

Fecha: 19 de diciembre de 2008

Medio: La Segunda

Título: Casino de Mostazal lanza plan para evitar efectos de la crisis

Casino de Mostazal lanza plan para evitar efectos de la crisis

Abrir un centro de juegos pese a que el proyecto global seguirá en construcción hasta mediados de este año; atraer a clientes —especialmente de Santiago— sin contar con los accesos definitivos hasta el fin del verano, y responder por las falencias de un personal recién entrenado en las primeras semanas de operación.

La lista de desafíos para el casino Monticello, en San Francisco de Mostazal, ya era suficientemente alta al momento mismo de su apertura hace un mes y medio... cuando se desató la crisis internacional, frenando las expectativas económicas y la disposición de los chilenos al gasto.

“La partida ha sido más difícil de lo esperado. Y estamos en un escenario de crisis que no es el más adecuado cuando uno está partiendo”, reconoce el gerente general de Monticello, George Garcelon. ¿Qué está haciendo el mayor centro de juegos y entretenimiento del país para salir adelante? La sociedad integrada por la sudafriicana SUN International, la austriaca Novomatic y la francesa IGGR inició una estrategia de marketing que incluye desde pequeñas acciones hasta planes a gran escala. Hoy será un día importante en esta ofensiva, tanto en lo que a infraestructura como a planes se refiere. Mañana debutará un nuevo servicio de buses que partirán desde Parque Arauco desde las 19:30 horas, mientras la oferta gastronómica se potenciará con El Capataz, un restaurante estilo *buffet* sin límite de consumo de nivel *premium*, a lo cual se sumará en enero un centro de conferencia y una discoteca.

“Los tiempos están complicados y la gente está buscando recibir más valor por su dinero. Estamos reaccionando poniendo más énfasis a las promociones con una oferta que debe ser atractiva y el directorio aprobó un fondo de marketing para hacer más promoción del casino”, asevera el ejecutivo. Uno de los elementos claves es la fidelización a través de un sistema de tarjetas inteligentes, a partir del cual se relacionan con más de 30 mil inscritos en un club de privilegios, al tiempo

Monticello inicia ofensiva abriendo restaurante y servicio de buses de acercamiento desde Santiago.

Por Jorge Isla Z.



que están cerrando acuerdos con operadores gastronómicos que “esperamos anunciar la próxima semana”.

Y aunque reconoce que la construcción del resto del centro ha tenido algunas demoras, Garcelon asegura que el cronograma mantiene sus plazos con la inauguración del centro de entretenimiento —que incluirá tiendas, restaurantes y diversos juegos— en mayo, y la marcha blanca del hotel, actualmente a nivel del piso 5, en agosto próximo. “Tenemos plena fe en que, cuando el proyecto esté listo, las condiciones habrán mejorado. La apuesta sigue siendo que vamos a ser el mejor casino de Latinoamérica”, asevera el ejecutivo.

Cambio de estrategia

—Se dice que hay días de la semana con poco público.

—La afluencia de público ha sido extraordinariamente buena el fin de semana, estamos muy tranquilos y contentos. Ahora, en los días de semana estamos más bajos de lo esperado y cambiamos la estrategia para que la gente nos conozca en la semana. Tenemos los mejores shows concentrados el fin de semana y desde ahora este miércoles tuvimos al grupo Lucybell, lo cual significó un repunte importante.

—¿Están cumpliendo las metas de su plan de negocios?

—Se está cumpliendo en

fin de semana, y por debajo durante los días de semana.

—También se afirma que el casino se llena de gente, pero que gasta poco.

—Los clientes estándar medio han crecido parejo desde el día que abrimos. Pero en clientes de estándar alto

ha habido un excelente crecimiento en los juegos más complejos, de más de 30% entre octubre y noviembre en este negocio que representa entre el 30% y 40% de los ingresos, lo cual es sorprendente en la época que estamos viviendo. A tal punto que pedimos un aumento de mesas a la superintendencia.

—¿El hecho que todavía haya accesos provisionales desincentiva a los interesados?

—No es lo óptimo, pero está funcionado bien. Vamos a abrir los accesos definitivos en forma simultánea a fines de marzo, y hoy estamos ampliando los estacionamientos para 200 vehículos a los costados del camino lateral en las horas *peak*.

—¿Qué hicieron frente a los reclamos por la inexperiencia de los croupiers?

—Eso lo sabíamos de antemano: que es muy distinto entrenamiento que el contacto cara a cara. El compromiso era contratar mano de obra local y no había personas sufi-



cientos que sepan ese oficio. La alternativa habría sido traer extranjeros, unos 100 de un total de 300. Ahora estamos acrecentando el entrenamiento del personal a full las 24 horas y con buenos resultados que notamos por el mayor aumento en las mesas en relación con las máquinas. Todavía no es óptimo, pero estamos muy contentos con el personal.

—¿Despidieron a personal deficiente?

—Se habían ido entre 7 y 8 personas, de un total de 300, y varios por motivos disciplinarios. Hubo un problema de partida, pero actualmente no hay un problema.

—¿Han salido ejecutivos?

—La gerenta de Marketing (Patricia Leyton) renunció y fue reemplazada con una persona del equipo. Nuestra política es ofrecer primero las oportunidades a nuestro personal. ■