



**UNIVERSIDAD TECNICA
FEDERICO SANTA MARIA**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA DEPARTAMENTO DE
INDUSTRIAS**

**“ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN LAS
PLATAFORMAS DE APUESTAS DEPORTIVAS EN LÍNEA”**

MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE INGENIERO CIVIL INDUSTRIAL

AUTOR

JOAQUÍN JARA MORALES

PROFESOR GUÍA

NOAH SILVA MORA

PROFESOR COGUÍA

DIEGO YAÑEZ MARTINEZ

SANTIAGO DE CHILE, 15 DE DICIEMBRE, 2023

Resumen Ejecutivo

El propósito fundamental de este estudio es analizar minuciosamente los factores y variables que afectan la selección de plataformas de apuestas deportivas en línea por parte de los usuarios. Se busca proporcionar a las empresas una comprensión detallada de estos elementos para influir en la definición de sus propuestas de valor y, por ende, en sus estrategias de marketing.

Para esta resolución se llevó a cabo un análisis factorial exploratorio, utilizando siete variables críticas de modelos previos en la literatura. Se diseñó una encuesta utilizando la plataforma “Survey Monkey” con preguntas que estaban intrínsecamente enlazadas con las variables, la cual obtuvo un total de 255 respuestas. Después de emplear el programa SPSS Statistics, se obtuvo un modelo estadísticamente significativo que reveló seis nuevas variables o factores, cada uno con características únicas entre sí, detalladas minuciosamente en el estudio.

Al concluir la investigación, se presentaron nuevas variables como posibles áreas de investigación futura, lo que podría ampliar la comprensión de los factores influyentes en la selección de plataformas de apuestas deportivas en línea. Además, se identificaron relaciones significativas entre los diversos factores y variables obtenidos, ofreciendo una visión más detallada de cómo se interrelacionan estos elementos en el comportamiento de los usuarios. Por último, se delinearon posibles pasos a seguir con el estudio que podrían ayudar a extender el conocimiento adquirido, explorar nuevas áreas de interés, validar los resultados obtenidos, y aplicar estrategias más efectivas en la comprensión y el abordaje del mercado de las plataformas de apuestas en línea.

Índice de Contenido

Resumen Ejecutivo	2
1.Problema de investigación	6
2.Objetivos.....	8
2.1Objetivo general.....	8
2.2Objetivos específicos	8
3. Marco Teórico	10
3.1 Antecedentes de la industria de la entretención	10
3.2 Casas de apuestas más importantes.....	11
3.3 El Futbol como Eje Central de las Apuestas Deportivas	13
3.4 Dinámicas y Mecanismos de las Apuestas Deportivas en el Fútbol	15
3.5Contexto en Chile.....	16
3.6Aspectos relevantes de la investigación.....	20
3.7 Análisis Factorial Exploratorio	22
3.8 Escala de Likert.....	23
3.9 Prueba de KMO y Bartlett	24
4.Modelos de Referencia	26
4.1 Modelo de referencia 1	26
4.2 Modelo de referencia 2	28
4.3 Modelo de referencia 3	30
4.4 Modelo de referencia 4	32
5.Metodología.....	36
5.1 Encuesta	36
5.1.1 Preguntas introductorias.....	37
5.1.2 Preguntas con relación a cada variable	38
5.1.3 Preguntas demográficas	40
6. Resultados.....	42
6.1 Perfil Demográfico y Socioeconómico	42
6.2 Perfil de Uso en las Casas de Apuestas Deportivas en Línea	49
6.3 Significancia del Modelo	55
6.4 Análisis y Redefinición de Variables	58
7. Conclusiones.....	77

8. Recomendaciones y Futuras Investigaciones 80

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Cantidad de personas que han y no han tenido experiencia directa utilizando plataformas de apuestas en línea.	43
Gráfico 2: Distribución de Géneros entre los Participantes.	44
Gráfico 3: Distribución Etaria entre los Participantes.	45
Gráfico 4: Distribución del nivel educacional entre los Participantes.	46
Gráfico 5: Nivel de ingresos mensuales de los participantes en CLP.	48
Gráfico 6: Frecuencia de Uso en Plataformas de Apuestas Deportivas en Línea.	51
Gráfico 7: Distribución de Rangos de Inversión en Plataformas de Apuestas Deportivas en Línea en CLP.	52
Gráfico 8: Cantidad de Personas que reconocen o han utilizado alguna/s de la/s plataformas propuestas.	54
Gráfico 9: Cantidad de Personas que reconocen o han utilizado alguna/s de la/s plataformas propuestas.	60

