JER S.A y su portafolio de productos.

3.3 Saber que desean los boyacenses encontrar en los puntos de venta JER S.A.

3.4 Determinar qué población por género, rango de edad, nativo, frecuencia, utilizan los puntos de venta de JER S.A.

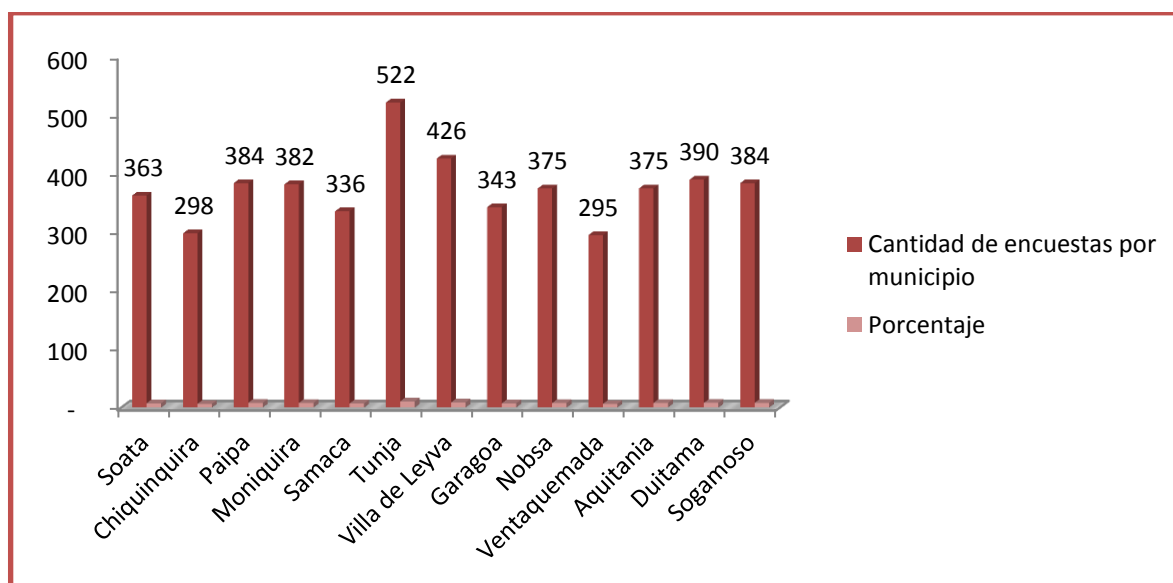
4 Población de estudio.

Tabla 3
Población de estudio

Municipio	Cantidad de encuestas por municipio	Porcentaje
Tunja	522	10,7%
Villa de Leyva	426	8,7%
Duitama	390	8,0%
Paipa	384	7,9%
Sogamoso	384	7,9%
Moniquira	382	7,8%
Nobsa	375	7,7%
Aquitania	375	7,7%
Soata	363	7,4%
Garagoa	343	7,0%
Samaca	336	6,9%
Chiquinquirá	298	6,1%

Ventaquemada	295	6,1%
Total	4.873	100,0%

Fuente: elaboración propia



Fuente: elaboración propia

5 Encuesta utilizada.

Pregunta número 1.

GENERO

MASCULINO

FEMENINO

OTRO

Pregunta número 2

¿CUAL ES SU EDAD?

ENTRE 18 -30

ENTRE 31 Y 40

ENTRE 40 Y 50

MAYOR DE 50

Las preguntas de la 1-2 de tipo cerrada están enfocadas en el objetivo específico número 3.4.

Pregunta número 3

¿EN QUE DEPARTAMENTO NACIÓ?

La pregunta número 3 es de tipo abierta ya que pueden existir muchas posibilidades de respuesta, adicional está persigue determinara si en el departamento de Boyacá los apostadores son de la región o vienen de otras regiones y que tiene su lugar de habitación en el departamento, esta pregunta está enfocada en el objetivo específico número 3.4.

Pregunta número 4

¿CONOCE A JER S.A?

SI

NO

SI SU RESPUESTA ES **SI**: ¿POR QUÉ?

La pregunta número 4 de tipo dicotómica está enfocada en el objetivo específico número 1, si la respuesta para esta pregunta es SI, el encuestador debe continuar a la pregunta número 5, por lo contrario si la respuesta a esta pregunta es NO la encuesta finalizaría en esta pregunta.

Pregunta número 5

¿CONOCE A JERO?

SI

NO

NOTA: SI LAS RESPUESTAS 4 Y 5 SON NO LA ENCUESTA TERMINA.

La pregunta número 5 de tipo abierta está enfocada al objetivo específico número 3.2.

Pregunta número 6

¿CREE EN LOS JUEGOS DE SUERTE Y AZAR?

SI

NO

¿POR QUÉ?

Pregunta número 7

¿CONOCE JUEGOS DE SUERTE Y AZAR?

SI

NO

SI SU RESPUESTA ES **SI**: ¿QUÉ JUEGOS CONOCE? (escribirlos en el orden que los indica el encuestado)

Pregunta número 8

¿CONOCE EL CHANCE?

SI

NO

Las preguntas 6,7 y 8 están enfocadas en el objetivo específico número 3.1.

Pregunta número 9

¿JUEGA CHANCE?

SI

NO

SI SU RESPUESTA ES NO: ¿POR QUÉ? (y pase a la pregunta 11)

Pregunta número 10

¿CADA CUANTO JUEGA CHANCE?

DIARIO

SEMANAL

QUINCENAL

MENSUAL

ESPORÁDICO

La pregunta número 9 y 10 de tipo dicotómica y abierta respectivamente están enfocadas en el objetivo específico número 3.2, y se convierten en unas preguntas relevantes que ayudarán a determinar que tanto conocen el producto Chance y adicional la cantidad de personas que juegan este tipo de juego de suerte y azar del portafolio de JER S.A y que es su principal producto.

Si la respuesta es SI el encuestador debe continuar en la pregunta número 12, si la respuesta es NO el encuestador debe pasar a la pregunta número 11 y continuar de manera normal.

Pregunta número 11

¿QUÉ OTRO TIPO DE JUEGOS DE AZAR JUEGA? (escribirlos en el orden que los indica el encuestado)

La pregunta número 11 de tipo abierta está enfocada en el objetivo específico número 3.2 y que va direccionada al conocimiento del portafolio de productos.

Pregunta número 12

¿CADA CUANTO JUEGA OTROS JUEGOS DE AZAR DIFERENTES AL CHANCE?

DIARIO

SEMANAL

QUINCENAL

MENSUAL

ESPORÁDICO

Las preguntas número 11 y 12 de tipo cerrada enfocadas en el objetivo específico número 3.2, ayudarán a conocer la periodicidad de juego de los juegos de suerte y azar y del producto principal Chance.

Pregunta número 13

¿QUÉ OTROS PRODUCTOS CONOCE DE JER S.A? (escribirlos en el orden que los indica el encuestado)

La pregunta número 13 de tipo abierta está enfocada en el objetivo específico número 3.2.

Pregunta número 14

¿CADA CUÁNTO UTILIZA LOS OTROS PRODUCTOS QUE CONOCE DE JER S.A?

DIARIO

SEMANAL

QUINCENAL

MENSUAL

ESPORÁDICO

La pregunta número 14 de tipo cerrada está enfocada en el objetivo específico 3.3 y3.4.

Pregunta número 15

¿QUÉ LE GUSTARÍA ENCONTRAR EN UN PUNTO DE VENTA DE JER S.A?

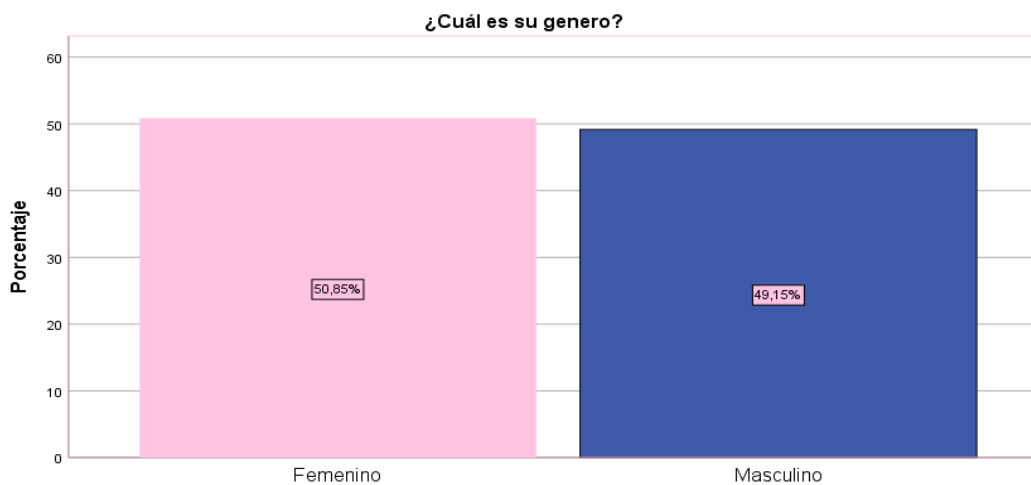
La pregunta número 15 está enfocada en el objetivo específico número 3.3.

6 Resultados generales de la encuesta.

Tabla 4

GENERO		
Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	2.478	50,9%
Masculino	2.395	49,1%
Total	4.873	100,0%

Fuente: elaboración propia



Del total de las encuestas realizadas se puede determinar que la encuesta se realizó de manera aleatoria e indiscriminada ya que los valores de encuestados en el género femenino es del

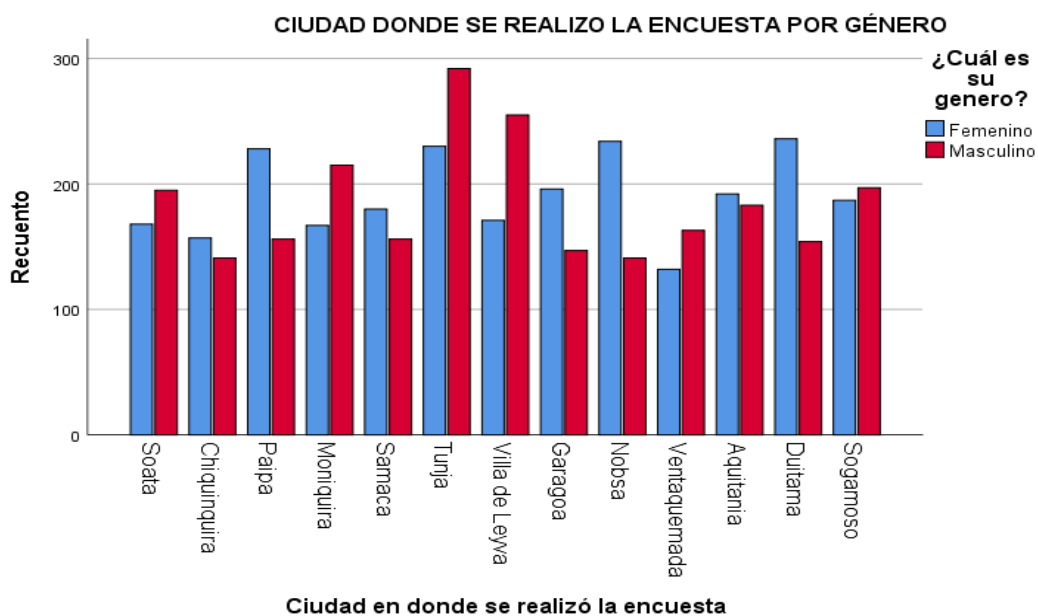
50,85% y el género masculino fue del 49,15%, es decir, que no se tuvo en cuenta algún género en particular para realizar la encuesta.

Esta información del género se convierte en un dato importante porque puede indicar situaciones relevantes en las encuestas y que permiten realizar acciones para mejorar la frecuencia o el conocimiento de la marca JER S.A.

Tabla 5
Tabla cruzada género por ciudad

Tabla por ciudad y genero					
Municipio	Femenino	%	Masculino	%	Total
Villa de Leyva	171	40,10%	255	59,90%	426
Moniquira	167	43,70%	215	56,30%	382
Tunja	230	44,10%	292	55,90%	522
Ventaquemada	132	44,70%	163	55,30%	295
Soata	168	46,30%	195	53,70%	363
Sogamoso	187	48,70%	197	51,30%	384
Aquitania	192	51,20%	183	48,80%	375
Chiquinquirá	157	52,70%	141	47,30%	298
Samaca	180	53,60%	156	46,40%	336
Garagoa	196	57,10%	147	42,90%	343
Paipa	228	59,40%	156	40,60%	384
Duitama	236	60,50%	154	39,50%	390
Nobsa	234	62,40%	141	37,60%	375
	2.478	50,90%	2.395	49,10%	4.873

Fuente: elaboración propia

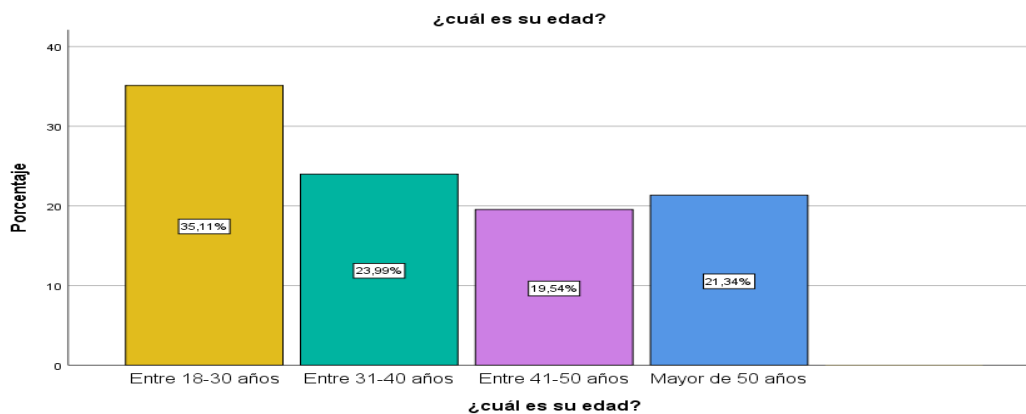


Los municipios en donde el género Femenino fue predominante es el municipio de Nobsa con un 62,4% y el género masculino fue en el municipio de Villa de Leyva con un 59,9%.

Tabla 6

¿Cuál es su edad?		
Rango	Frecuencia	Porcentaje
Entre 18-30 años	1.711	35,1%
Entre 31-40 años	1.169	24,0%
Entre 41-50 años	953	19,6%
Mayor de 50 años	1.040	21,3%
Total	4.873	100,0%

Fuente: elaboración propia



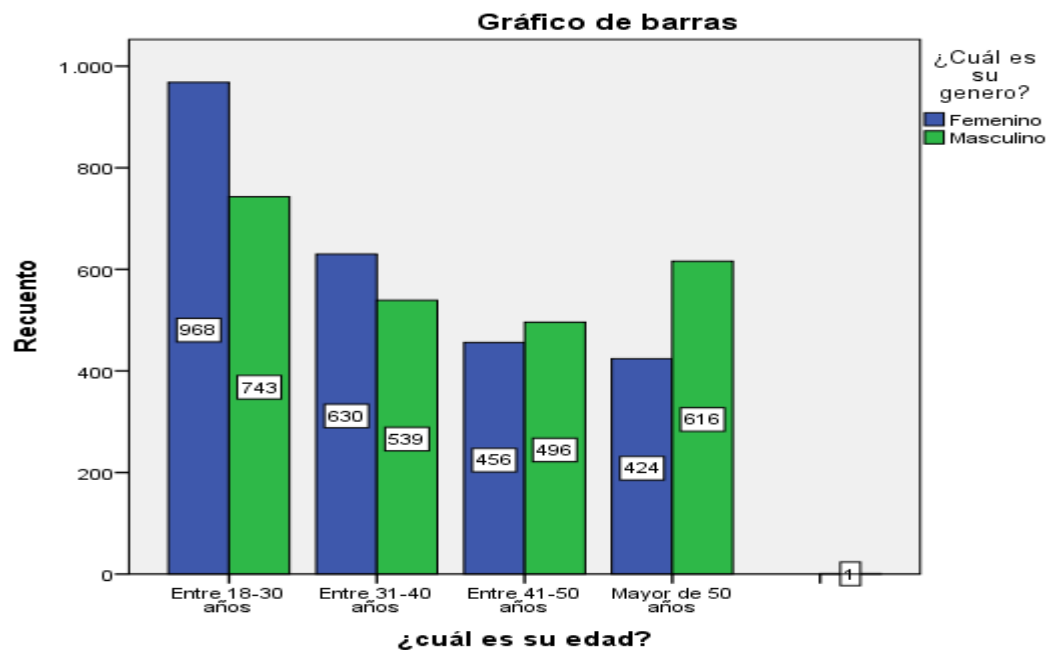
El 35.11% de las personas encuestadas se encuentran en el rango entre 18 – 30 años.

Tabla 7

Tabla cruzada rango de edad vs género

Tabla cruzada Rango edad vs Genero					
Rango	¿Cuál es su género?				Total
	Femenino	%	Masculino	%	
Mayor de 50 años	424	40,70%	616	59,20%	1.041
Entre 41-50 años	456	47,90%	496	52,10%	952
Entre 31-40 años	630	53,90%	539	46,10%	1.169
Entre 18-30 años	968	56,60%	743	43,40%	1.711
	2.478	50,90%	2.395	49,10%	4.873

Fuente: elaboración propia



En el rango entre 18 – 30 años el 56.6% que es el género femenino es el predominante.

