

PERSPECTIVAS

LA BRECHA DIGITAL EN ESPAÑA / 2. La falta de adaptación a las nuevas tecnologías en el empresariado español acarreará una pérdida de negocio en cualquier sector comercial. Ni el juego será una excepción. El Estado ingresa cada año más de 2.000 millones de euros por las apuestas en lotería na-

cional y quinielas. Sin embargo, la lenta modernización del sector augura muchos problemas a corto plazo. Según datos de Loterías y Apuestas del Estado, Internet aún no supera el 1% de las ventas totales de las administraciones. Mientras, el rápido crecimiento de los sitios de apuestas deportivas

por Internet (todas con domicilio social fuera de España) amenaza con arrebatar al Estado buena parte de lo que recauda en el lucrativo mercado del juego. Dos administraciones de lotería explican a *Ciberp@ís* sus visiones opuestas sobre la adopción de la tecnología en su negocio.



La lotera Montserrat Malagelada.



Javier Bernabeu, administrador de Lotería Castillo.

CARLES OLIVA

La suerte habrá que buscarla

Malagelada: "Ni siquiera nos hemos planteado la posibilidad de vender lotería a través de Internet. Es algo que vemos muy lejano" ● El 40% de la facturación de Lotería Castillo llega a través de la Red, procedente de más de 100 países, y el 4% por el móvil

MANUEL ÁNGEL-MÉNDEZ

"Ni siquiera nos hemos planteado la posibilidad de vender lotería a través de Internet. Es algo que todavía vemos muy lejano", dice Montserrat Malagelada, responsable de la Administración María Güell de Barcelona. Como ésta, la mayoría de las 10.800 administraciones de lotería en España sigue utilizando el boca-oreja y el trato personal como principales herramientas de su negocio.

El perfil de la administración de lotería es la de un negocio traspasado generación tras generación, con una media de tres empleados y bajos niveles de adopción tecnológica. Es el caso de la Administración María Güell, que factura por encima de la media: unos 30.000 euros semanales.

Desde que abrió sus puertas en 1882, su única inversión tecnológica han sido dos ordenadores y un *software* de gestión, desarrollado por Estudio Informática, empresa especializada en el juego. Total, 6.000 euros.

La administración atiende diariamente a 700 personas, 300 de ellas abonadas. Aun así, sus herramientas de gestión son elementales. "Con el *software* podemos hacer una ficha sencilla de cada uno, a qué número juega y cuánto", dice Malagelada. Con el mismo programa, por el que paga un mantenimiento de 80 euros mensuales, automatiza el control de ventas y pagos con los servidores de Loterías y Apuestas del Estado.

Su nivel de informatización termina aquí. El problema surge

a la hora de ampliar la clientela, mayoritariamente entre 45 y 70 años de edad. Sin Internet ni otros canales de venta, las administraciones acaban dependiendo de la clientela del barrio. "No

Malagelada: "No hago envíos por correo. Si el cliente no viene, tendría que pagar a un mensajero para recoger la lotería"

hacemos envíos por correo ordinario. Si el cliente no puede desplazarse aquí, tendría que pagar a un mensajero para recoger la lotería", dice Malagelada.

A medio y largo plazo, el reto para muchas administraciones españolas es atraer a la población de entre 20 y 35 años que hoy usa Internet como canal indispensable de compra.

El problema tiene ya su primer síntoma en el negocio de las apuestas deportivas: las ventas de Loterías y Apuestas del Estado el pasado año se redujeron casi el 8% en juegos como la quiniela. Por el contrario, ya son más de 3,5 millones los españoles que acuden a Internet para hacer apuestas deportivas en Mia-

puesta.com, Bwin.com o Betfair, entre otras páginas. "De momento no nos preocupa, aunque si hay una fuerte caída en ventas habrá que buscar alternativas en Internet", advierte Malagelada. "Lo que sí me sorprende es que haya administraciones que se lancen a vender lotería a través del móvil. Si eso funciona, la mitad de las administraciones tendrán que cerrar".

Frente a la competencia feroz de las compañías de juego por Internet, algunas han optado también por abrir ventanilla virtual. Las más avanzadas utilizan un nuevo canal con el que esperan llegar a más gente: el móvil.

Javier Bernabeu, administrador de Lotería Castillo, es el responsable del primer servicio de venta de lotería a través del móvil. Comenzó en noviembre y ya ha atraído a 10.000 personas.

La novedad reside en la posibilidad de jugar por mensaje corto (SMS), además del servicio WAP de Orange, operador con el que Lotería Castillo ha lanzado en exclusiva el servicio. A través de SMS, se puede apostar por combinaciones aleatorias, generadas automáticamente por el sistema, o por combinaciones que el usuario configura previa-

mente en la página de Orange. Se requieren dos SMS para jugar: uno para enviar la orden y otro para aceptar el pago. El coste es de 65 céntimos de euro, sin comisiones ni recargos. Teniendo en cuenta que España es el cuarto país europeo con más móviles por habitante y que en 2005 se enviaron 20.000 millones de SMS, todo apunta a que la idea podría cuajar.

A día de hoy la inversión ha sido de 40.000 euros y las ventas por móvil ya suponen entre el 2% y el 4% de la facturación total de la administración. "Es una propuesta demasiado innovadora para el sector, tardará tiempo

Bernabeu: "Un negocio que no atrae a gente nueva fracasará; el futuro del juego pasa por la tecnología"

en despegar, pero los comienzos en Internet también fueron difíciles".

Lotería Castillo también se plantea ponerlo a disposición a través de la red 3G, ampliarlo al resto de operadores y aumentar el tipo de apuestas. Ahora se pue-

de jugar con el móvil a la Primitiva, la Bonoloto y el Gordo. El objetivo es vender también lotería de Navidad. "La gente todavía desconfía de pagar por el móvil, pero creo que cuando pague dos o tres euros y vea que funciona, no le importará pagar 20 euros por un décimo", dice Bernabeu.

El precio de la apuesta se descuenta directamente del saldo telefónico. Si el premio es igual o menor que el reintegro, se añade al saldo telefónico. Si el premio es mayor, la administración Castillo se encarga de gestionar el pago a través de su página.

Para una localidad como Alaquas, de 25.000 habitantes y con sólo dos administraciones, la adopción tecnológica de Bernabeu resulta sorprendente. Internet es parte tan vital de su negocio que los seis empleados se han dividido en dos equipos: tres se encargan de la actividad *online* y móvil, y otros tres de la tienda física. Bernabeu ha invertido más de 50.000 euros en la plataforma *online*. "Hace 10 años ninguna compañía tecnológica quería ayudarnos con la tienda virtual. Yahoo! nos dijo que en Internet sólo funcionaba la venta de libros y música".

Hoy el 40% de los ingresos llega por Internet, desde más de 100 países y con picos de facturación de 300.000 euros semanales, 10 veces más de lo que ingresa una administración tradicional. Con el nuevo servicio por móvil esperan diversificar aún más su clientela: "Un negocio que no atrae a gente nueva está abocado al fracaso, el futuro del juego pasa por las nuevas tecnologías".

La brecha digital		
Marià Güell	Administración	Castillo
1882	Fecha de apertura	1982
2	Nº de empleados	6
2	Nº de ordenadores	5
No	Web	www.loteriacastillo.com

EL PAÍS