Índice de Tablas

Tabla 1: Resultados de las Pruebas de Kaiser-Meyer-Olkin y Esfericidad de Bartlett.	56
Tabla 2: Contraste de Variables: Estado Inicial vs. Estado final de la componente 1.	61
Tabla 3: Contraste de Variables: Estado Inicial vs. Estado final de la componente 2.	62
Tabla 4: Contraste de Variables: Estado Inicial vs. Estado final de la componente 3.	63
Tabla 5: Contraste de Variables: Estado Inicial vs. Estado final de la componente 4.	63
Tabla 6: Contraste de Variables: Estado Inicial vs. Estado final de la componente 5.	64
Tabla 7: Contraste de Variables: Estado Inicial vs. Estado final de la componente 6.	64
Tabla 8: Porcentaje de Varianza Explicada por Autovalores Iniciales de la componente 1.	67
Tabla 9: Porcentaje de Varianza Explicada por Autovalores Iniciales de la componente 2.	69
Tabla 10: Porcentaje de Varianza Explicada por Autovalores Iniciales de la componente 3.	70
Tabla 11: Porcentaje de Varianza Explicada por Autovalores Iniciales de la componente 4.	72
Tabla 12: Porcentaje de Varianza Explicada por Autovalores Iniciales de la componente 5.	74
Tabla 13: Porcentaje de Varianza Explicada por Autovalores Iniciales de la componente 6.	75

Tabla 14: Exploración de Variables: Resultados de las Comunalidades 85

Tabla 15: Varianza explicada por cada componente..... 86

Tabla 16: Matriz de Componentes Rotados con Nuevas Variables Generadas 87

Índice de Figuras

Figura 1: Modelo de referencia N°1..... 27

Figura 2: Modelo de referencia N°2..... 29

Figura 3: Modelo de referencia N°3..... 31

Figura 4: Modelo de referencia N° 4, Medios de comunicación (MM), Confianza (TR), Expectativa de desempeño (PE), Expectativa de esfuerzo (EE), Influencia social (SCI), Condiciones facilitadoras (FC), Motivación hedónica (HM) 33

1.Problema de investigación

En el contexto del crecimiento exponencial de la industria de las apuestas en línea, los usuarios se encuentran ante una variedad cada vez mayor de plataformas disponibles para satisfacer sus necesidades de entretenimiento y apuestas (Gainsbury et al., 2013). Sin embargo, a pesar de la amplia gama de opciones, muchas empresas podrían enfrentar dificultades para identificar si su propuesta de valor está adecuadamente definida, lo que puede resultar en la falta de atracción de ciertos segmentos de usuarios (Osterwalder,2015). Esta investigación busca identificar y analizar en profundidad los factores o variables que contribuyen en la elección de una plataforma de apuestas en línea en comparación con otras alternativas disponibles. Esto con la finalidad central de proporcionar a las empresas que operan en el ámbito de las casas de apuestas en línea una comprensión profunda y precisa de los factores que influyen negativamente en la elección de los usuarios entre diferentes plataformas. Al identificar y analizar estos elementos, las empresas podrán estructurar su propuesta de valor de manera más efectiva, adaptándola a las necesidades y preferencias específicas de sus usuarios potenciales (Osterwalder,2015). Esta comprensión más sólida permitirá a las empresas refinar y definir estrategias de marketing más precisas y persuasivas, dirigidas a abordar los desafíos identificados y a destacar los aspectos que distinguen su plataforma en un mercado competitivo (Pursell, 2023). En última instancia, se espera que esta investigación contribuya a la creación de una industria de apuestas en línea más informada, ética y orientada al usuario, en la que las empresas puedan ofrecer experiencias excepcionales y atractivas que resuenen con su público objetivo.

En el contexto del crecimiento de las apuestas en línea, esta investigación busca entender los factores detrás de la elección de plataformas. Las preguntas clave son:

- ¿Cuáles son los factores claves que influyen en la elección de una plataforma de apuestas en línea por parte de los usuarios en comparación con otras opciones disponibles en el mercado?
- ¿Cómo impacta la adecuada definición de la propuesta de valor en la atracción de diferentes segmentos de usuarios en la industria de las casas de apuestas en línea?
- ¿Cómo afectan la experiencia del usuario, la interfaz y la usabilidad de las plataformas de apuestas en línea en la elección de los usuarios y en su percepción de valor?
- ¿Cuál es la percepción de los usuarios en cuanto a la transparencia, confiabilidad y seguridad de las plataformas de apuestas en línea, y cómo afecta esto su elección?

2.Objetivos

2.1Objetivo general

Analizar en profundidad los factores que influyen en la elección de una plataforma de apuestas deportivas en línea por parte de los usuarios, con el propósito de proporcionar a las empresas de la industria una comprensión detallada de estos elementos, su impacto en la definición de la propuesta de valor y con esto sus estrategias de marketing.