En el rango entre 31 -40 años el 53.9% que es el género femenino es el predominante.

En el rango entre 41 – 50 años el 52.1% que es el género masculino es el predominante.

En el rango mayor a 50 años 59.2% que es el género masculino es el predominante.

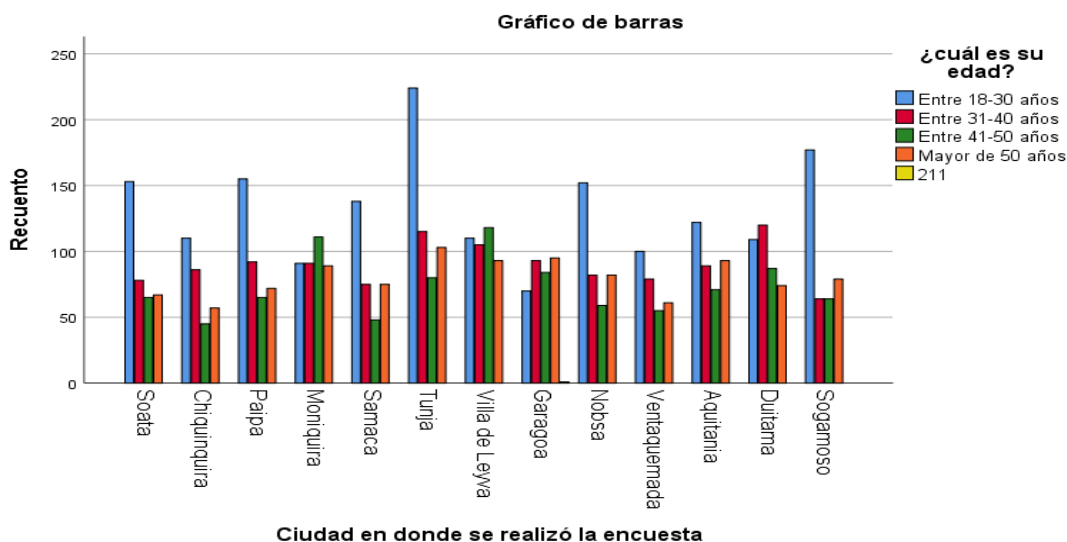
Tabla 8

Tabla cruzada ciudad vs edad

Tabla cruzada Ciudad en donde se realizó la encuesta y edad					
Municipio	Entre 18-30 años	Entre 31-40 años	Entre 41-50 años	Mayor de 50 años	Total
Soata	153	78	65	67	363
Chiquinquirá	110	86	45	57	298
Paipa	155	92	65	72	384
Moniquira	91	91	111	89	382
Samaca	138	75	48	75	336
Tunja	224	115	80	103	522

Villa de Leyva	110	105	118	93	426
Garagoa	70	93	84	95	343
Nobsa	152	82	59	82	375
Ventaquemada	100	79	55	61	295
Aquitania	122	89	71	93	375
Duitama	109	120	87	74	390
Sogamoso	177	64	64	79	384
	1.711	1.169	952	1.040	4.873

Fuente: elaboración propia



En el municipio de Soata la edad en donde hubo mayor cantidad de encuestados está en el rango entre 18 – 30 años.

En el municipio de Chiquinquirá la edad en donde hubo mayor cantidad de encuestados está en el rango entre 18 – 30 años.

En el municipio de Paipa la edad en donde hubo mayor cantidad de encuestados está en el rango entre 18 – 30 años.

En el municipio de Moniquira la edad en donde hubo mayor cantidad de encuestados está en el rango entre 41 - 50 años.

En el municipio de Samaca la edad en donde hubo mayor cantidad de encuestados está en el rango entre 18 – 30 años.

En el municipio de Tunja la edad en donde hubo mayor cantidad de encuestados está en el rango entre 18 – 30 años.

En el municipio de Villa de Leyva la edad en donde hubo mayor cantidad de encuestados está en el rango entre 41 – 50 años.

En el municipio de Garagoa la edad en donde hubo mayor cantidad de encuestados está en el rango mayor de 50 años.

En el municipio de Nobsa la edad en donde hubo mayor cantidad de encuestados está en el rango entre 18 – 30 años.

En el municipio de Ventaquemada la edad en donde hubo mayor cantidad de encuestados está en el rango entre 18 – 30 años.

En el municipio de Aquitania la edad en donde hubo mayor cantidad de encuestados está en el rango entre 18 – 30 años.

En el municipio de Duitama la edad en donde hubo mayor cantidad de encuestados está en el rango entre 31 – 40 años.

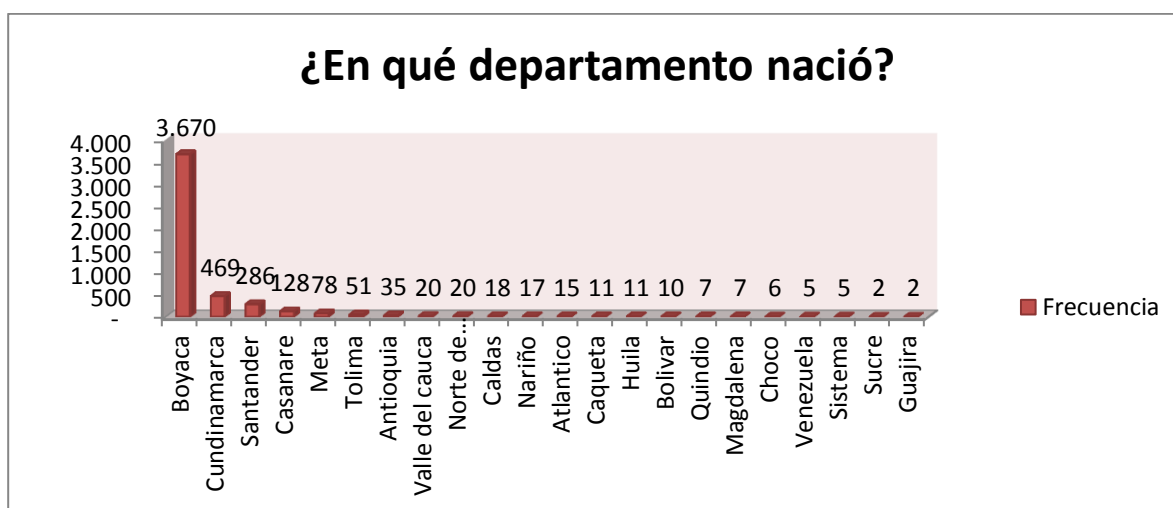
En el municipio de Sogamoso la edad en donde hubo mayor cantidad de encuestados está en el rango entre 18 – 30 años.

Tabla 9

¿En qué departamento nació?		
Municipio	Frecuencia	Porcentaje
Boyacá	3.670	75,3%
Cundinamarca	469	9,6%
Santander	286	5,9%
Casanare	128	2,6%

Meta	78	1,6%
Tolima	51	1,0%
Antioquia	35	0,7%
Valle del cauca	20	0,4%
Norte de Santander	20	0,4%
Caldas	18	0,4%
Nariño	17	0,3%
Atlántico	15	0,3%
Caquetá	11	0,2%
Huila	11	0,2%
Bolívar	10	0,2%
Quindío	7	0,1%
Magdalena	7	0,1%
Choco	6	0,1%
Venezuela	5	0,1%
Sistema	5	0,1%
Sucre	2	0,0%
Guajira	2	0,0%
	4.873	100,0%

Fuente: elaboración propia



De los 32 departamentos que tiene Colombia en Boyacá se pueden encontrar personas de 21 departamentos de Colombia haciéndola un departamento que aloja una población importante que no es de la región que representa un 24,7% de total de las personas encuestadas.

Tabla 10.

Tabla cruzada departamento de nacimiento vs género

¿En qué departamento nació?*¿Cuál es su género? tabulación cruzada					
Departamento	¿Cuál es su género?				Total
	Femenino		Masculino		
Boyacá	1.890	51,50%	1.780	48,50%	3.670
Cundinamarca	245	52,20%	224	47,80%	469
Santander	127	44,40%	159	55,60%	286
Casanare	59	46,10%	69	53,90%	128
Meta	41	52,60%	37	47,40%	78
Tolima	25	49,00%	26	51,00%	51
Antioquia	18	51,40%	17	48,60%	35
Valle del cauca	8	40,00%	12	60,00%	20
Norte de Santander	9	45,00%	11	55,00%	20
Caldas	6	33,30%	12	66,70%	18
Nariño	7	41,20%	10	58,80%	17
Atlántico	6	40,00%	9	60,00%	15
Caquetá	7	63,60%	4	36,40%	11
Huila	7	63,60%	4	36,40%	11
Bolívar	6	60,00%	4	40,00%	10
Quindío	5	71,40%	2	28,60%	7
Magdalena	2	28,60%	5	71,40%	7
Choco	3	50,00%	3	50,00%	6
Venezuela	3	60,00%	2	40,00%	5
Sucre	1	50,00%	1	50,00%	2
Guajira	2	100,00%	-	0,00%	2
	2.477	50,90%	2.391	49,10%	4.868

Fuente: elaboración propia

Se puede decir que en el departamento de Boyacá existen personas de las diferentes regiones de Colombia, pero se debe tener en cuenta que existe una gran influencia del departamento de Cundinamarca con 9.6% en donde el 52.2% son del género femenino y el 47,8% son del género masculino.

También se encuentra influencia de personas del departamento de Santander con un 5.9%, distribuido en un 44.4% en género femenino y un 45.6% de género masculino.

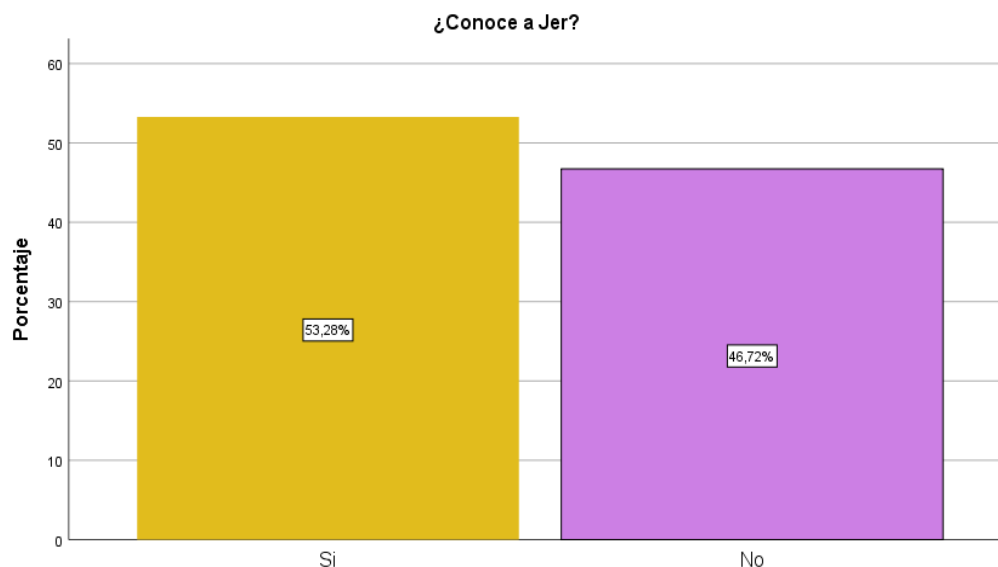
La influencia de Cundinamarca y Santander se debe a que son departamentos vecinos.

De los 32 departamentos que tiene Colombia, en el departamento de Boyacá se tiene presencia de 21, es decir, que el 24.7% de los encuestados no son oriundos del departamento y se debe tener en cuenta que debido a la situación del país vecino ya se tiene presencia Venezolana en el departamento que se pueden convertir en unos posibles clientes del portafolio de productos.

Tabla 11

¿Conoce a JER S.A?		
	Frecuencia	Porcentaje
Si	2.594	53,2%
No	2.275	46,7%
Total	4.869	99,9%
Sistema	4	0,1%
	4.873	100,0%

Fuente: elaboración propia



Aquí se tiene un insumo muy importante y es donde se debe comenzar a realizar un trabajo de marca para poder llegar a un porcentaje más alto de Boyacenses que conozcan a JER S.A, ya que del 100% de los encuestados solo el 53.2% conoce la marca JER. S.A.

Para las personas que no conocían a JER. S.A se les informó que era JER S.A y que se podía realizar en un punto de venta, en este trabajo realizado después de terminada la encuesta, es decir, el 43.7% se llevó la idea de lo que es JER S.A.

Se analizan los resultados que arroja la encuesta en esta pregunta y se identificó que muchas personas conocen a JER S.A como la Chancera, Pagatodo, apuesta Jer, la casa de apuestas, situación que se debe trabajar para que la marca en Boyacá sea identificada, este resultado se tendrá en cuenta ya que al finalizar la encuesta se habló con cada uno de los encuestados informando la razón de la encuesta y resultado que JER S.A es conocida por otros nombres o marcas diferentes.

Tabla 12
Tabla cruzada ciudad y conocimiento de la marca

Tabla cruzada Ciudad en donde se realizó la encuesta* ¿Conoce a JER S.A?					
Municipio	Si	%	No	%	Total
Soata	147	40%	216	60%	363
Chiquinquirá	262	88%	36	12%	298
Paipa	238	62%	145	38%	383
Moniquira	172	45%	210	55%	382
Samaca	146	43%	190	57%	336
Tunja	330	64%	189	36%	519
Villa de Leyva	163	38%	263	62%	426
Garagoa	284	83%	59	17%	343
Nobsa	185	49%	190	51%	375
Ventaquemada	142	48%	153	52%	295
Aquitania	152	41%	223	59%	375
Duitama	182	47%	208	53%	390
Sogamoso	191	50%	193	50%	384
Total	2.594	53%	2.275	47%	4.869

Fuente: elaboración propia

Analizando los resultados de la tabla cruzada es de tener en cuenta que de los 13 municipios en donde se realizaron las encuestas 9 de estos municipios tienen un porcentaje igual o superior al 50% de desconocimiento de la marca, es decir, que la actividad comercial a realizar se debe enfocar de manera específica por municipio y empezando por los municipios que tienen el mayor porcentaje de desconocimiento de la marca.

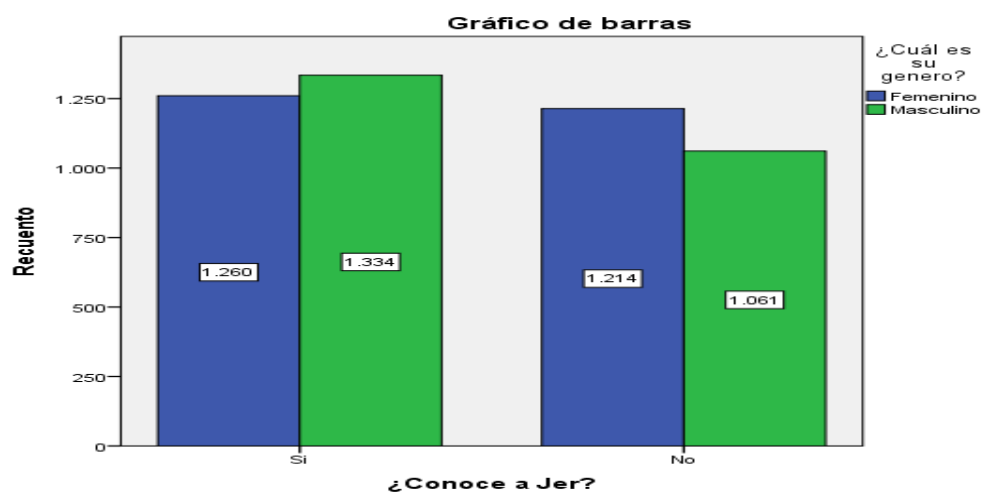
También podemos decir que municipios como Chiquinquirá, 88% conoce a JER S.A y Garagoa, el 83% conoce la marca JER S.A, estos valores representan un porcentaje alto de conocimiento de marca y aquí es poco lo que se debe realizar para el conocimiento de la marca y que posiblemente se deba es trabajar en el conocimiento del portafolio de productos.

