

¿Cómo es el jugador online en España? Hagan sus apuestas

Desde su regulación en 2011, el crecimiento del juego y las apuestas online ha sido exponencial. En el periodo de 2012 a 2015 creció un 41% en tasa de crecimiento anual compuesto equivalente –CAGR, según sus siglas en inglés-, mientras que las estimaciones para 2016/2019 apuntan a un incremento del 10%. Pero aunque existen numerosos estudios sobre el juego online –cuánto se juega, las licencias, los operadores... - sabemos muy poco sobre el perfil de los jugadores en España. Hagan sus apuestas, ¿quiénes están detrás de la pantalla?

El informe Online Gambler Outlook, elaborado por PwC junto a Netquest a partir del seguimiento a 3.971 jugadores en España, pone las cartas sobre la mesa, y construye un retrato robot: hombre, de menos de 35 años, trabajador, con un salario de entre 20.000 y 35.000 euros anuales y que juega desde casa entre las ocho y las doce de la noche. Accede a las webs de juego a través de un buscador, principalmente Google, y en menor proporción, a través de las redes sociales. Para jugar usa conjuntamente su ordenador y el móvil.

Su principal motivación es el dinero -especialmente entre los jugadores intensivos-, y a la hora de elegir la web para hacerlo destacan como atractivos principales la fiabilidad de la página o empresa, y los métodos de pago y cobro. La publicidad acerca de estas plataformas le llega a través de la televisión, y, adicionalmente, a través de Internet, aunque en general, no le resulta atractiva.

El informe incluye una segmentación de los usuarios por tipo de juego que deja datos interesantes. Las apuestas deportivas online presenta la mayor proporción de hombres frente a mujeres de entre las seis analizadas –apuestas deportivas, casino, bingo, loterías, slots y póker-. Además, concentran la segunda mayor proporción de jugadores de entre 18 y 24 años -28%, y de desempleados -19%- después del póker.

El bingo online y las loterías online son los juegos que cuentan con una mayor proporción de mujeres -47% de mujeres, frente a 53% de hombres, y 42% frente a 58%, respectivamente-. Los jugadores de estas tipologías tienen, además, una propensión superior a la media a estar trabajando, y son los más inclinados a jugar desde el PC, sin utilizar el móvil.

El estudio también analiza el fenómeno de complementariedad entre las distintas modalidades, y concluye que existe un alto nivel de complementariedad entre usuarios de otros juegos con las apuestas deportivas. Por ejemplo, un 90% de los jugadores de póker y un 88% de los de casino apuestan también en competiciones deportivas. Sin embargo, un porcentaje muy bajo de jugadores de apuestas deportivas combina esta tipología con otras.

¿Cuál es la percepción del juego online en el ámbito social? El informe concluye que existe una diferencia de opiniones significativa dependiendo de la edad. Solo un tercio de las personas con más de 45 años piensa que no está bien visto socialmente, mientras que ese porcentaje aumenta hasta casi la mitad -48%- entre aquellos usuarios con edades entre los 18 y los 24 años. Jugadores medios y esporádicos coinciden en pensar que no es una actividad lúdica como otra cualquiera -74%-, dato que contrasta con las opiniones de los usuarios intensivos. Cerca de la mitad -46%- de estos jugadores piensa que sí lo es.

En un sector cuyos ingresos superarán los 501 millones en 2019, la competencia es enorme. El conocimiento del jugador y su comportamiento será una variable clave para poder captar usuarios. La captación de público femenino, la mejora en los procesos de captación de nuevos usuarios –que presentan problemas como procesos de registro online demasiado largos- o el desarrollo de formatos de publicidad integrada, que resulten más atractivos al usuario, son algunos de los retos de cara al futuro.