2.2Objetivos específicos

- Identificar los factores determinantes que los usuarios consideran al seleccionar una plataforma de apuestas en línea, explorando elementos como bonificaciones, promociones, variedad de mercados y calidad de la atención al cliente.
- Evaluar la percepción de los usuarios sobre la transparencia, confiabilidad y seguridad de las plataformas de apuestas en línea y cómo afectan su elección entre diferentes alternativas.
- Analizar cómo la experiencia del usuario y la interfaz de las plataformas de apuestas influyen en la decisión de los usuarios y en su preferencia por una plataforma sobre otra.
- Evaluar el impacto de la impulsividad y la influencia social en las decisiones de uso de plataformas de apuestas en línea, analizando cómo estas variables afectan los patrones de comportamiento de los usuarios y su persistencia en el uso de dichas plataformas.

- Identificar y explorar posibles relaciones entre los nuevos factores derivados del Análisis Factorial Exploratorio (AFE) en el estudio de las plataformas de apuestas deportivas en línea.
- Proporcionar pasos a seguir con el estudio a las empresas de la industria de las apuestas deportivas en línea para mejorar su propuesta de valor, basándose en los resultados obtenidos.

3. Marco Teórico

Para entender un poco como funciona este mundo de las apuestas online es importante comenzar con los antecedentes de las apuestas y como funcionaban antiguamente para luego entender cómo se convirtieron en lo que son hoy en día.

3.1 Antecedentes de la industria de la entretenición

La industria del entretenimiento a nivel mundial abarca un amplio espectro de actividades y formas de entretenimiento que buscan satisfacer las necesidades de diversión, ocio y cultura de la población. Esto incluye sectores como el cine, la televisión, la música, el teatro, los deportes, los eventos en vivo, los parques de atracciones y, por supuesto, los juegos de azar. (dosdoce, 2022)

En cuanto a los juegos de azar en el mundo, estos son una parte significativa de la industria del entretenimiento y han experimentado un crecimiento en los últimos años. Los juegos de azar involucran actividades en las que la probabilidad de ganar o perder está determinada por factores aleatorios, como la ruleta, las máquinas tragamonedas, el póker, el bingo y otros juegos de casino.

Por otro lado, los juegos de azar también se han expandido al ámbito en línea, con la presencia de casinos en línea y plataformas de apuestas deportivas. Estas plataformas permiten a los usuarios participar en diferentes juegos de azar desde la comodidad de sus hogares, utilizando dispositivos electrónicos como computadoras y teléfonos móviles. (Mordor Intelligence, s. f.). Dentro de la industria de entretenimiento y comunicación se tiene un valor de mercado de 2.6 billones de USD para el año 2023 y para el caso de los juegos de azar en línea para el

año 2023 se tiene una valorización de 71 mil millones de USD aproximadamente, por lo que ocupan un 2,7% de la industria completa de entretenimiento y comunicación. (Statista, 2023)

Los valores de mercado mencionados provienen de la base de datos de Statista. Para determinar el porcentaje que representa el mercado de los juegos de azar en línea dentro del mercado total de la industria de entretenimiento y comunicación, se realizó una operación matemática simple, dividiendo la valorización de mercado de los juegos de azar en línea por la valorización de mercado de la industria del entretenimiento y comunicación. Este cálculo arroja un porcentaje del 2.7%, lo que ilustra la proporción que ocupan los juegos de azar en línea en el contexto más amplio de la industria de entretenimiento y comunicación en el año 2023.

3.2 Casas de apuestas más importantes

En el contexto mundial, el auge de las casas de apuestas en línea ha dado lugar a un mercado altamente competitivo y diverso, con una serie de empresas que se han establecido como actores en crecimiento en la industria del juego en línea. A continuación, se presentan algunas de las casas de apuestas más famosas y reconocidas a nivel global, que han contribuido significativamente a la transformación del paisaje de las apuestas en línea:

1. **Bet365:** Bet365 es ampliamente reconocida como una de las casas de apuestas líderes en el mercado internacional. Fundada en el Reino Unido, ha logrado una presencia global con su plataforma en línea que ofrece una amplia gama de opciones de apuestas deportivas y juegos de casino. La marca es conocida por su interfaz amigable, extensa cobertura de eventos deportivos y ofertas promocionales.