Tabla 13

Tabla cruzada conocimiento de la marca y género

¿Conoce a JER S.A?* ¿Cuál es su género? tabulación cruzada					
	¿Cuál es su género?				Total
	Femenino	%	Masculino	%	
Si	1.260	48,60%	1.334	51,40%	2.594
No	1.214	53,40%	1.061	46,60%	2.275
	2.474	50,80%	2.395	49,20%	4.869

Fuente: elaboración propia



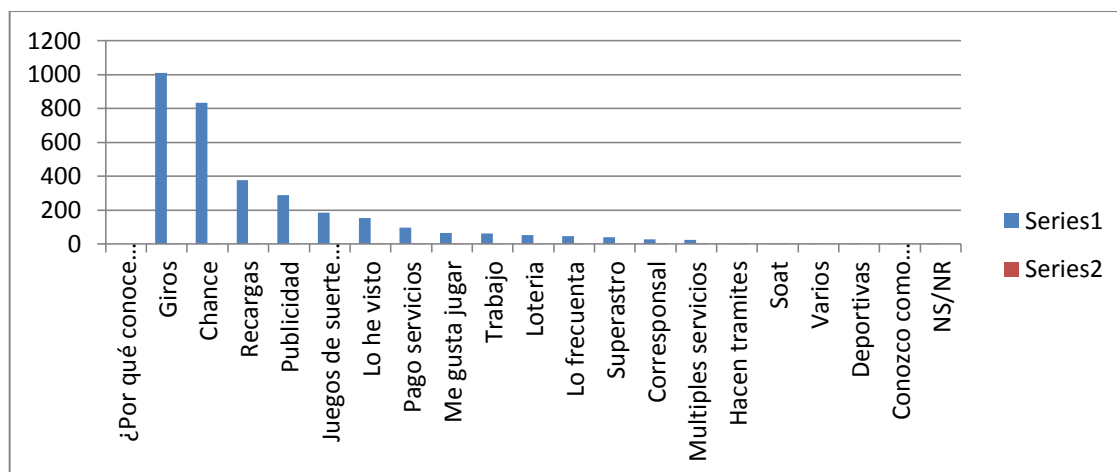
Se puede analizar los resultados por género que JER S.A es más conocido por el género masculino con un 51.4%, que por el género femenino con un 48.6%.

El género femenino tiene un desconocimiento de la marca JER S.A del 53.4%, esto significa que se debe comenzar a trabajar de manera muy fuerte para lograr cautivar este género con estrategias comerciales que motiven a las mujeres a frecuentar a JER S.A no solamente por los juegos de suerte y azar sino por todo el portafolio de productos.

Tabla 14

¿Por qué conoce a JER S.A?		
Giros	1.009	30,90%
Chance	832	25,50%
Recargas	377	11,60%
Publicidad	287	8,80%
Juegos de suerte y azar	183	5,60%
Lo he visto	152	4,70%
Pago servicios	96	2,90%
Me gusta jugar	65	2,00%
Trabajo	61	1,90%
Lotería	51	1,60%
Lo frecuenta	45	1,40%
Superastro	41	1,30%
Corresponsal	27	0,80%
Múltiples servicios	24	0,70%
Hacen tramites	3	0,10%
Soat	3	0,10%
Varios	2	0,10%
Deportivas	1	0,00%
Conozco como apuestas Jer	1	0,00%
NS/NR	1	0,00%
Total general	3.261	100%

Fuente: elaboración propia



Analizando los resultados se puede decir que el 30.9% de las personas que conocen a JER S.A, la conocen en primer lugar por el producto giros, en segundo lugar por el producto Chance con un 25.5% y en tercer lugar están las recargas con un 11.6%.

Es decir que el 68% de los encuestados que conocen a JER S.A, la conocen por Giros, Chance y Recargas.

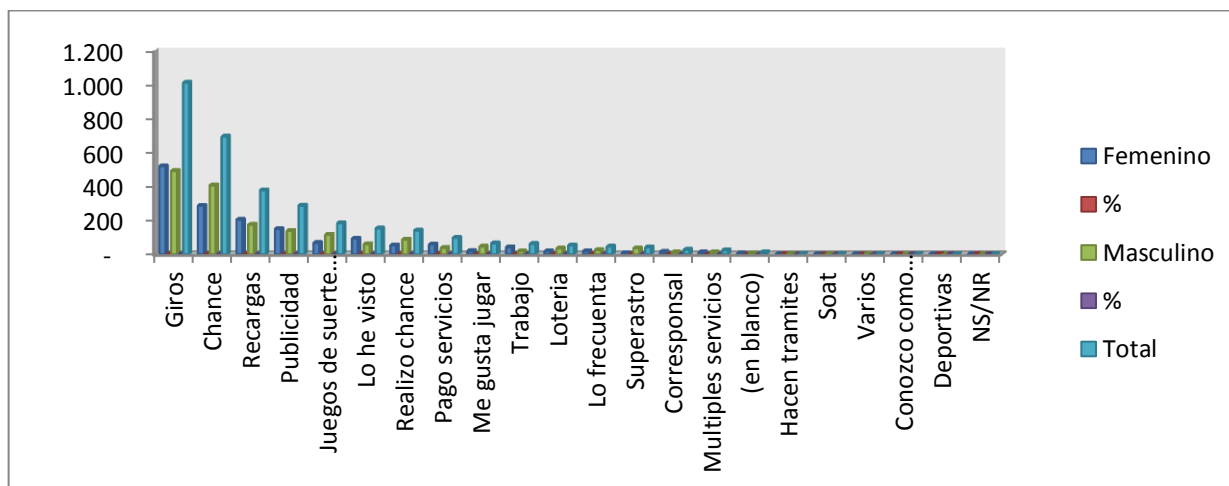
Tabla 15

Tabla cruzada conocimiento de productos del portafolio y género

Producto	Femenino	%	Masculino	%	Total
Giros	518	51,30%	491	48,70%	1.009
Chance	286	41,30%	406	58,70%	692
Recargas	203	53,80%	174	46,20%	377
Publicidad	149	51,90%	138	48,10%	287
Juegos de suerte y azar	67	36,60%	116	63,40%	183
Lo he visto	92	60,50%	60	39,50%	152
Realizo chance	53	37,90%	87	62,10%	140
Pago servicios	58	60,40%	38	39,60%	96
Me gusta jugar	20	30,80%	45	69,20%	65

Trabajo	42	68,90%	19	31,10%	61
Lotería	18	34,60%	34	65,40%	52
Lo frecuente	19	42,20%	26	57,80%	45
Superastro	6	14,60%	35	85,40%	41
Corresponsal	15	55,60%	12	44,40%	27
Múltiples servicios	11	45,80%	13	54,20%	24
(en blanco)	5	38,50%	8	61,50%	13
Hacen tramites	-	0,00%	3	100,00%	3
Soat	1	33,30%	2	66,70%	3
Varios	1	50,00%	1	50,00%	2
Conozco como apuestas Jer	-	0,00%	1	100,00%	1
Deportivas	1	100,00%	-	0,00%	1
NS/NR	-	0,00%	1	100,00%	1
Total general	1.565	47,80%	1.710	52,20%	3.275

Fuente: elaboración propia



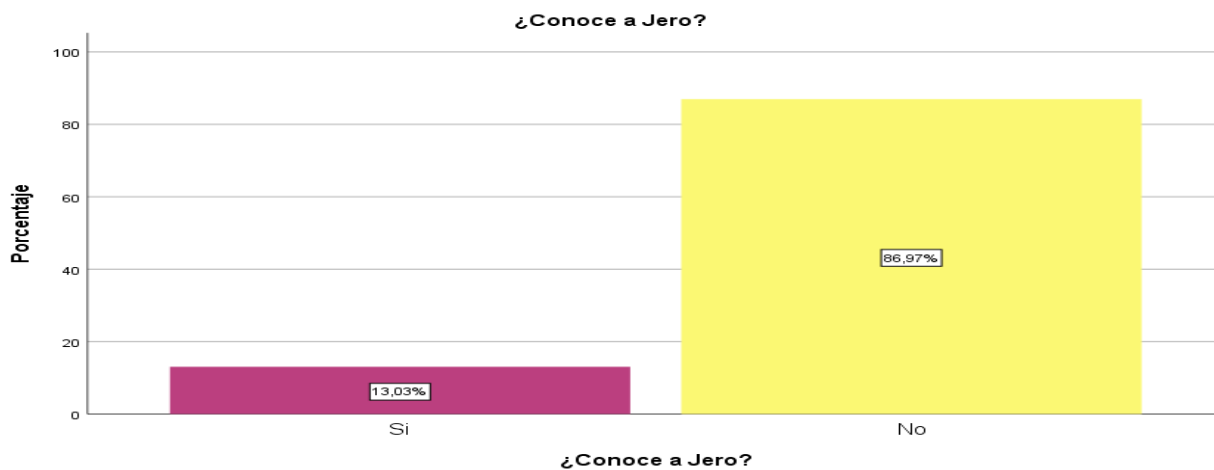
Analizando el resultado y como dato relevante e importante se puede decir que el género femenino y con un 51.3% conoce más el producto giros, de igual manera con un 53.8% las recargas es el otro producto que más reconocen, esto significa que las mujeres son más consumidoras de giros y recargas que del producto chance.

El género masculino el producto que más reconoce con un 58.7% es el chance, indicando esto que los hombres consumen más juegos de suerte y azar y que las mujeres consumen más servicios.

Tabla 16

¿Conoce a Jero?		
	Frecuencia	Porcentaje
Si	635	13,0%
No	4237	86,90%
Total	4872	100%

Fuente: elaboración propia



Esta pregunta muestra que el 13% de las personas encuestadas no conocen a JER S.A como marca, pero si es reconocida como Jero que es la imagen que se maneja en los avisos antiguos en donde la marca JER S.A está precedida de un logo símbolo que las personas la asemejan como uno “O”.

Analizando las respuestas encontradas en este producto es importante que JER S.A realice un trabajo de homologar la marca en todos sus canales de distribución para que con esto se pueda lograr que todas las personas conozcan de una sola manera a JER .S.A.

Tabla 17

Tabla cruzada ciudad y conocimiento de Jero

Tabla cruzada Ciudad en donde se realizó la encuesta*¿Conoce a Jero?					
	Si	%	No	%	Total
Tunja	103	19,70%	419	80,30%	522
Aquitania	97	25,90%	278	74,10%	375
Paipa	73	19,10%	310	80,90%	383
Nobsa	73	19,50%	302	80,50%	375
Duitama	65	16,70%	325	83,30%	390
Samaca	40	11,90%	296	88,10%	336
Chiquinquirá	31	10,40%	267	89,60%	298
Sogamoso	31	8,10%	353	91,90%	384
Soata	28	7,70%	335	92,30%	363
Garagoa	28	8,20%	315	91,80%	343
Ventaquemada	23	7,80%	272	92,20%	295
Villa de Leyva	22	5,20%	404	94,80%	426
Moniquira	21	5,50%	361	94,50%	382
	635	13,00%	4.237	87,00%	4.872

Fuente: elaboración propia

En esta pregunta que se realizó a los encuestados solo el 13% no conoce a JER S.A, pero si La conoce como Jero, es decir, que del total de los encuestados 635 personas no conocer a JER S.A pero si conocen a Jero.

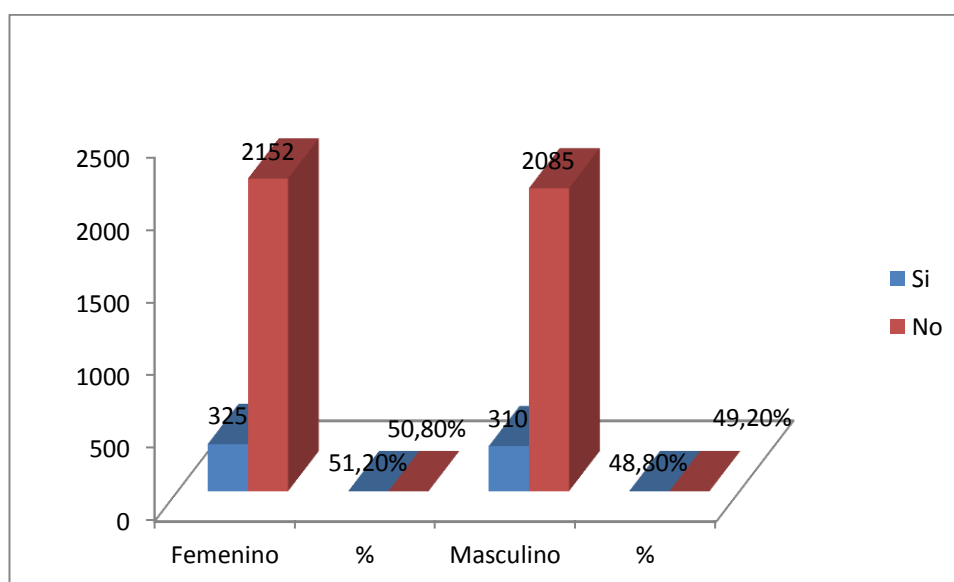
Se analizan los resultados a esta pregunta y los municipios en donde se debe trabajar el cambio de marca para que se identifique a JER S.A y no a Jero y que representa el 64,7% son en su orden Tunja con un 19,7%, Aquitania con un 25,9% y Paipa con un 19,1%, y para poderlo cumplir se debe trabajar en el cambio de la marca antigua de todos los canales de distribución buscando homologar la marca para que sea conocida por todas las personas como JER S.A.

Tabla 18

Tabla cruzada conocimiento marca vs género

¿Conoce a Jero?*:¿Cuál es su género? tabulación cruzada					
	Femenino	%	Masculino	%	Total
Si	325	51,20%	310	48,80%	635
No	2152	50,80%	2085	49,20%	4237
	2477	50,80%	2395	49,20%	4872

Fuente: elaboración propia

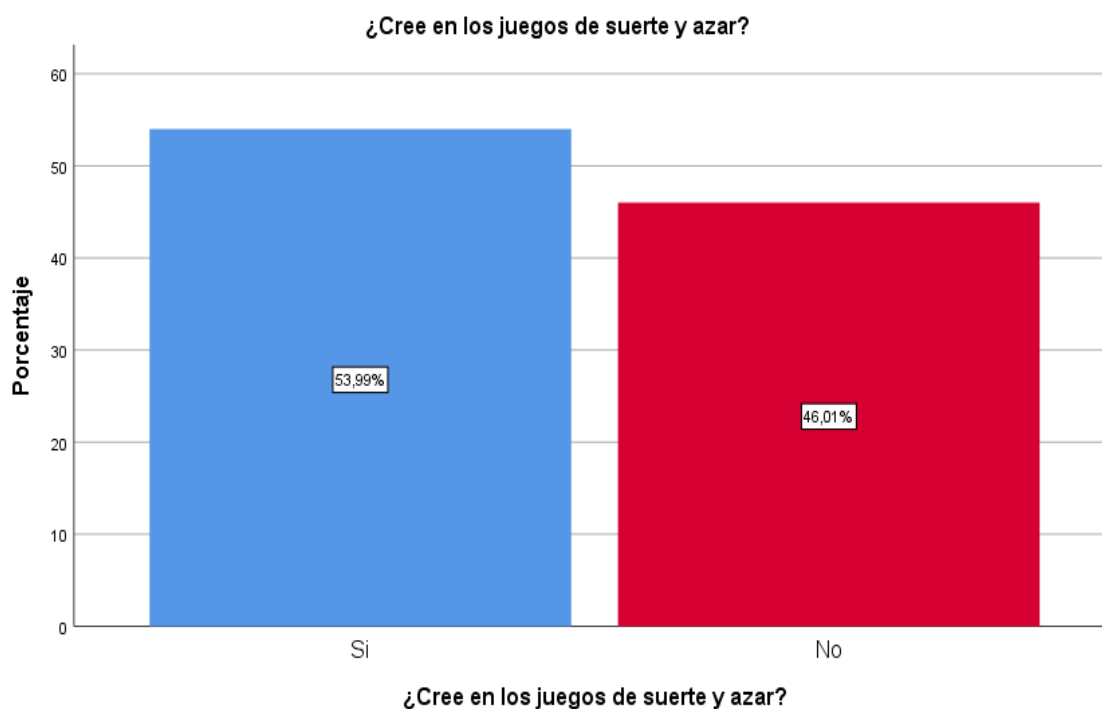


El 51,2% representado en el género femenino no conocen a JER S.A pero si conocen a Jero, indicando esto que se debe trabajar mucho más el reconocimiento de marca en este género.

Tabla 19

¿Cree en los juegos de suerte y azar?		
	Frecuencia	Porcentaje
Si	1.509	53,99%
No	1.286	46,01%
Total	2.795	100,00%

Fuente: elaboración propia



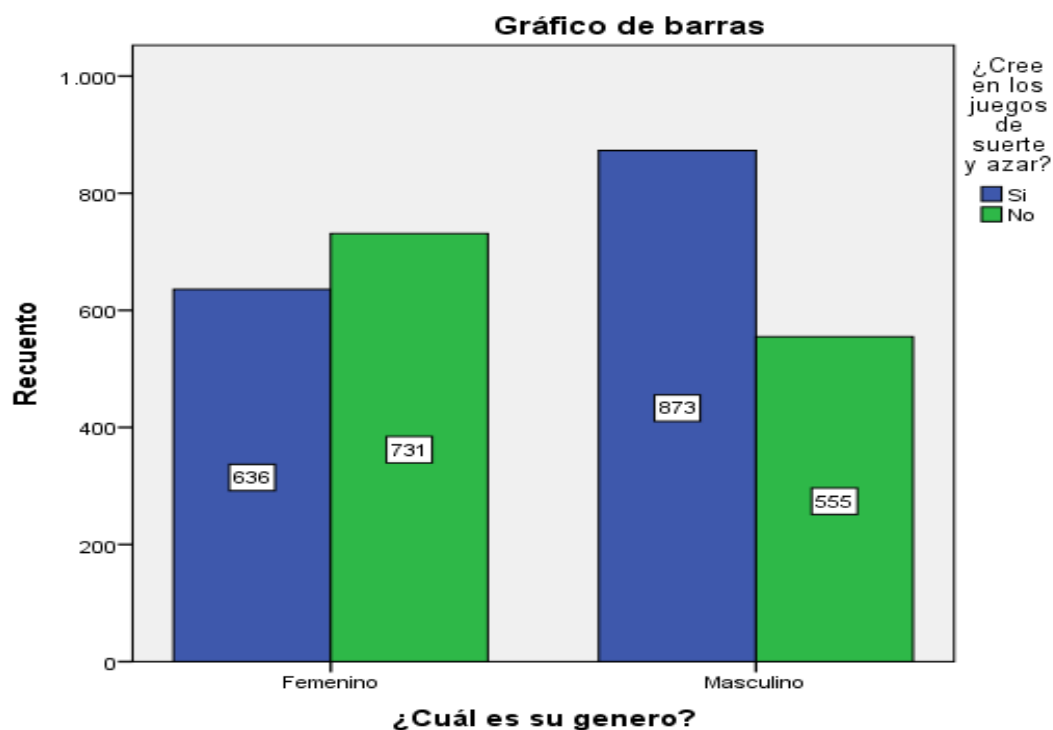
Analizando los resultados a esta pregunta y de las personas que continúan realizando la encuesta el 46,01% NO cree en los juegos de suerte y azar, situación que se convierte en una oportunidad empresarial para dar a conocer todos los juegos de suerte y azar que tiene JER S.A y lograr mayor penetración de los productos y cautivar una mayor población.

Tabla 20

Tabla cruzada creencia en juegos vs género

¿Cuál es su género?*: ¿Cree en los juegos de suerte y azar? tabulación cruzada					
	Si	%	No	%	Total
Femenino	636	46,50%	731	53,50%	1.367
Masculino	873	61,10%	555	38,90%	1.428
	1.509	54,00%	1.286	46,00%	2.795

Fuente: elaboración propia



De las personas que continúan realizando la encuesta por conocer a JER S.A o Jero el 54,0% de las personas cree en los juegos de suerte y azar, es de destacar que el porcentaje más alto de incredulidad en los juegos de suerte y azar está representado en el género femenino en donde el 53,5% no conoce juegos de suerte y azar.

Tabla 21
Tabla cruzada ciudad vs creencia

Ciudad en donde se realizó la encuesta*; Cree en los juegos de suerte y azar? tabulación cruzada					
	Si	%	No	%	Total
Sogamoso	81	38,20%	131	61,80%	212
Nobsa	105	44,90%	129	55,10%	234
Paipa	115	46,60%	132	53,40%	247
Duitama	116	54,20%	98	45,80%	214
Aquitania	115	54,20%	97	45,80%	212
Samaca	81	54,40%	68	45,60%	149
Tunja	189	54,60%	157	45,40%	346
Moniquira	97	55,70%	77	44,30%	174
Soata	86	58,10%	62	41,90%	148
Villa de Leyva	101	60,10%	67	39,90%	168
Chiquinquirá	158	60,30%	104	39,70%	262
Ventaquemada	87	60,40%	57	39,60%	144
Garagoa	178	62,50%	107	37,50%	285
	1.509	54,00%	1.286	46,00%	2.795

Fuente: elaboración propia

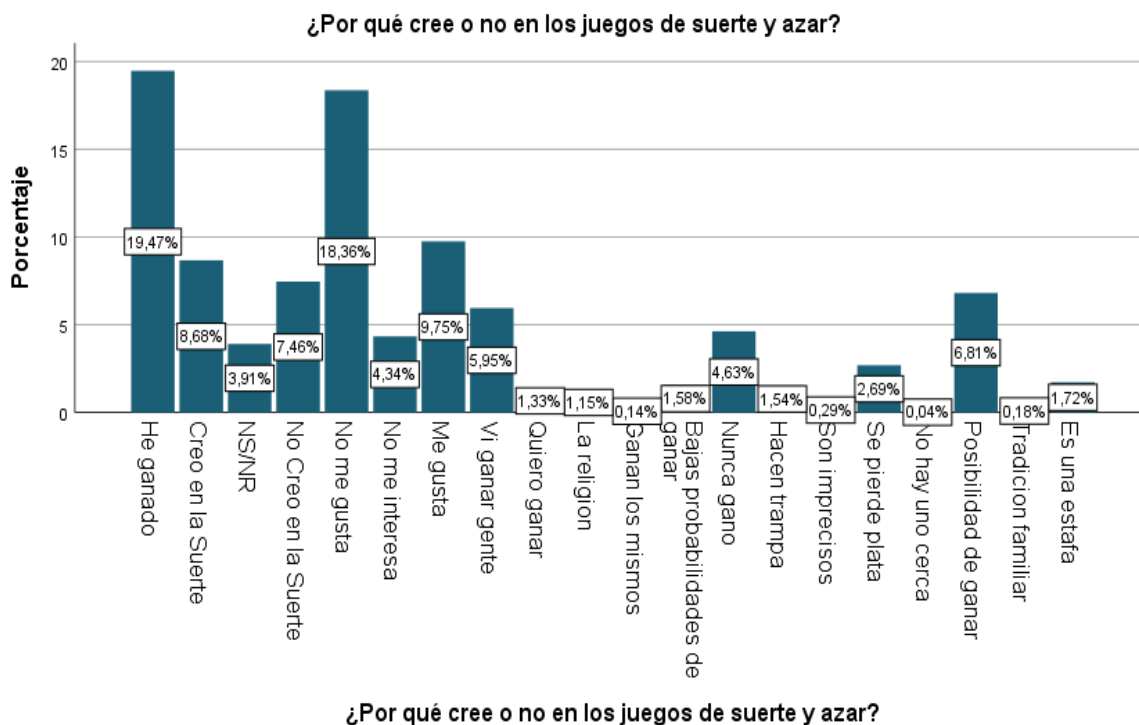
De los 4 municipios en donde tienen un alto porcentaje de no creer en los juegos de suerte y azar son Sogamoso con un 61,8%, Nobsa con un 55,1%, Paipa con un 53,4% y Duitama con un 45,8%, indica esto que se debe realizar una campaña para dar a conocer los juegos de suerte y azar que están en el portafolio de productos que tiene JER S.A y que permitirán incrementar las ventas.

De manera general es importante lograr que el 46% del total que no creen en juegos de suerte y azar comiencen a ingresar a la categoría de los que si creen buscando con esto el incremento en las ventas de los juegos de suerte y azar y especialmente del principal producto que es el Chance.

Tabla 22

¿Por qué cree o no en los juegos de suerte y azar?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
He ganado	543	11,10%
No me gusta	512	10,50%
Me gusta	272	5,60%
Creo en la Suerte	242	5%
No Creo en la Suerte	208	4,30%
Posibilidad de ganar	190	3,90%
Vi ganar gente	166	3,40%
Nunca gano	129	2,60%
No me interesa	121	2,50%
NS/NR	109	2,20%
Se pierde plata	75	1,50%
Es una estafa	48	1%
Bajas probabilidades de ganar	44	0,90%
Hacen trampa	43	0,90%
Quiero ganar	37	0,80%
La religión	32	0,70%
Son imprecisos	8	0,20%
Tradición familiar	5	0,10%
Ganan los mismos	4	0,10%
No hay uno cerca	1	0%
Total	2.789	57,20%

Fuente: elaboración propia



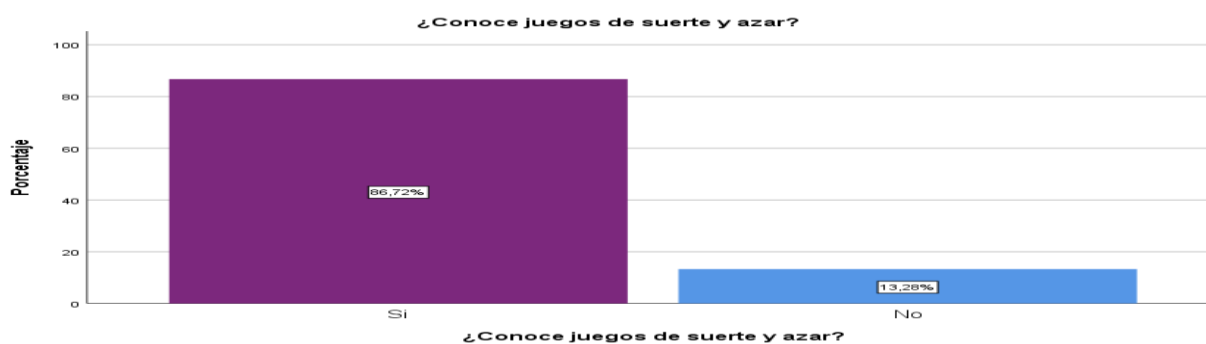
De las principales razones dadas por los encuestados se encuentra que el mayor porcentaje para que creen en los juegos de suerte y azar con un 11,10% es porque han ganado y en segundo lugar se encuentra que les gusta con un 5.6%.

De las razones dadas por los encuestados para determinar porque no creen en los juegos de suerte y azar está en primer lugar en no gustarle los juegos de suerte y azar con un 18,36% y en segundo lugar encontramos con un 4.30% por no creer en la suerte.

Tabla 23

¿Conoce juegos de suerte y azar?		
	Frecuencia	Porcentaje
Si	2.417	86,72%
No	370	13,28%
Total	2.787	100,00%

Fuente: elaboración propia



Del total de los encuestados que continuaron dando las respuestas se puede tener un dato importante que el 86,72% si conocen juegos de azar.

Tabla 24

Tabla cruzada ciudad vs conocimiento

Tabla cruzada Ciudad en donde se realizó la encuesta* ¿Conoce juegos de suerte y azar?					
Municipio	Si	%	No	%	Total
Aquitania	158	74,50%	54	25,50%	212
Ventaquemada	110	76,40%	34	23,60%	144
Samaca	119	79,90%	30	20,10%	149
Soata	120	81,10%	28	18,90%	148
Sogamoso	171	81,40%	39	18,60%	210
Nobsa	194	82,90%	40	17,10%	234
Paipa	210	86,40%	33	13,60%	243
Moniquira	154	88,50%	20	11,50%	174
Villa de Leyva	150	89,30%	18	10,70%	168
Tunja	315	91,00%	31	9,00%	346
Garagoa	267	93,70%	18	6,30%	285
Chiquinquirá	246	93,90%	16	6,10%	262
Duitama	203	95,80%	9	4,20%	212
	2.417	86,70%	370	13,30%	2.787

Fuente: elaboración propia

Según la información resultante los municipios en donde es más alto el desconocimiento de juegos de suerte y azar y en donde se debe realizar un trabajo importante con el fin de lograr que la población de estos municipios conozca juegos de suerte y azar son:

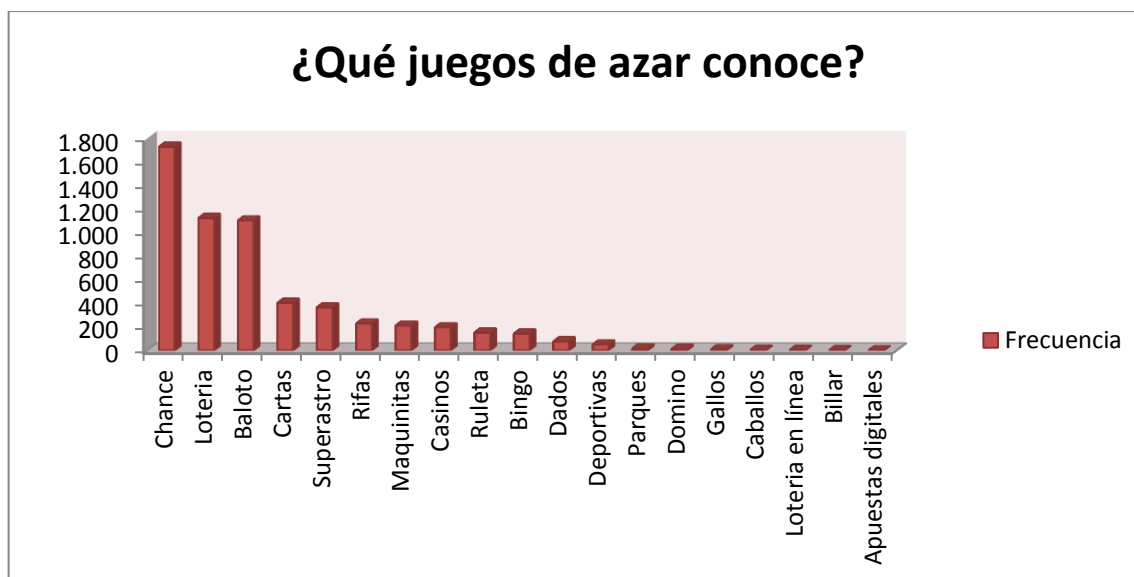
Aquitania con un 25.5%, Ventaquemada con un 23,6%, Samaca con un 20,1% y Soata con 18,9%.

También se debe realizar un trabajo general para lograr disminuir el porcentaje del 13,3% de desconocimiento de juegos de suerte y azar que se presenta en el total de los municipios en donde se realizaron las encuestas.

Tabla 25

¿Qué juegos de suerte y azar conoce?		
Productos	Frecuencia	%
Chance	1.730	29,60%
Lotería	1.125	19,20%
Baloto	1.104	18,90%
Cartas	404	6,90%
Superastro	366	6,30%
Rifas	229	3,90%
Maquinitas	212	3,60%
Casinos	197	3,40%
Ruleta	153	2,60%
Bingo	143	2,40%
Dados	77	1,30%
Deportivas	51	0,90%
Parques	17	0,30%
Domino	12	0,20%
Gallos	10	0,20%
Caballos	5	0,10%
Lotería en línea	5	0,10%
Billar	3	0,10%
Apuestas digitales	2	0,00%
Total general	5.845	100,00%

Fuente: elaboración propia



Se puede deducir que los principales productos que la gente conoce cuando se habla de juegos de suerte y azar son el Chance con un 29,6% siendo este el producto estrella de JER S.A, en segundo lugar encontramos el producto Lotería con un 19,2%, producto que se viene masificando y ofertando de manera virtual y física y en tercer lugar se encuentra el producto Baloto con un 18,9%, producto que se convertiría en un buen generador de ingresos para JER S.A si se lograra tenerlo en toda la red comercial.

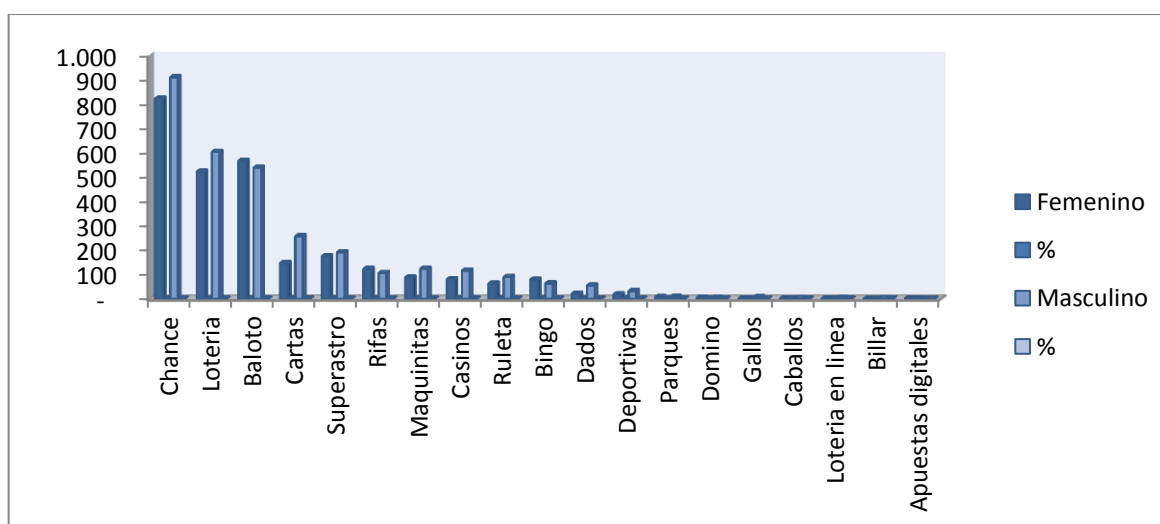
Tabla 26

Tabla cruzada conocimiento vs género

¿Qué juegos conoce?* ¿Cuál es su género? tabulación cruzada					
Producto	Femenino	%	Masculino	%	total
Chance	821	47,50%	909	52,50%	1.730
Lotería	522	46,40%	603	53,60%	1.125
Baloto	566	51,30%	538	48,70%	1.104
Cartas	147	36,40%	257	63,60%	404
Superastro	175	47,80%	191	52,20%	366
Rifas	123	53,70%	106	46,30%	229
Maquinitas	88	41,50%	124	58,50%	212
Casinos	81	41,10%	116	58,90%	197
Ruleta	63	41,20%	90	58,80%	153

Bingo	79	55,20%	64	44,80%	143
Dados	22	28,60%	55	71,40%	77
Deportivas	19	37,30%	32	62,70%	51
Parques	8	47,10%	9	52,90%	17
Domino	6	50,00%	6	50,00%	12
Gallos	2	20,00%	8	80,00%	10
Caballos	2	40,00%	3	60,00%	5
Lotería en línea	1	20,00%	4	80,00%	5
Billar	-	0,00%	3	100,00%	3
Apuestas digitales	2	100,00%	-	0,00%	2
Total general	2.727	46,70%	3.118	53,30%	5.845

Fuente: elaboración propia



Se puede analizar los resultados y decir que el género masculino tiene mayor recordación de juegos de suerte y azar con un 53,3% que el género femenino que tiene un 46,7% de recordación de productos de suerte y azar.