2. **William Hill:** Con una historia que se remonta a casi un siglo atrás, William Hill es otra de las casas de apuestas icónicas del Reino Unido. Además de sus establecimientos físicos, William Hill ha expandido su presencia en línea, proporcionando a los apostadores una variedad de opciones de apuestas en deportes y otros eventos.
3. **Paddy Power:** Reconocida por su enfoque creativo y a menudo humorístico en la publicidad y las promociones, Paddy Power es una casa de apuestas irlandesa que ha llamado la atención global. Su enfoque único en la marca y su presencia en las redes sociales han contribuido a su renombre en la industria.
4. **Betfair:** Betfair ha revolucionado el enfoque tradicional de las casas de apuestas al introducir el concepto de intercambio de apuestas, donde los usuarios pueden apostar entre sí en lugar de contra la casa. Esto ha llevado a una mayor flexibilidad y oportunidades de precios para los apostadores.
5. **888sport:** Parte del grupo 888 Holdings, 888sport ofrece apuestas en línea y experiencias de juego en una variedad de mercados. La marca ha trabajado para establecer una presencia internacional y se ha asociado con eventos y equipos deportivos prominentes en diferentes regiones.
6. **Bwin:** Bwin es conocida por su amplia cobertura de eventos deportivos y su enfoque en deportes populares como el fútbol, el baloncesto y el tenis. También ha establecido colaboraciones con equipos y competiciones deportivas de renombre.

7. **Unibet:** Con sede en Suecia, Unibet ha logrado una presencia internacional en el mercado de las apuestas en línea. La marca ofrece una variedad de opciones de apuestas deportivas y juegos de casino, así como una plataforma de poker en línea.
8. **Ladbrokes:** Una de las casas de apuestas más antiguas y reconocidas en el Reino Unido, Ladbrokes también ha incursionado con éxito en el espacio en línea. La marca es conocida por su diversa oferta de apuestas y su enfoque en eventos deportivos clave.
9. **Betway:** Betway ha ganado popularidad con su enfoque en deportes populares como el fútbol, el baloncesto y el cricket. La marca también se ha expandido a otros mercados, incluyendo los juegos de casino en línea.
10. **Marathonbet:** Siendo una de las opciones emergentes en la industria, Marathonbet ha ganado atención por su enfoque en las cuotas competitivas y su presencia en una variedad de mercados.

(M, 2023)

Estas son solo algunas de las casas de apuestas más famosas a nivel mundial, y cada una de ellas ha contribuido al crecimiento y la evolución de la industria del juego en línea. Su diversidad en términos de enfoque, oferta de apuestas y alcance geográfico refleja la naturaleza cambiante y dinámica de este sector en constante evolución.

3.3 El Fútbol como Eje Central de las Apuestas Deportivas

Dentro de este universo de apuestas antiguamente, cuando uno pensaba en apuestas deportivas venía a la mente la imagen del hipódromo y de las carreras de caballos. Sin

embargo, la realidad hoy es sumamente distinta. Las apuestas en la gran mayoría de los países tienen como protagonista indiscutido un único deporte: el fútbol.

El fútbol, con una base de seguidores que asciende a 3.500 millones de personas en todo el mundo, indudablemente se destaca como el deporte más popular a nivel global. Esta popularidad se debe en gran parte a la globalización del fútbol, que ha llevado a los mejores equipos y selecciones a competir en eventos internacionales a lo largo de todo el año. La amplia disponibilidad de competiciones y partidos de fútbol ha fomentado un seguimiento masivo y apasionado de este deporte en todas las regiones del mundo. Este fenómeno de globalización y la constante exposición mediática hacen que el fútbol sea una opción atractiva para las apuestas deportivas, ya que ofrece una amplia gama de oportunidades de apuestas a lo largo del año, lo que justifica por qué es el deporte más apostado en el mundo. (Guajardo, 2020)

Otro factor que avala lo dicho en el párrafo anterior es el estudio publicado en Statista en diversos países de Europa, revela que para el caso de España el 38% de los 2.600 aficionados al fútbol encuestados participa en apuestas durante los partidos, un 40% en el caso de Italia, 38% en Francia, 37% en el Reino Unido y un 31% en Alemania. Esto respalda la idea de que el fútbol es el deporte más apostado en el mundo. Europa es conocida por su pasión por el fútbol, y el alto porcentaje de participación en apuestas entre los aficionados europeos refleja el fervor de la comunidad futbolística por involucrarse aún más en el deporte a través de las apuestas. Esta participación significativa no solo demuestra la popularidad del fútbol en el ámbito de las apuestas, sino también su capacidad para atraer la atención de los seguidores y convertirlos en actores activos durante los eventos deportivos. En consecuencia, el fútbol no solo es el deporte más seguido, sino que también se destaca como el líder en términos de

participación en apuestas, fortaleciendo aún más su posición como el deporte más apostado en el mundo. (Roa, 2022)