También se puede decir que para los productos como chance y lotería se tiene mayor recordación por parte de los hombres con un 52,5% y 53,6% respectivamente, pero para el producto baloto tiene más recordación el género femenino indicando esto que podría ser una

opción para incluir al género femenino en juegos de suerte y azar diferentes en el momento que se pueda habilitar baloto en toda la red.

Tabla 27
Tabla cruzada conocimiento juegos vs ciudad

¿Qué juegos conoce? Ciudad en donde se realizó la encuesta tabulación cruzada																					
Municipio	Apuestas digitales	Baloto	Billar	Bingo	Caballos	Cartas	Casinos	Chance	Dados	Deportivas	Domino	Gallos	Lotería	Lotería en línea	Maquinitas	Parques	Rifas	Ruleta	Superastro	Total general	%
Garagoa	-	158	-	22	-	31	12	228	2	8	4	-	226	-	13	5	36	10	76	831	14,2%
Chiquinquirá	1	82	1	34	2	55	32	143	28	12	3	2	122	-	28	3	69	19	19	655	11,2%
Tunja	-	87	1	17	-	38	17	212	13	5	2	-	162	-	26	2	10	24	12	628	10,7%
Paipa	1	91	1	14	2	19	22	132	5	8	-	4	114	3	28	1	45	11	27	528	9,0%
Duitama	-	159	-	33	-	1	2	133	-	-	-	2	145	-	1	-	7	-	23	506	8,7%
Nobsa	-	91	-	6	-	46	15	149	2	1	-	1	29	-	10	1	4	30	34	419	7,2%
Villa de Leyva	-	83	-	2	1	61	17	117	5	1	-	-	34	-	25	1	-	4	47	398	6,8%
Moniquira	-	77	-	2	-	54	10	120	4	1	-	-	45	-	39	-	3	8	29	392	6,7%
Sogamoso	-	80	-	6	-	31	19	114	6	9	-	-	39	-	17	1	5	25	37	389	6,7%
Soata	-	66	-	3	-	36	25	89	8	5	-	1	87	1	3	1	41	3	12	381	6,5%
Aquitania	-	77	-	3	-	21	13	130	1	1	3	-	14	-	8	1	3	11	44	330	5,6%
Samaca	-	34	-	-	-	6	7	84	-	-	-	-	61	1	9	-	1	4	-	207	3,5%
entaquemad	-	19	-	1	-	5	6	79	3	-	-	-	47	-	5	1	5	4	6	181	3,1%
	2	1.104	3	143	5	404	197	1.730	77	51	12	10	1.125	5	212	17	229	153	366	5.845	100,0%

Fuente: elaboración propia

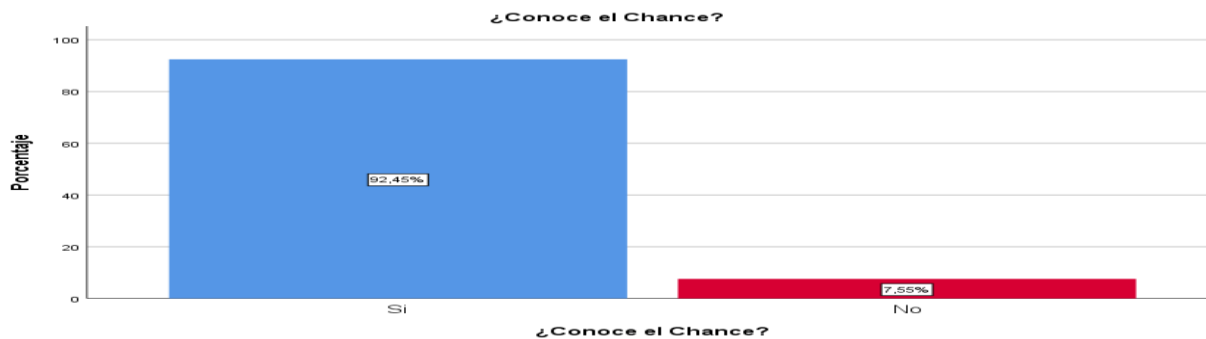
Los municipios que tienen mayor recordación de juegos de suerte y azar son Garagoa con un 14,2%, Chiquinquirá con un 11,2%, Tunja con un 10,7% y Paipa con un 9%, en estos 4 municipios se tiene un total de recordación de juegos de suerte y azar del 45,1%.

Es decir, que el 54,9% de la población no tienen mucha recordación de juegos de suerte y azar, oportunidad que permite involucrar a un nuevo segmento de jugadores a los puntos de venta y a los diferentes canales de distribución que tiene la red comercial.

Tabla 28

¿Conoce el Chance?		
	Frecuencia	Porcentaje válido
Si	2573	92,50%
No	210	7,50%
Total	2783	100,00%

Fuente: elaboración propia



Se puede analizar los resultados a esta pregunta y el producto Chance es bien conocido dentro de la población final encuestada, es decir, que por conocer a JER S.A o Jero se continuó con el diligenciamiento de la encuesta, logrando un conocimiento del principal producto del 92,5%, contra un 7,5% que no conoce este producto, es decir, que dentro de la población no hubo recordación del producto Chance.

Tabla 29
Tabla cruzada ciudad vs conocimiento de chance

Ciudad en donde se realizó la encuesta*¿Conoce el Chance? tabulación cruzada					
Municipio	¿Conoce el Chance?				Total
	Si	%	No	%	
Ventaquemada	124	86,10%	20	13,90%	144
Paipa	211	87,60%	30	12,40%	241
Aquitania	188	89,10%	23	10,90%	211
Soata	132	89,20%	16	10,80%	148
Sogamoso	190	90,00%	21	10,00%	211
Nobsa	214	91,50%	20	8,50%	234
Samaca	137	91,90%	12	8,10%	149
Tunja	319	93,30%	23	6,70%	342
Duitama	201	93,90%	13	6,10%	214
Garagoa	273	95,80%	12	4,20%	285
Chiquinquirá	252	96,20%	10	3,80%	262
Moniquira	168	96,60%	6	3,40%	174
Villa de Leyva	164	97,60%	4	2,40%	168
	2.573	92,50%	210	7,50%	2.783

Fuente: elaboración propia

En los municipios en donde existe mayor desconocimiento del producto Chance son Ventaquemada con un 13,9%, Paipa con un 12,4%, Aquitania con un 10,9% y Soata con un 10,8%, estos son municipios relativamente pequeños pero que se convierten en una gran oportunidad de dar a conocer el producto Chance para lograr incluir mayor cantidad de personas a la categoría, buscando con esto el incremento de las ventas del principal producto que tiene JER S.A.

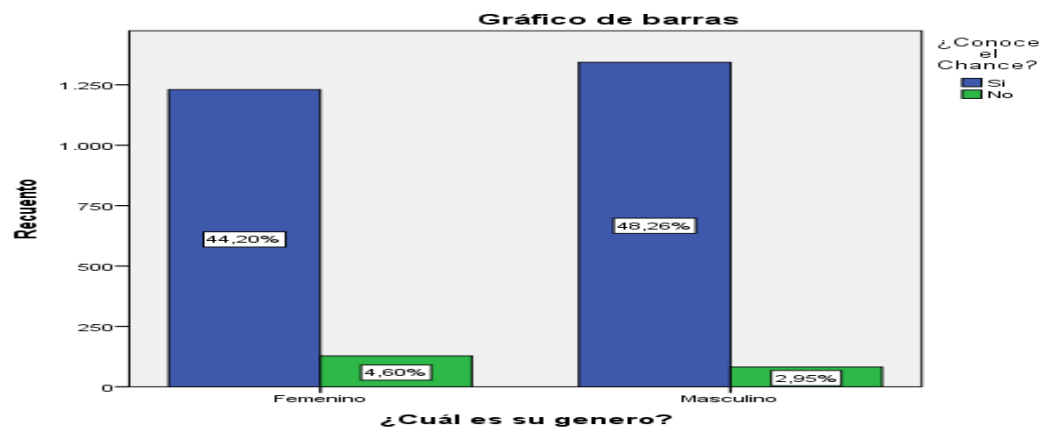
También se vuelve muy importante disminuir el 7,5% de desconocimiento del Chance a nivel general ya que esto apalancaría la oportunidad de seguir creciendo con el principal producto de JER S.A.

Tabla 30

Tabla cruzada género vs conocimiento del chance

¿Cuál es su género?* ¿Conoce el Chance? tabulación cruzada					
Género	Si	%	No	%	Total
Femenino	1.230	90,60%	128	9,40%	1.358
Masculino	1.343	94,20%	82	5,80%	1.425
	2.573	92,50%	210	7,50%	2.783

Fuente: elaboración propia

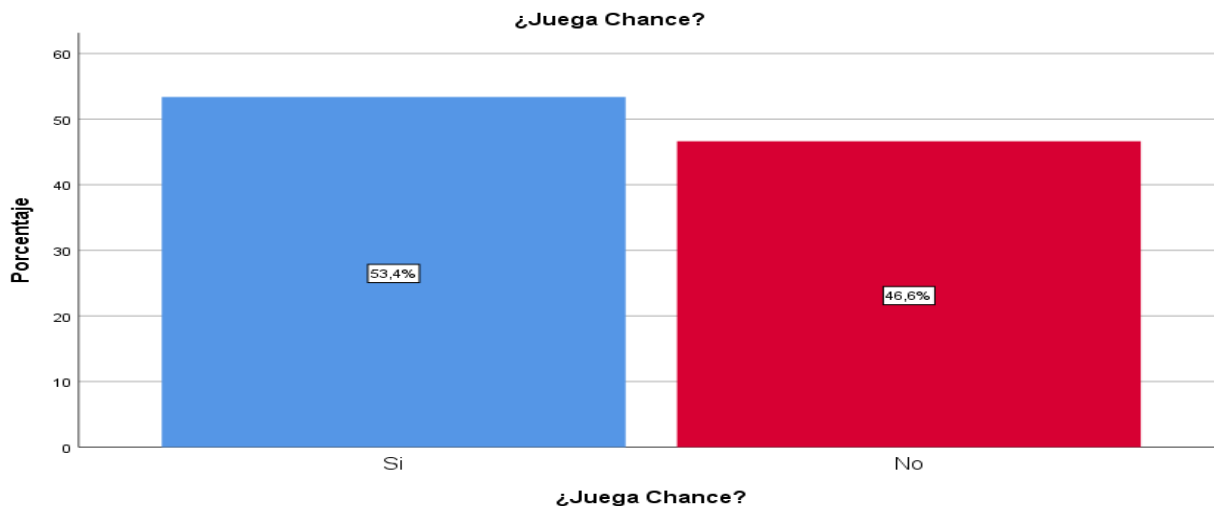


Se continua con la tendencia en donde el género femenino es el predominante en desconocimiento de juegos de suerte y azar, entonces podemos deducir que se debe realizar un trabajo directamente con el género femenino para lograr el conocimiento del Chance y en general del portafolio de productos.

Tabla 31

¿Juega Chance?		
	Frecuencia	Porcentaje
Si	1.486	53,4%
No	1.298	46,6%
Total	2.784	100,0%

Fuente: elaboración propia



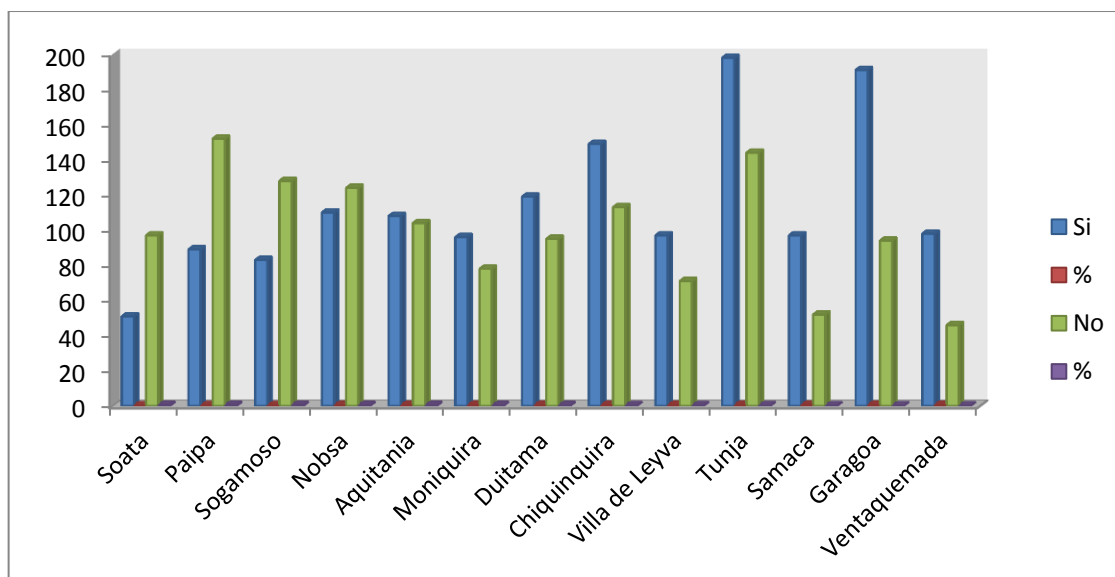
Las información resultante entregada por los encuestados muestra que solamente el 53,4% de los entrevistados juega Chance, es decir, que se tiene un 46,6% de las personas encuestadas que conocen el Chance pero no lo juegan situación que se convierte en una oportunidad para JER S.A buscando siempre cumplir los objetivos empresariales.

Tabla 32

Tabla cruzada ciudad vs juega chance

Tabla cruzada Ciudad en donde se realizó la encuesta* ¿Juega Chance?					
Municipio	Si	%	No	%	Total
Soata	51	34,5%	97	65,5%	148
Paipa	89	36,9%	152	63,1%	241
Sogamoso	83	39,3%	128	60,7%	211
Nobsa	110	47,0%	124	53,0%	234
Aquitania	108	50,9%	104	49,1%	212
Moniquira	96	55,2%	78	44,8%	174
Duitama	119	55,6%	95	44,4%	214
Chiquinquirá	149	56,9%	113	43,1%	262
Villa de Leyva	97	57,7%	71	42,3%	168
Tunja	198	57,9%	144	42,1%	342
Samaca	97	65,1%	52	34,9%	149
Garagoa	191	67,0%	94	33,0%	285
Ventaquemada	98	68,1%	46	31,9%	144
	1486	53,4%	1298	46,6%	2784

Fuente: elaboración propia



Del total de los encuestados podemos decir que los municipios que tienen un porcentaje mayor al 50% que no juegan Chance, encontramos que en primer lugar se encuentra Soata con un 65,5%, después tenemos a Paipa con un 63,1%, en tercer lugar esta Sogamoso con un 60,7% y por ultimo con un porcentaje del 53% se encuentra Nobsa.

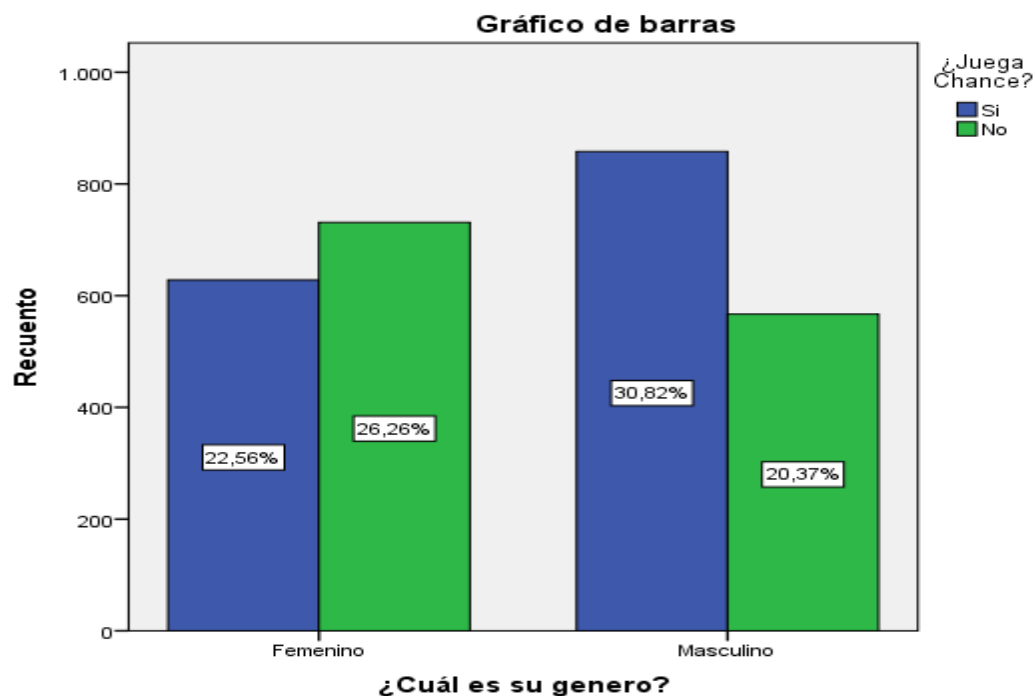
Estas poblaciones o municipios se pueden convertir en sitios importantes para lograr incluir a nuevas personas jugando Chance que permita lograr los crecimientos esperados por JER S.A.

Tabla 33

Tabla cruzada género vs juega chance

¿Cuál es su género?*¿Juega Chance? tabulación cruzada					
	¿Juega Chance?				Total
	Si	%	No	%	
Femenino	628	46,2%	731	53,8%	1.359
Masculino	858	60,2%	567	39,8%	1.425
	1.486	53,4%	1.298	46,6%	2.784

Fuente: elaboración propia



Analizando los resultados de la tabla cruzada se debe realizar un trabajo importante y discriminado con el género femenino ya que a pesar de conocer el Chance y los juegos de suerte y azar no lo juega con un porcentaje del 26,26% del total de los encuestados y del total del género femenino el 53,8% no juega Chance.

Tabla 34

¿Por qué no juega Chance?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
No me gusta	751	58,6%
NS/NR	185	14,4%
No lo conozco	95	7,4%
No creo en eso	88	6,9%
No me llama la atención	49	3,8%
Nunca gane	26	2,0%
Falta de plata	21	1,6%
La religión	18	1,4%
Se pierde la plata	18	1,4%
Posibilidad mínima de ganar	16	1,2%

No me gusta el plan de premios	8	0,6%
Gusta más el astro	6	0,5%
No hay uno cerca	1	0,1%
Total	1282	100,0%

Fuente: elaboración propia



La principal razón para que los encuestados no jueguen Chance es porque no les gusta este tipo de juego con un 58,6%, en segundo lugar encontramos NS/NR con un 14,4%, esto puede obedecer al desconocimiento del plan de premios, desconocimiento del juego como tal, diferentes variables que se deben de identificar para lograr un crecimiento del Chance en el departamento de Boyacá.

Tabla 35

Tabla cruzada razones vs género

¿Por qué no juega Chance? * ¿Cuál es su género? tabulación cruzada					
Respuestas	¿Cuál es su género?				Total
	Femenino	%	Masculino	%	
No me gusta	413	55,0%	338	45,0%	751
No lo conozco	54	56,8%	41	43,2%	95
NS/NR	103	55,7%	82	44,3%	185
No creo en eso	52	59,1%	36	40,9%	88
No me gusta el plan de premios	7	87,5%	1	12,5%	8
La religión	15	83,3%	3	16,7%	18

Falta de plata	12	57,1%	9	42,9%	21
Gusta más el astro	2	33,3%	4	66,7%	6
Nunca gane	17	65,4%	9	34,6%	26
No hay uno cerca	1	100,0%	-	0,0%	1
Posibilidad mínima de ganar	8	50,0%	8	50,0%	16
No me llama la atención	27	55,1%	22	44,9%	49
Se pierde la plata	10	55,6%	8	44,4%	18
	721	56,2%	561	43,8%	1.282

Fuente: elaboración propia

Del total de los encuestados se sigue demostrando que con un 56,2% el Chance no es un producto para las mujeres ya que en cada uno de los ítems que se nombraron todas las respuestas dadas sobresalen las entregadas por el género femenino en donde el 55% de la población femenina la principal razón entregada es que no les gusta el producto.

Tabla 36
Tabla cruzada razones vs ciudad

¿Por qué no juega Chance?* Ciudad en donde se realizó la encuesta tabulación cruzada														
Respuestas	Ciudad en donde se realizó la encuesta													Total
	Soata	Chiquinquirá	Paipa	Moniquirá	Samacá	Tunja	Villa de Leyva	Garagoa	Nobsa	Ventaquemada	Aquitania	Duitama	Sogamoso	
No me gusta	60	56	68	61	37	83	53	34	71	19	71	61	77	751
NS/NR	14	21	40	9	1	8	14	42	7	13	3	3	10	185
No lo conozco	8	4	9	2	8	16	2	3	15	5	12	3	8	95
No creo en eso	3	11	12	3	2	7	-	1	18	1	11	2	17	88
No me llama la atención	3	7	-	-	1	15	1	1	7	4	3	1	6	49
Nunca gane	2	3	3	2	-	5	-	5	1	-	1	2	2	26
Falta de plata	5	2	4	-	-	3	-	3	1	-	1	-	2	21
La religión	-	1	3	-	2	2	-	2	1	1	1	5	-	18
Se pierde la plata	-	1	-	-	2	1	1	1	5	-	4	-	3	18
Posibilidad mínima de ganar	-	2	-	1	-	2	-	1	-	-	-	8	2	16
No me gusta el plan de premios	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	6	-	8
Gusta más el astro	-	-	2	-	-	-	-	1	-	-	-	3	-	6
No hay uno cerca	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
	95	108	144	78	53	142	71	94	126	43	107	94	127	1.282

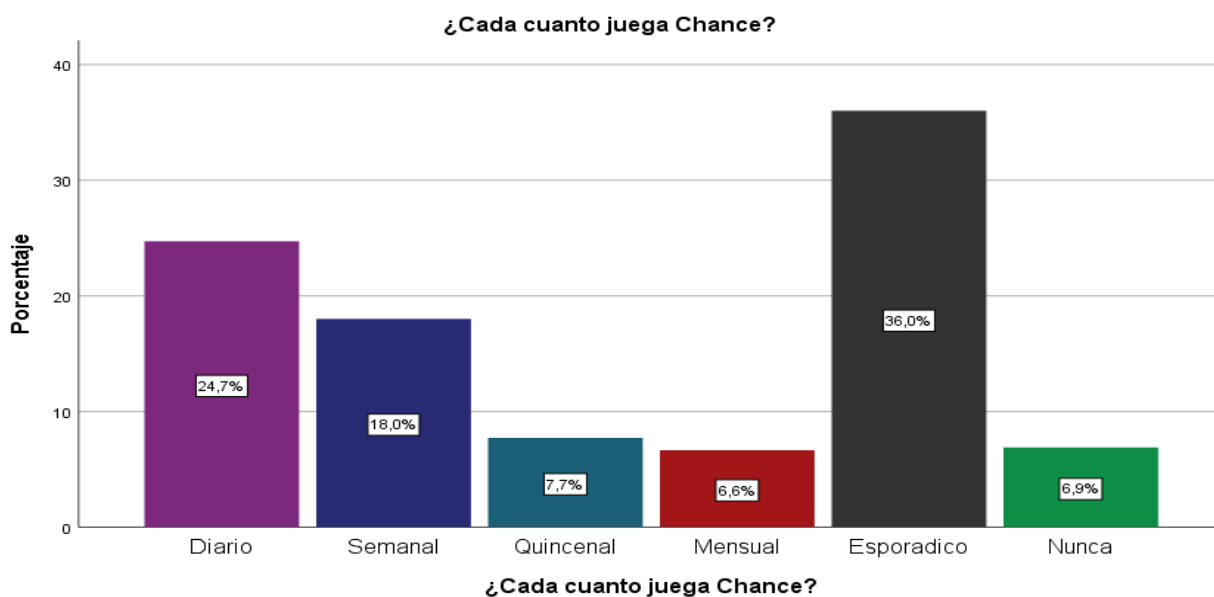
Fuente: elaboración propia

La tabla anterior muestra de manera descendente por municipio las razones por la cual las personas no juegan chance y se convierte en una posibilidad para atacar cada municipio con las principales razones por la cual no juegan Chance, para buscar alternativas que permita combatir esas razones y convertirlas en oportunidades y lograr mejores resultados para JER S.A.

Tabla 37

¿Cada cuánto juega Chance?		
Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Esporádico	574	36,00%
Diario	394	24,70%
Semanal	287	18,00%
Quincenal	123	7,70%
Nunca	110	6,90%
Mensual	106	6,60%
Total	1594	100,00%

Fuente: elaboración propia



De las personas encuestadas que juegan chance la respuesta con mayor participación es la esporádica con un 36,0%, esto quiere decir que no hay una fecha establecida para jugar y lo pueden realizar en cualquier momento sin tener en cuenta una periodicidad, el porcentaje que le sigue es el 24,7% que son todos los encuestados que juegan de manera diaria y que son los clientes frecuentes en los diferentes canales de comercialización.

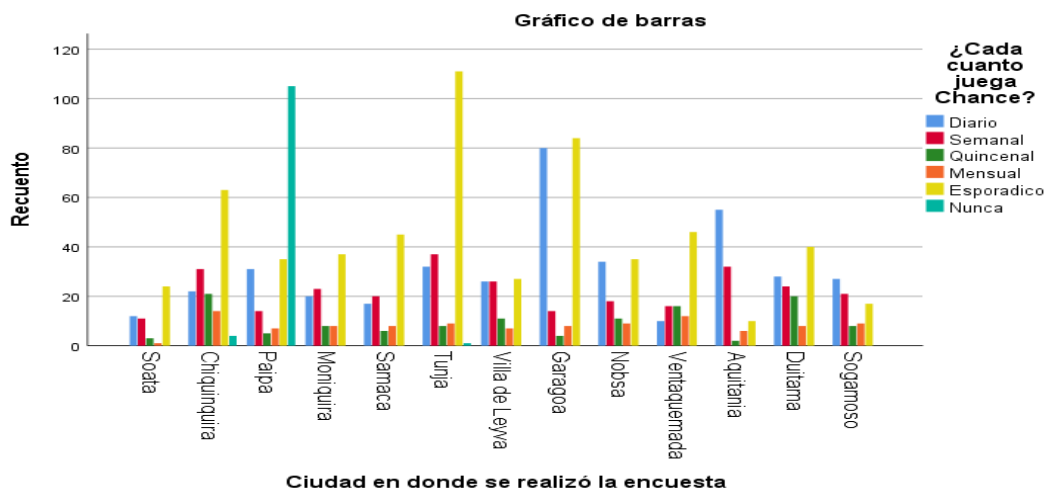
Se deben de buscar formas o juegos derivados del chance que sean más atractivos para los clientes para que la frecuencia de juego sea más recurrente ayudando esto al incremento de las ventas.

Tabla 38

Tabla cruzada frecuencia vs municipio

¿Cada cuánto juega Chance?							
Municipio	Diario	Semanal	Quincenal	Mensual	Esporádico	Nunca	Total
Soata	12	11	3	1	24	-	51
Chiquinquirá	22	31	21	14	63	4	155
Paipa	31	14	5	7	35	105	197
Moniquira	20	23	8	8	37	-	96
Samaca	17	20	6	8	45	-	96
Tunja	32	37	8	9	111	1	198
Villa de Leyva	26	26	11	7	27	-	97
Garagoa	80	14	4	8	84	-	190
Nobsa	34	18	11	9	35	-	107
Ventaquemada	10	16	16	12	46	-	100
Aquitania	55	32	2	6	10	-	105
Duitama	28	24	20	8	40	-	120
Sogamoso	27	21	8	9	17	-	82
	394	287	123	106	574	110	1.594

Fuente: elaboración propia



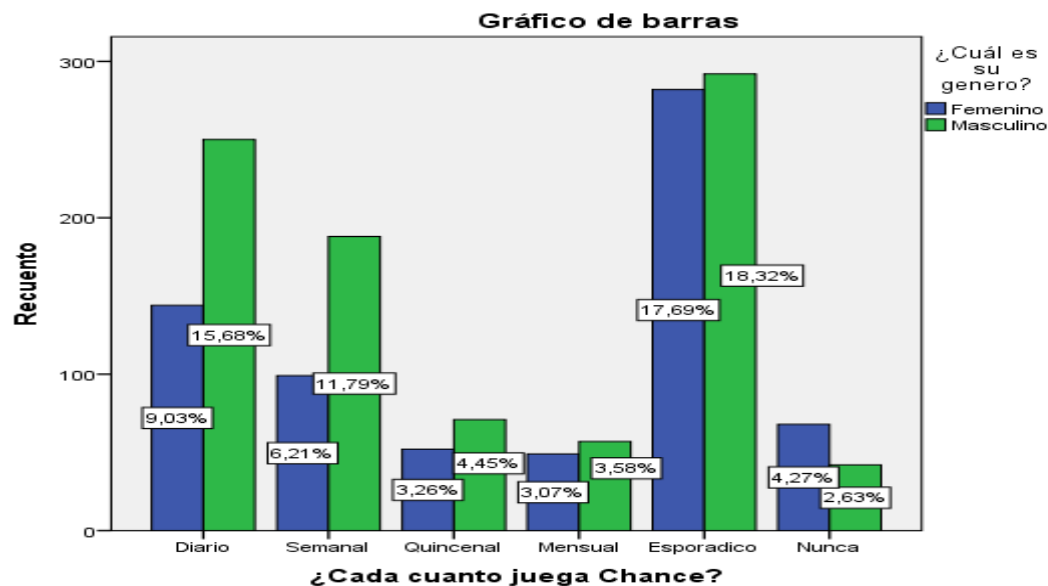
De los 13 municipios encuestados, 11 de ellos juegan de manera esporádica excepto 2 municipios que son Sogamoso y Aquitania tienen una frecuencia de juego Diaria.

También encontramos que existen personas que solo juegan semanalmente y esto puede obedecer a que son personas de veredas y solo tienen la posibilidad de jugar cuando es día de mercado, convirtiéndose en una posibilidad de incremento de ventas si se logra tener también cobertura en las principales veredas del departamento de Boyacá.

Tabla 39
Tabla cruzada periodicidad vs género

¿Cada cuánto juega Chance?* ¿Cuál es su género? tabulación cruzada					
Frecuencia	¿Cuál es su género?				Total
	Femenino	%	Masculino	%	
Diario	144	36,5%	250	63,5%	394
Semanal	99	34,5%	188	65,5%	287
Quincenal	52	42,3%	71	57,7%	123
Mensual	49	46,2%	57	53,8%	106
Esporádico	282	49,1%	292	50,9%	574
Nunca	68	61,8%	42	38,2%	110
	694	43,5%	900	56,5%	1.594

Fuente: elaboración propia



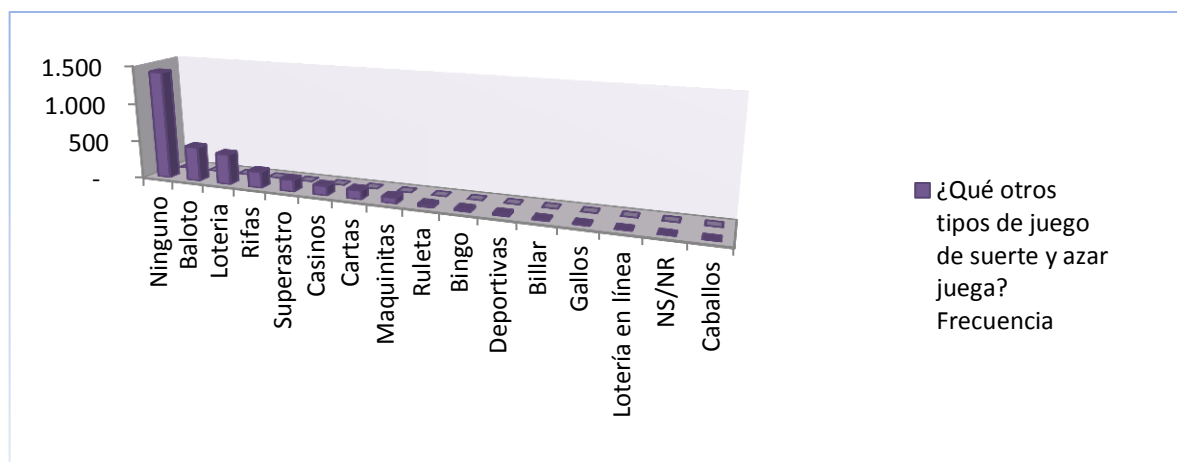
Con el siguiente cuadro se sigue demostrando que el género femenino es menos apostador que el género masculino ya que el 43,5% de las mujeres tienen una frecuencia de juego en donde la más sobresaliente es la esporádica con un 49,1%, es decir, no tienen fechas para jugar puede ser por impulso más bien que realicen sus apuestas de Chance que por gusto de jugar.

Tabla 40

¿Qué otros tipos de juego de suerte y azar juega?		
Productos	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	1.415	45,90%
Baloto	454	14,70%
Lotería	401	13,00%
Rifas	215	7,00%
Superastro	159	5,20%
Casinos	125	4,10%
Cartas	120	3,90%
Maquinitas	77	2,50%
Ruleta	34	1,10%
Bingo	29	0,90%
Deportivas	26	0,80%
Billar	13	0,40%

Gallos	10	0,30%
Lotería en línea	3	0,10%
NS/NR	1	0,00%
Caballos	1	0,00%
Total general	3.083	100,00%

Fuente: elaboración propia



A la pregunta que otros juegos de azar juega el 45,9% no conoce otros juegos de suerte y azar, pero es para tener en cuenta que el segundo juego que más juegan es el baloto con un 14,7% indica esto que los encuestado buscan juegos en donde el premio es muy representativo pero posiblemente desconociendo las probabilidades que tienen con respecto al Chance.