3.4 Dinámicas y Mecanismos de las Apuestas Deportivas en el Fútbol

Las apuestas en línea en el fútbol funcionan de manera similar a las apuestas en otros eventos deportivos. Los apostadores tienen la oportunidad de colocar apuestas en diversos aspectos y resultados de los partidos de fútbol, desde el resultado final del partido hasta eventos más específicos dentro del juego. A continuación, se presentará una descripción general de cómo funcionan las apuestas en línea en el caso del fútbol:

1. **Tipos de Apuestas:** Existen varios tipos de apuestas disponibles para los partidos de fútbol. Algunas de las más comunes incluyen:
 - **Apuesta al Resultado Final (1X2):** Aquí se apuesta por el equipo que ganará (1), si habrá un empate (X) o si el otro equipo ganará (2).
 - **Apuesta al Marcador Correcto:** Los apostadores intentan predecir el resultado exacto del partido en términos de goles anotados por cada equipo.
 - **Apuesta al Total de Goles:** Los apostadores predicen si la suma de goles anotados por ambos equipos superará o estará por debajo de un número predeterminado.
 - **Apuesta al Handicap asiático:** Se introduce un handicap para nivelar las probabilidades en función de la diferencia de habilidades entre los equipos.
 - **Apuesta a los Goleadores:** Los apostadores apuestan a qué jugador o jugadores anotarán goles durante el partido.

2. **Cuotas:** Cada opción de apuesta tiene una cuota asociada. Las cuotas reflejan las probabilidades percibidas por el sitio de apuestas para que ocurra el resultado en cuestión. Cuotas más bajas indican que un resultado es más probable, mientras que cuotas más altas indican resultados menos probables pero con mayores recompensas en caso de acierto.
3. **Realización de Apuestas:** Los apostadores seleccionan el tipo de apuesta y el resultado en el que desean apostar, y luego colocan su apuesta. Pueden hacerlo a través de sitios web de casas de apuestas en línea o aplicaciones móviles.
4. **Confirmación y Pago:** Una vez que se coloca la apuesta, el apostador verá un resumen de su apuesta, incluidas las cuotas y el monto apostado. Luego, procederá a confirmar la apuesta y realizar el pago.
5. **Resultado del Partido:** Una vez que el partido se juega y se determina el resultado, se calculan los pagos para las apuestas ganadoras. Esto se hace multiplicando la cantidad apostada por la cuota correspondiente. En caso de ganar la apuesta, el apostador recibe su ganancia, que incluye el monto apostado más las ganancias generadas por la cuota.

(Ozan, 2023)

3.5 Contexto en Chile

El panorama de las apuestas en línea en Chile refleja la tendencia global de crecimiento exponencial de la industria. En los últimos años, la adopción de plataformas de apuestas en línea ha experimentado un aumento significativo en el país, a medida que los consumidores buscan alternativas para satisfacer sus necesidades de entretenimiento y juego. La intersección entre la tecnología digital, la accesibilidad a Internet y la creciente cultura del

juego ha contribuido a la popularización de las apuestas en línea en la sociedad chilena. (Tapia, 2022)

El contexto chileno presenta una serie de factores que influyen en la elección de las plataformas de apuestas en línea. La legalidad y la regulación son elementos críticos que han impactado en la percepción de los usuarios y en la confianza en las empresas operadoras. La Superintendencia de Casinos de Juego (SCJ) ha desempeñado un papel fundamental en la regulación de esta industria, buscando garantizar la transparencia, la seguridad y la responsabilidad en las operaciones de apuestas en línea. (Superintendencia de Casinos de Juego | SCJ, s. f.)

Además, la diversidad de ofertas deportivas y eventos en línea ha llevado a una mayor competencia entre las plataformas de apuestas. El fútbol, como el deporte más popular en Chile, juega un papel determinante en la elección de las plataformas de apuestas en línea. Las casas de apuestas han adaptado sus propuestas de valor para abarcar una amplia gama de competencias y ligas de fútbol nacionales e internacionales, reconociendo la relevancia de este deporte en la cultura chilena. (Meganoticias, 2023)

La elección de una plataforma de apuestas en línea también está influenciada por factores socioculturales y demográficos. La percepción del juego y las apuestas en la sociedad chilena, así como las preferencias de entretenimiento individuales, juegan un papel importante en la decisión del usuario. El acceso a información, las promociones y la experiencia de usuario son otros aspectos que pueden diferenciar a las plataformas y afectar la elección de los usuarios. (Desarrolloweb-Mex, 2023)

En Chile, diversas plataformas emergen con el objetivo de atraer a los usuarios hacia opciones de entretenimiento y apuestas. Dentro de este panorama, un grupo de casas de apuestas ha dejado una huella significativa en el mercado chileno. Este análisis se centra en resaltar y examinar algunas de estas casas de apuestas destacadas, explorando su propuesta de valor, oferta de mercados, promociones y características distintivas.