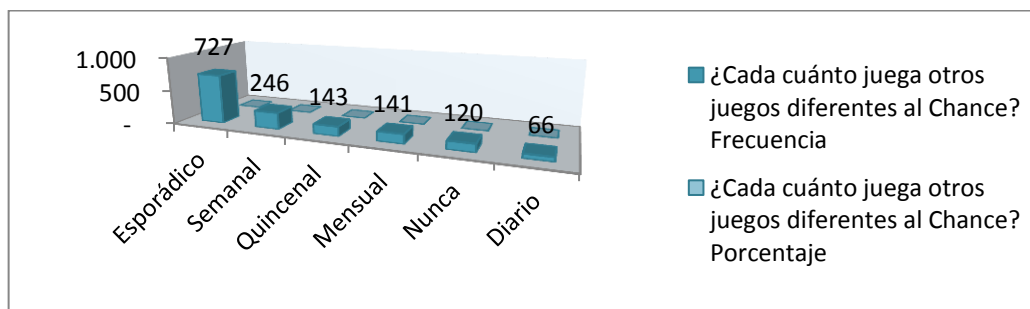
Un producto que se convierte en interesante son las rifas con un 7%, producto que posiblemente lo adquieren de manera ilegal.

Tabla 41

¿Cada cuánto juega otros juegos diferentes al Chance?		
Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Esporádico	727	50,4%
Semanal	246	17,0%
Quincenal	143	9,9%
Mensual	141	9,8%

Nunca	120	8,3%
Diario	66	4,6%
Total	1.443	100,0%

Fuente: elaboración propia



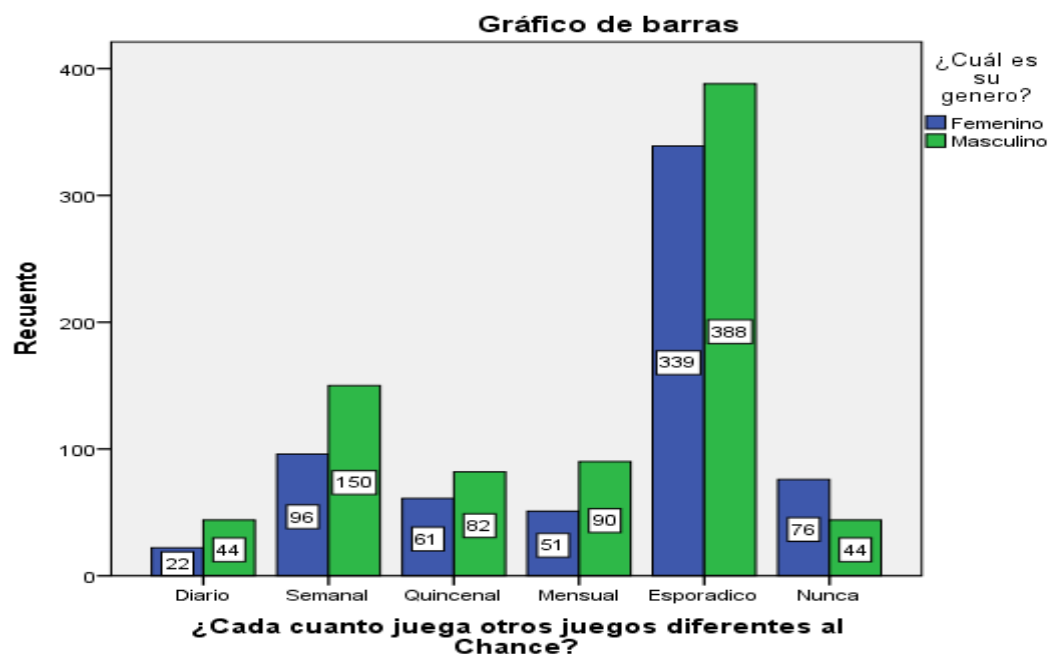
Al igual que el Chance en esta pregunta los encuestados la frecuencia que más utiliza es la esporádica con un 50,4% y le sigue la semanal con un 17% y esto puede obedecer a que el Baloto juego dos veces por semana y puede suceder que estos jueguen una vez a la semana.

Tabla 42

Tabla cruzada periodicidad vs género

¿Cada cuánto juega otros juegos diferentes al Chance?*¿Cuál es su género? tabulación cruzada					
Pregunta	¿Cuál es su género?				Total
	Femenino	%	Masculino	%	
Diario	22	33,3%	44	66,7%	66
Semanal	96	39,0%	150	61,0%	246
Quincenal	61	42,7%	82	57,3%	143
Mensual	51	36,2%	90	63,8%	141
Esporádico	339	46,6%	388	53,4%	727
Nunca	76	63,3%	44	36,7%	120
	645	44,7%	798	55,3%	1443

Fuente: elaboración propia



Para juegos de suerte y azar diferentes al Chance se puede decir que el género femenino continua con la tendencia de apostar poco a pesar de que conoce juegos de suerte y azar, en las diferentes frecuencias de juego planteadas solo alcanza un 44,7% y en el único ítem en donde puntea con 63,3% es cuando se refiere a que nunca juega algo diferente al Chance o simplemente no juega.

Tabla 43

Tabla cruzada ciudad vs otros juegos

Ciudad en donde se realizó la encuesta*¿Cada cuánto juega otros juegos diferentes al Chance? tabulación cruzada							
Municipio	¿Cada cuánto juega otros juegos diferentes al Chance?						Total
	Diario	Semanal	Quincenal	Mensual	Esporádico	Nunca	
Soata	4	10	2	2	57	2	77
Chiquinquirá	5	11	13	18	101	5	153
Paipa	12	20	6	7	66	94	205
Moniquira	8	13	3	4	29	-	57
Samaca	3	21	15	5	21	1	66
Tunja	8	37	13	14	101	12	185
Villa de Leyva	10	10	4	8	22	-	54
Garagoa	4	13	26	25	118	1	187
Nobsa	3	17	3	6	22	-	51

Ventaquemada	1	13	15	13	27	-	69
Aquitania	2	21	5	13	31	-	72
Duitama	5	43	28	19	96	4	195
Sogamoso	1	17	10	7	36	1	72
	66	246	143	141	727	120	1.443

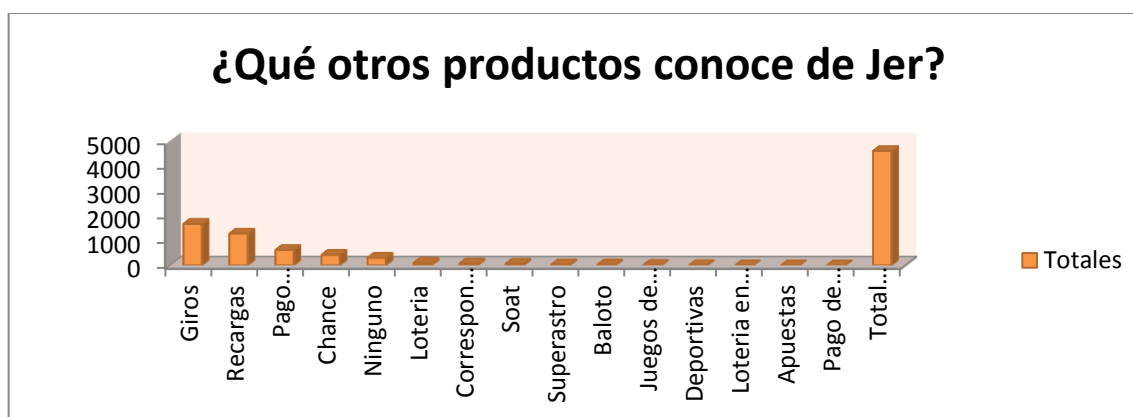
Fuente: elaboración propia

En este cuadro se muestra la frecuencia por municipio en donde la periodicidad de juego de manera esporádico es el predominante en todos los municipios, es aquí en donde se debe generar nuevos juegos que permitan o lleven a los apostadores a jugar de manera más frecuente buscando con esto posicionar el Chance como un producto preferido por los clientes y los nuevos clientes, adicional poder incluirlos en la categoría de juegos de suerte y azar.

Tabla 44

¿Qué otros productos conoce de JER S.A?		
Producto	Suma de Frecuencia	Porcentaje
Giros	1.671	36,30%
Recargas	1.281	27,80%
Pago servicios	617	13,40%
Chance	419	9,10%
Ninguno	301	6,50%
Lotería	94	2,00%
Corresponsal	75	1,60%
Soat	55	1,20%
Superastro	35	0,80%
Baloto	25	0,50%
Juegos de suerte y azar	12	0,30%
Deportivas	10	0,20%
Apuestas	4	0,10%
Lotería en línea	4	0,10%
Pago de certificados de libertad	2	0,00%
Total general	4.605	100,00%

Fuente: elaboración propia



De los productos más conocidos dentro del portafolio de productos de JER S.A son los giros con un 36,3% y después de este encontramos que se posiciona en un segundo lugar las recargas con un 27,8%.

Es evidente que hace falta dar a conocer mucho más el portafolio de JER S.A para que los clientes conozcan las ventajas que puede encontrar en JER S.A al realizar sus transacciones en un mismo sitio en horarios extendidos y de domingo a domingo los 365 días del año.

Tabla 45

Tabla cruzada ciudad vs conocimiento otros productos

Ciudad en donde se realizó la encuesta "¿Qué otros productos conoce de Jer?" tabulación cruzada																
Etiquetas de fila	Lotería en línea	Pago certificados de libertad	Apuestas	Pago servicios	Juegos de suerte y azar	Soat	Lotería	Chance	Corresponsal	Deportivas	Recargas	Ninguno	Baloto	Superastro	Giros	Total
Aquitania	-	-	-	28	-	-	1	-	1	-	113	29	1	-	131	304
Chiquinquirá	-	-	1	72	-	6	8	35	19	1	152	29	-	5	149	477
Duitama	-	-	-	110	1	-	2	10	14	-	102	7	1	-	107	354
Garagoa	1	2	-	38	5	7	7	13	8	-	133	15	3	5	220	457
Moniquira	-	-	-	26	-	4	1	61	1	-	68	18	-	2	137	318
Nobsa	-	-	-	86	-	-	4	7	1	-	127	26	-	1	96	348
Paipa	1	-	2	45	4	2	9	19	6	5	88	52	2	5	149	389
Samaca	1	-	1	14	1	13	16	35	1	-	47	13	5	-	95	242
Soata	1	-	-	24	-	4	8	28	12	1	93	7	-	5	102	285
Sogamoso	-	-	-	37	1	-	3	9	4	-	119	39	-	1	99	312
Tunja	-	-	-	83	-	5	27	96	8	3	155	30	11	6	188	612
Ventaquemada	-	-	-	34	-	13	5	42	-	-	38	10	2	2	71	217
Villa de Leyva	-	-	-	20	-	1	3	64	-	-	46	26	-	3	127	290
Total general	4	2	4	617	12	56	95	419	75	10	1.282	301	25	36	1.671	4.609

Fuente: elaboración propia

Municipios como Soata, Paipa, Moniquira, Samaca, Tunja, Villa de Leyva, Garagoa, Ventaquemada, Aquitania, son reconocidos por el producto Giros, los municipios de Chiquinquirá, Nobsa y Sogamoso son reconocidos por las recargas y en segundo lugar por el producto giros.

El municipio de Duitama es reconocido en primer lugar por el pago de servicios y en segundo lugar por el producto giros.

Tabla 46

Tabla cruzada conocimiento otros productos vs género

¿Qué otros productos conoce de JER S.A? *¿Cuál es su género? tabulación cruzada					
Producto	Femenino	%	Masculino	%	Total
Giros	837	50,1%	834	49,9%	1.671
Recargas	637	49,7%	644	50,3%	1.281
Pago servicios	354	57,4%	263	42,6%	617
Chance	185	44,2%	234	55,8%	419
Ninguno	133	44,2%	168	55,8%	301
Lotería	38	40,4%	56	59,6%	94
Corresponsal	44	58,7%	31	41,3%	75
Soat	24	43,6%	31	56,4%	55
Superastro	16	45,7%	19	54,3%	35
Baloto	11	44,0%	14	56,0%	25
Juegos de suerte y azar	9	75,0%	3	25,0%	12
Deportivas	1	10,0%	9	90,0%	10
Apuestas	1	25,0%	3	75,0%	4
Lotería en línea	2	50,0%	2	50,0%	4
Pago de certificados de libertad	1	50,0%	1	50,0%	2
Total general	2.293	49,8%	2.312	50,2%	4.605

Fuente: elaboración propia

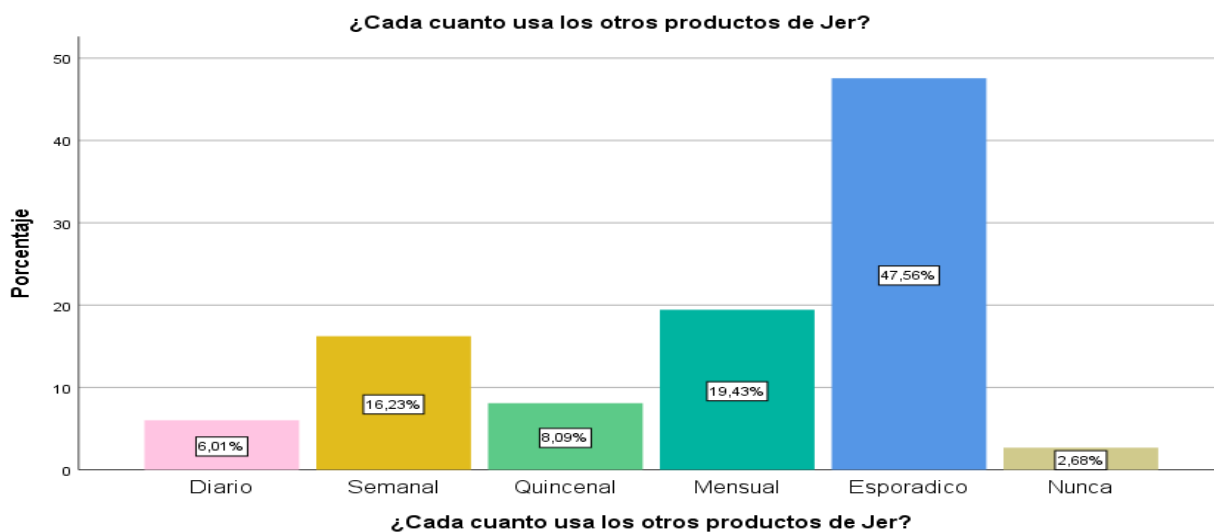
En los productos de juegos de suerte y azar el género femenino es la que menos conoce y consume estos productos con un 49,8%, en los productos giros, corresponsal y recaudos el

género femenino es dominante, es decir, que las mujeres utilizan más los productos diferentes a juegos de suerte y azar.

Tabla 47

¿Cada cuánto usa los otros productos de JER S.A?		
	Frecuencia	Porcentaje
Diario	150	6,0%
Semanal	405	16,2%
Quincenal	202	8,1%
Mensual	485	19,4%
Esporádico	1.187	47,6%
Nunca	67	2,7%
Total	2.496	100,0%

Fuente: elaboración propia



Se puede evidenciar que los otros productos de JER S.A son usados de manera esporádica en un 47,56%, de manera mensual con un 19,43% y de manera semanal con un 16,23%.

De las personas encuestadas se puede decir que solamente utilizan de manera diaria los otros productos de JER S.A un 6,01%, situación que se convierte en una posibilidad de

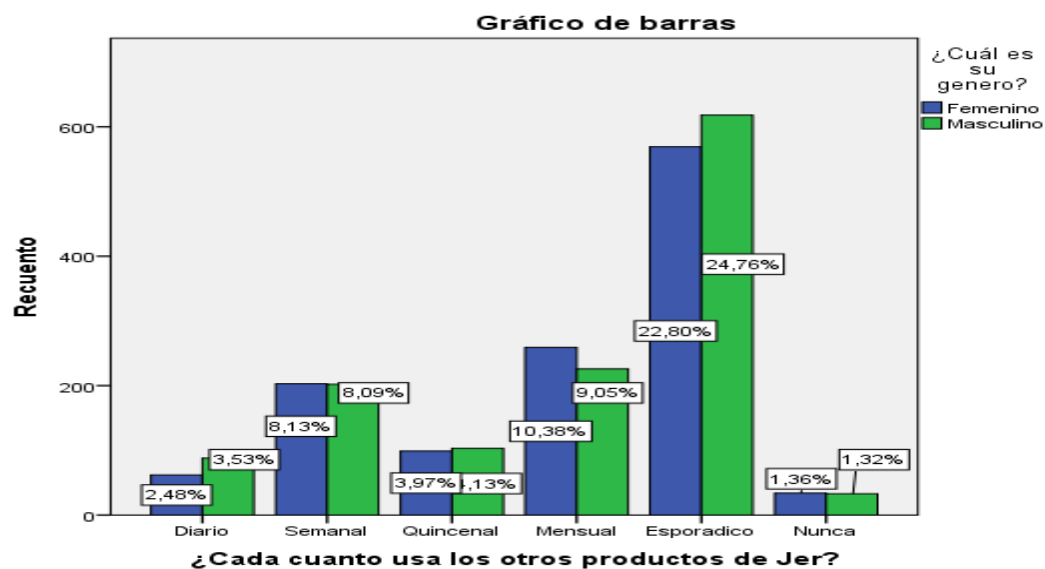
incrementar este porcentaje buscando un conocimiento mayor del portafolio de productos que tiene JER S.A.