1. **Betsson:** Es una de las casas de apuestas deportivas más populares en Chile. Ofrecen una amplia gama de apuestas deportivas y juegos de casino en línea. Su enfoque se centra en proporcionar a los apostadores chilenos una experiencia de juego emocionante con pronósticos deportivos y cuotas competitivas.
2. **Coolbet:** Es conocida por sus cuotas en eventos deportivos y se encuentra entre las mejores casas de apuestas en Chile. Su enfoque se orienta hacia las apuestas deportivas, ofreciendo a los jugadores opciones atractivas para apostar en una variedad de deportes.
3. **1XBet:** Es una opción popular en Chile debido a que acepta pesos chilenos. Esta casa de apuestas se centra en brindar a los apostadores chilenos la comodidad de apostar en su moneda local.
4. **Bet365:** Es una de las casas de apuestas más conocidas a nivel mundial. Ofrece una amplia gama de opciones de apuestas deportivas y juegos de casino. Bet365 destaca por sus transmisiones en vivo de eventos deportivos, sus amplias ofertas de apuestas y su reputación de confiabilidad y seguridad.
5. **Betano:** Es conocida por ofrecer una amplia variedad de opciones de apuestas deportivas en Chile. Su enfoque se centra en proporcionar a los apostadores una

plataforma segura y fácil de usar para apostar en una variedad de deportes populares y eventos en vivo. Además de las apuestas deportivas, Betano también ofrece juegos de casino en línea, lo que lo convierte en una opción versátil para los jugadores.

6. **RojaBet:** Se destaca por su compromiso con los apostadores chilenos. Su enfoque se centra en proporcionar un servicio de alta calidad que atiende a las preferencias locales. Ofrece una amplia gama de deportes para apostar y se esfuerza por ofrecer cuotas competitivas. RojaBet también se preocupa por promover el juego responsable y brindar a los jugadores herramientas para controlar sus apuestas.
7. **Betway:** Es una plataforma de apuestas deportivas y juegos de azar en línea que ha ganado popularidad global. Ofrece una amplia gama de opciones de apuestas deportivas y juegos de casino. Destaca por sus mercados de apuestas variadas, bonos atractivos y una interfaz fácil de usar.
8. **Novibet:** Es reconocido por su oferta en apuestas deportivas en línea. Ha ganado reconocimiento por su enfoque en los deportes, su diversidad de mercados y cuotas competitivas. Además, suele ofrecer promociones atractivas para sus usuarios.

(Pinto, 2023)

En el entorno altamente competitivo de las casas de apuestas en Chile, estas opciones destacadas presentan diferentes enfoques y características que buscan atraer a una diversidad de usuarios. El análisis de sus propuestas de valor, ofertas y características diferenciadoras contribuye a la comprensión de cómo las empresas adaptan sus estrategias para capturar la atención y la preferencia de los usuarios en un mercado en constante evolución.

El análisis detallado de estos factores permitirá una comprensión más profunda de cómo los usuarios chilenos eligen entre diferentes plataformas de apuestas en línea. Al considerar la interacción entre la regulación, las preferencias del usuario y la oferta de entretenimiento, esta investigación contribuirá a proporcionar una visión integral de los elementos que influyen en la elección y, por ende, en la formulación de estrategias efectivas para las empresas operadoras en el mercado de apuestas en línea en Chile.

3.6 Aspectos relevantes de la investigación

En el contexto de la creciente industria de las plataformas de apuestas. Algunos aspectos destacados de la investigación que podrían tener cierto tipo de impacto en el modelo incluyen:

1. **Variiedad y Dificultades en la Elección:** La proliferación de plataformas de apuestas en línea ha generado una amplia variedad de opciones para los usuarios. Sin embargo, a pesar de esta diversidad, muchas empresas enfrentan dificultades para definir adecuadamente su propuesta de valor y diferenciarse en un mercado saturado. La investigación se enfoca en explorar cómo esta variedad de opciones puede generar desafíos para los usuarios al momento de tomar una decisión. (Sports, 2023)
2. **Identificación de Factores Clave:** La investigación busca identificar los factores o variables determinantes que influyen en la elección de una plataforma de apuestas en línea por encima de otras. Se investigará cómo elementos como la experiencia del usuario, la disponibilidad de eventos deportivos específicos, la interfaz de la plataforma y la confianza en la marca pueden afectar la decisión del usuario.