Tabla 48

Tabla cruzada frecuencia vs género

¿Cada cuánto usa los otros productos de JER S.A? * ¿Cuál es su género? tabulación cruzada					
Pregunta	¿Cuál es su género?				Total
	Femenino	%	Masculino	%	
Diario	62	41,3%	88	58,7%	150
Semanal	203	50,1%	202	49,9%	405
Quincenal	99	49,0%	103	51,0%	202
Mensual	259	53,4%	226	46,6%	485
Esporádico	569	47,9%	618	52,1%	1.187
Nunca	34	50,7%	33	49,3%	67
	1.226	49,1%	1.270	50,9%	2.496

Fuente: elaboración propia



El género masculino es el predominante en el uso de los otros productos de JER S.A y en la opción que nunca los utiliza el género femenino es la que menos realiza transacciones con un 50,7%.

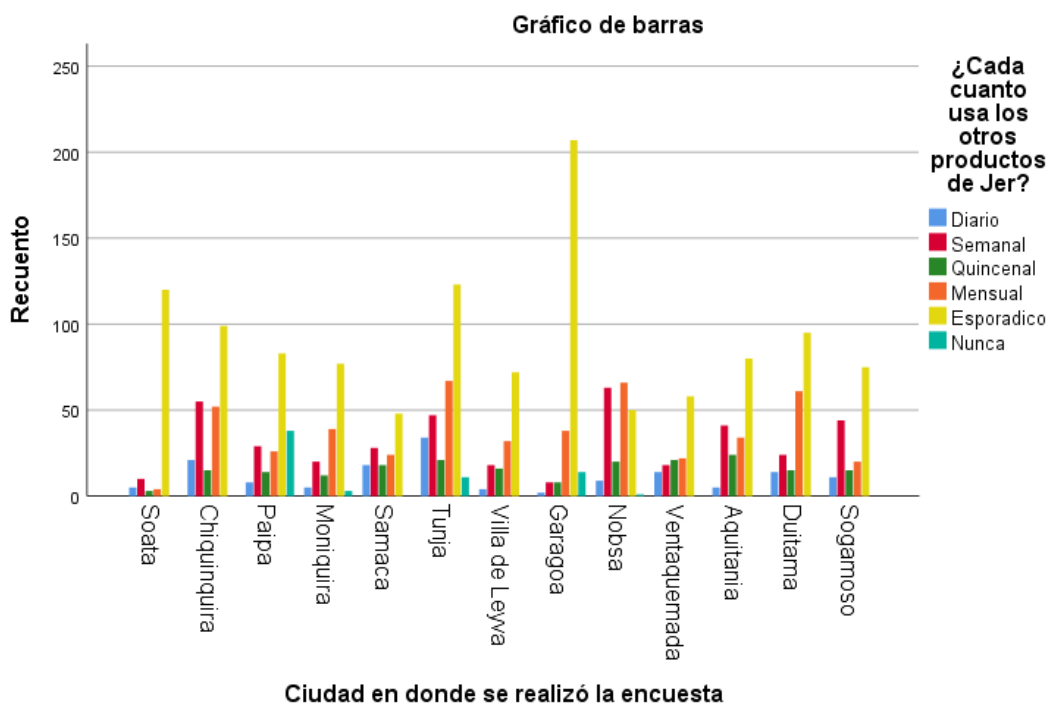
En la periodicidad mensual el género femenino tiene el mayor porcentaje con un 53,4%.

Tabla 49

Tabla cruzada periodicidad vs municipio

¿Cada cuánto usa los otros productos de JER S.A?							
Municipio	Diario	Semanal	Quincenal	Mensual	Esporádico	Nunca	Total
Soata	5	10	3	4	120	-	142
Chiquinquirá	21	55	15	52	99	-	242
Paipa	8	29	14	26	83	38	198
Moniquira	5	20	12	39	77	3	156
Samaca	18	28	18	24	48	-	136
Tunja	34	47	21	67	123	11	303
Villa de Leyva	4	18	16	32	72	-	142
Garagoa	2	8	8	38	207	14	277
Nobsa	9	63	20	66	50	1	209
Ventaquemada	14	18	21	22	58	-	133
Aquitania	5	41	24	34	80	-	184
Duitama	14	24	15	61	95	-	209
Sogamoso	11	44	15	20	75	-	165
	150	405	202	485	1.187	67	2.496

Fuente: elaboración propia



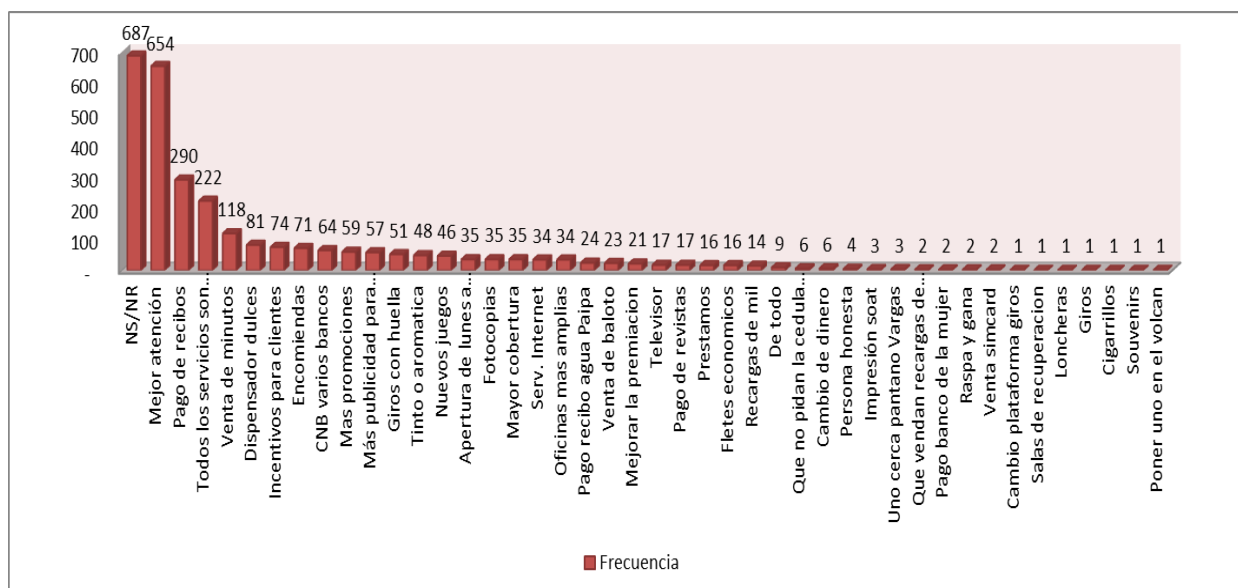
Los municipios en donde la frecuencia de uso es esporádica y que tiene un alto porcentaje son: en primer lugar se encuentra el municipio de Garagoa, en segundo lugar se encuentra el municipio de Tunja y en tercer lugar encontramos al municipio de Soata.

Tabla 50

¿Qué le gustaría encontrar en un punto de venta de JER S.A?		
Producto	Frecuencia	Porcentaje
NS/NR	687	23,8%
Mejor atención	654	22,6%
Pago de recibos	290	10,0%
Todos los servicios son buenos	222	7,7%
Venta de minutos	118	4,1%
Dispensador dulces	81	2,8%
Incentivos para clientes	74	2,6%
Encomiendas	71	2,5%
CNB varios bancos	64	2,2%
Mas promociones	59	2,0%
Más publicidad para conocer	57	2,0%

Giros con huella	51	1,8%
Tinto o aromática	48	1,7%
Nuevos juegos	46	1,6%
Apertura de lunes a domingo	35	1,2%
Fotocopias	35	1,2%
Mayor cobertura	35	1,2%
Serv. Internet	34	1,2%
Oficinas más amplias	34	1,2%
Pago recibo agua Paipa	24	0,8%
Venta de baloto	23	0,8%
Mejorar la premiación	21	0,7%
Televisor	17	0,6%
Pago de revistas	17	0,6%
Prestamos	16	0,6%
Fletes económicos	16	0,6%
Recargas de mil	14	0,5%
De todo	9	0,3%
Que no pidan la cedula para giros	6	0,2%
Cambio de dinero	6	0,2%
Persona honesta	4	0,1%
Impresión soat	3	0,1%
Uno cerca pantano Vargas	3	0,1%
Que vendan recargas de mil	2	0,1%
Pago banco de la mujer	2	0,1%
Raspa y gana	2	0,1%
Venta simcard	2	0,1%
Cambio plataforma giros	1	0,0%
Salas de recuperación	1	0,0%
Loncheras	1	0,0%
Giros	1	0,0%
Cigarrillos	1	0,0%
Suvenir	1	0,0%
Poner uno en el volcán	1	0,0%
Total general	2.889	100,0%

Fuente: elaboración propia



De las respuestas dadas por los encuestados se puede concluir que el mayor porcentaje con un 23,8% no tiene una respuesta de lo que le gustaría encontrar en un punto de venta de JER S.A, pero lo que más reclaman es un mejor servicio con un 22,6%.

En las respuestas la que se encuentra en tercer lugar con un 10% y con un posible desconocimiento por parte del encuestado, se puede inferir que los encuestados no conocen que en JER S.A tiene la posibilidad de realizar los pagos de los recibos públicos o también puede ser que estén reclamando que esto se pueda lograr en todos los municipios.

7 CONCLUSIONES

Después de realizado este proyecto aplicado se puede determinar que la marca JER S.A no es tan conocida en el departamento de Boyacá ya que los resultados que arroja la encuesta es lo que muestra, pero también es importante tener en cuenta que si es reconocida por otros nombres diferentes, es decir que JER S.A., debe comenzar a trabajar en el reconocimiento y recordación de la marca para que con esto pueda posicionar sus productos en especial su principal producto chance y en general los juegos de suerte y azar y el portafolio de productos que tiene disponible en los diferentes canales de distribución.

Se puede concluir que el objetivo principal se cumple de manera parcial y es lo que permite que JER S.A, comience a realizar actividades que permitan posicionar la marca.

JER S.A también debe trabajar en una estrategia comercial que permita involucrar a la población boyacense en los juegos de suerte y azar, buscando un mayor conocimiento de los juegos de suerte y azar y en especial de su principal producto el chance, es importante realizar campañas que permitan llegar a todos los sectores o municipios de la población para que conozcan los juegos de suerte y azar que maneja JER S.A en su portafolio de productos.

Es cierto que parte del portafolio de productos es ligeramente reconocido, pero también es cierto que hay productos que tiene JER S.A que los clientes y no clientes no conocen, entonces se debe generar estrategias que permitan dar a conocer la totalidad del portafolio de productos de la empresa y para esto se necesita de generar una sinergia comercial, administrativa y en los puntos de venta, para lograr que en la zonas se trabaje de manera conjunta en que se comunique constantemente el portafolio de productos generando una voz a voz que permita llegar a todos los rincones del departamento que ayude a lograr los

objetivos estratégicos de la empresa y el crecimiento de las ventas de cada uno de los productos que se tienen en el portafolio de productos y servicios.

Los boyacenses quieren muchas cosas de lo que JER S.A ya tiene en su portafolio indicando esto desconocimiento del mismo, pero si existe algo muy importante que los boyacenses quieren y reclaman de una manera significativa y es servicio, situación relevante y que genera una alerta en el servicio prestado y que enfoca a la empresa a trabajar al cliente interno para tener mejores resultados empresariales.

Efectivamente también hay productos y servicios que desean los boyacenses y que van a generar mejores ingresos a la empresa, adicional generan mayor tráfico en los puntos de venta y a su vez esto generara nuevos clientes de los productos existentes en el portafolio de productos y servicios.

Después de revisar las encuestas se puede concluir que JER S.A tiene un variado público que frecuenta los puntos de venta y los diferentes canales de distribución, pero también es cierto que quienes más frecuentan los puntos de venta es el género masculino convirtiéndose esto en una oportunidad de cautivar un público femenino que podrían ser un público interesante para incluir en las diferentes categorías que maneja JER S.A dentro de su portafolio de productos y servicios.

Se puede concluir también que JER S.A es frecuentado por todo tipo de género y por personas de diferente edad, pero cada segmento tiene productos específicos para utilizar, es decir, que todo rango de edad y genero utiliza productos determinados, pero también es cierto que las personas mayores son las que les gusta más los juegos de suerte y azar. Esto se convierte en oportunidades para lograr que personas del género femenino y de baja edad ingresen a la categoría de juegos de suerte y azar.

8 BIBLIOGRAFÍA

Asesoría Económica & Marketing, Calculadora de muestras, recuperado de:
http://www.corporacionaem.com/tools/calc_muestras.php

Gobernación del Tolima, 18 de mayo de 2006, recuperado de:
<http://www.todacolombia.com/departamentos-de-colombia/tolima.html>

Instituto geográfico Agustín Codazzi, 18 de mayo de 2006, recuperado de:
<http://www.todacolombia.com/departamentos-de-colombia/boyaca.html>

Gobernación de Caldas, 18 de mayo de 2006, recuperado de:
<http://www.todacolombia.com/departamentos-de-colombia/caldas.html>

Gobernación de Risaralda, 18 de mayo de 2006, recuperado de:
<http://www.todacolombia.com/departamentos-de-colombia/risaralda.html>

Gobernación del Quindío, 18 de mayo de 2006, recuperado de:
<http://www.todacolombia.com/departamentos-de-colombia/quindio.html>

Diario oficial, 17 de enero de 2001, recuperado de:
<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=4168>

Coljuegos, agosto 25 de 2017, recuperado de:
http://www.coljuegos.gov.co/publicaciones/juegos_de_suerte_y_azar_pub

Shujel, noviembre 16 de 2008, recuperado de: <http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>

Cámara de comercio de Medellín, Luis Fernando Restrepo, agosto de 2017, recuperado de:
<http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/memorias%20random/Plan%20de%20Mercadeo%20%20CCMA.pdf>

9 TABLAS

Tabla 1	Municipios objeto de la encuesta	Pág.6
Tabla 2	Tamaño de la muestra	Pág. 7
Tabla 3	Población de estudio	Pág.9
Tabla 4	Género	Pág.15
Tabla 5	Tabla cruzada género por ciudad	Pág.16
Tabla 6	¿Cuál es su edad?	Pág.17
Tabla 7	Tabla cruzada rango de edad vs género	Pág.18
Tabla 8	Tabla cruzada ciudad vs edad	Pág.19
Tabla 9	¿En qué departamento nació?	Pág.21
Tabla 10	Tabla cruzada departamento de nacimiento vs género	Pág.23
Tabla 11	¿Conoce a JER S.A?	Pág. 24
Tabla 12	Tabla cruzada ciudad y conocimiento de la marca	Pág.26
Tabla 13	Tabla cruzada conocimiento de la marca y género	Pág.27
Tabla 14	¿Por qué conoce a JER S.A?	Pág. 28
Tabla 15	Tabla cruzada conocimiento de productos del portafolio y género	Pág.29
Tabla 16	¿Conoce a Jero?	Pág. 30

Tabla 17	Tabla cruzada ciudad y conocimiento de Jero	Pág.32
Tabla 18	Tabla cruzada conocimiento marca vs género	Pág.33
Tabla 19	¿Cree en juegos de suerte y azar?	Pág. 34
Tabla 20	Tabla cruzada creencia en juegos vs género	Pág.35
Tabla 21	Tabla cruzada ciudad vs creencia	Pág.36
Tabla 22	¿Por qué cree o no en los juegos de suerte y azar?	Pág.37
Tabla 23	¿Conoce juegos de suerte y azar?	Pág.38
Tabla 24	Tabla cruzada ciudad vs conocimiento	Pág.39
Tabla 25	¿Qué juegos de azar conoce?	Pág.40
Tabla 26	Tabla cruzada conocimiento vs género	Pág.41
Tabla 27	Tabla cruzada conocimiento juegos vs ciudad	Pág.43
Tabla 28	¿Conoce el Chance?	Pág.43
Tabla 29	Tabla cruzada ciudad vs conocimiento de Chance	Pág.44
Tabla 30	Tabla cruzada género vs conocimiento del Chance	Pág.45
Tabla 31	¿Juega Chance?	Pág.46
Tabla 32	Tabla cruzada ciudad vs juega Chance	Pág.47
Tabla 33	Tabla cruzada género vs juega Chance	Pág.48

Tabla 34	¿Por qué no juega Chance?	Pág.49
Tabla 35	Tabla cruzada razones vs género	Pág.50
Tabla 36	Tabla cruzada razones vs ciudad	Pág.51
Tabla 37	¿Cada cuánto juega Chance?	Pág.52
Tabla 38	Tabla cruzada frecuencia vs municipio	Pág.53
Tabla 39	Tabla cruzada periodicidad vs género	Pág.54
Tabla 40	¿Qué otros tipos de juegos de azar juega?	Pág.55
Tabla 41	¿Cada cuánto juega otros juegos diferentes al Chance?	Pág.56
Tabla 42	Tabla cruzada periodicidad vs género	Pág.57
Tabla 43	Tabla cruzada ciudad vs otros juegos	Pág.58
Tabla 44	¿Qué otros productos conoce de JER S.A?	Pág.59
Tabla 45	Tabla cruzada ciudad vs conocimiento otros productos	Pág.60
Tabla 46	Tabla cruzada conocimiento otros productos vs género	Pág.61
Tabla 47	¿Cada cuánto usa los otros productos de JER S.A?	Pág.62
Tabla 48	Tabla cruzada frecuencia vs género	Pág.63
Tabla 49	Tabla cruzada periodicidad vs municipio	Pág.64
Tabla 50	¿Qué le gustaría encontrar en un punto de venta de JER S.A?	Pág.65