3. **Impacto en la Propuesta de Valor:** Uno de los enfoques centrales es comprender cómo los usuarios evalúan y comparan las propuestas de valor de diferentes plataformas. Se investigará cómo la percepción de la propuesta de valor influye en la decisión del usuario y cómo las empresas pueden adaptar su enfoque para atraer a segmentos específicos de usuarios.
4. **Contexto Legal y Regulatorio:** La regulación en la industria de las apuestas en línea es un aspecto crítico que afecta la elección de los usuarios. Se analizará cómo la legalidad y la supervisión gubernamental influyen en la percepción de las plataformas y cómo las empresas pueden manejar estos factores para fortalecer la confianza del usuario. (Diario Constitucional, 2022)
5. **Adaptación a Preferencias Socioculturales:** La investigación explorará cómo las preferencias individuales y las actitudes culturales hacia el juego y las apuestas influyen en la elección de una plataforma. Se investigará si la identificación con ciertos eventos deportivos, como el fútbol en el caso chileno, afecta la elección del usuario. (Desarrolloweb-Mex, 2023)
6. **Contribución a la Estrategia Empresarial:** La comprensión profunda de estos factores permitirá a las empresas operadoras de casas de apuestas en línea estructurar y afinar su propuesta de valor de manera más precisa. La investigación aspira a proporcionar información que permita a las empresas adaptar sus estrategias de marketing y operativas para abordar los desafíos identificados y optimizar la experiencia del usuario.

7. **Fomento de una Industria Informada y Orientada al Usuario:** Al arrojar luz sobre los factores que influyen en la elección del usuario, se espera que esta investigación contribuya a una industria de apuestas en línea más ética y orientada al usuario. Las empresas podrán ofrecer experiencias que se alineen con las necesidades y preferencias de los usuarios, creando un entorno en el que la satisfacción del consumidor y la responsabilidad jueguen un papel crucial.

3.7 Análisis Factorial Exploratorio

En el marco de esta investigación que busca identificar y profundizar en los factores determinantes en la elección de plataformas de apuestas en línea en comparación con otras alternativas disponibles, se empleará un Análisis Factorial Exploratorio (AFE). El AFE es una técnica estadística utilizada para identificar patrones o estructuras subyacentes en un conjunto de datos con múltiples variables observadas. Se emplea para comprender la relación entre las variables y determinar si estas variables se agrupan o relacionan entre sí de alguna manera. El AFE no parte de hipótesis predefinidas sobre la estructura de los datos, sino que explora de manera sistemática la estructura interna mediante la identificación de factores latentes que podrían influir en las variables observadas. Este método ayuda a reducir la dimensionalidad del conjunto de datos al identificar factores comunes que explican la variabilidad observada en las variables originales. (Mavrou, s. f.)

El objetivo principal del análisis factorial exploratorio es simplificar la complejidad de los datos al identificar las interrelaciones entre las variables, lo que permite comprender mejor la estructura subyacente de los datos sin supuestos rígidos sobre cómo están relacionadas las variables entre sí. (Miravet et al., 2017)

3.8 Escala de Likert

La Escala de Likert es una escala de calificación que se utiliza para cuestionar a una persona sobre su nivel de acuerdo o desacuerdo con una declaración. Es ideal para medir reacciones, actitudes y comportamientos de una persona.

A diferencia de una simple pregunta de si o no, la escala de Likert permite a los encuestados calificar sus respuestas. (Mugira, 2023)

La escala de Likert es uno de los tipos de escalas de medición utilizados principalmente en la investigación de mercados para la comprensión de las opiniones y actitudes de un consumidor hacia una marca, producto o mercado meta. Nos sirve principalmente para realizar mediciones y conocer sobre el grado de conformidad de una persona o encuestado hacia determinada oración afirmativa o negativa.

Además, las respuestas pueden ser ofrecidas en diferentes niveles de medición, permitiendo escalas de 5, 7 y 9 elementos configurados previamente. Siempre se debe tener un elemento neutral para aquellos usuarios que estén ni de acuerdo ni en desacuerdo. (Mugira, 2023)

Es por esto por lo que bajo el contexto de nuestro estudio el uso de la escala de Likert en nuestra encuesta puede traer los siguientes beneficios:

1. **Evaluación de actitudes y opiniones:** La escala Likert permite medir actitudes, opiniones o percepciones de los individuos con respecto a las plataformas de apuestas deportivas en línea. Al asignar valores a distintas afirmaciones, se pueden capturar matices y variaciones en las preferencias de los usuarios.

2. **Análisis de factores latentes:** Con la escala Likert, se pueden medir múltiples variables a la vez, que inciden en la elección de plataformas de apuestas deportivas, permitiendo identificar factores subyacentes que influyen en la toma de decisiones.
3. **Facilidad en la estructuración de preguntas:** Al usar una escala Likert, se pueden formular preguntas de manera clara y estructurada, lo que facilita la recopilación y análisis de datos en el estudio de las preferencias de las plataformas de apuestas en línea 5 .
4. **Reducción de la subjetividad:** La escala Likert, al ofrecer opciones de respuesta graduadas, puede minimizar la subjetividad al evaluar las preferencias de los usuarios, proporcionando datos más cuantificables y comparables.

(Ventajas y desventajas de la escala Likert | SurveyMonkey, s. f.)

3.9 Prueba de KMO y Bartlett

El coeficiente de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) se utiliza para medir la adecuación de los datos para el análisis factorial, ofreciendo una medida de la idoneidad de los datos para la extracción de factores. Un valor alto de KMO (preferiblemente superior a 0.6 o 0.7) indica que las variables están interrelacionadas lo suficiente para proceder con el análisis factorial. En este contexto, una puntuación alta de KMO indicaría que las variables relacionadas con la elección de plataformas de apuestas deportivas en línea se están influenciando mutuamente, lo que justificaría su inclusión en el análisis.

Por otro lado, la prueba de esfericidad de Bartlett verifica la hipótesis nula de que las variables están incorrelacionadas. Si se obtiene un valor significativo en esta prueba (valor p menor a 0.05), se rechaza la hipótesis nula, confirmando que existe correlación entre las

variables. En el contexto del análisis de las plataformas de apuestas, un resultado significativo en la prueba de Bartlett respaldaría la inclusión de las variables en el análisis, demostrando que estas variables están correlacionadas y son adecuadas para el análisis factorial. (IBM documentation, s. f.)

4. Modelos de Referencia

4.1 Modelo de referencia 1

“Smartphone Addiction Inventory (SPAI): Psychometric properties and confirmatory factor analysis.”

El presente estudio se centró en evaluar la estructura y la fiabilidad del Inventario de Adicción al Smartphone (SPAI) entre estudiantes universitarios italianos. Considerando la creciente preocupación por la adicción al smartphone, se llevó a cabo una investigación transversal con la participación de 485 estudiantes que completaron el SPAI junto con el Test de Adicción a Internet de Young. A través de un análisis factorial confirmatorio (CFA), se evaluó la estructura del SPAI y se exploró su validez convergente. Los resultados destacaron la validez y confiabilidad del SPAI como una herramienta efectiva para medir la adicción al smartphone en este grupo específico. Además, se identificaron cinco factores clave asociados con la adicción: tiempo dedicado, compulsividad, interferencia del sueño, ansiedad y depresión. Estos hallazgos no solo respaldan la utilidad del SPAI, sino que también ofrecen insights relevantes para el diseño de intervenciones más efectivas dirigidas a abordar la adicción al smartphone. En resumen, el estudio contribuye significativamente a la comprensión de este fenómeno y proporciona una base valiosa para investigaciones futuras en este campo en constante evolución.

El modelo propuesto por (Pavia et al., 2016) es el siguiente:

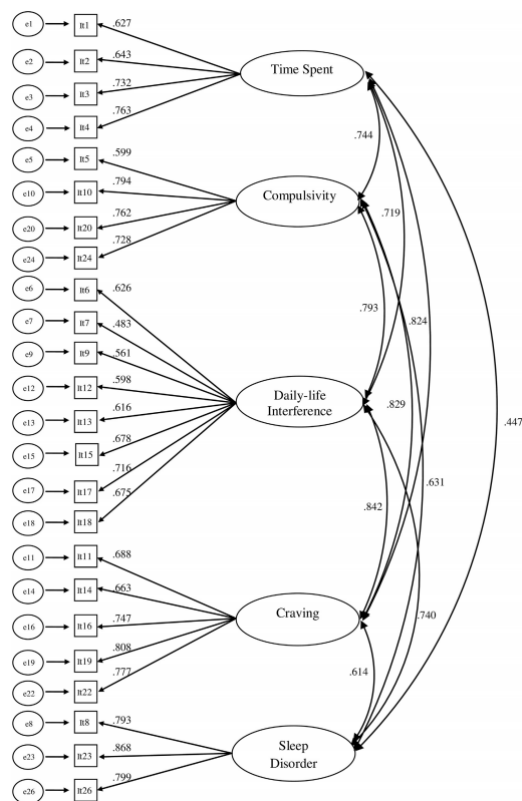


Figura 1: Modelo de referencia N°1

En este caso la variable que se extrajo de este modelo es **“Craving”(Impulsividad)**, se refiere a un intenso deseo o ansia de realizar una acción, puede tener un papel significativo en la toma de decisiones en un contexto digital, como la elección de una plataforma de apuestas en línea. Algunas de las maneras en que puede afectar en nuestro objeto de estudio es:

Influencia en la toma de decisiones: La presencia de "craving" puede llevar a que los individuos experimenten un fuerte deseo de apostar en línea, lo que podría influir en su toma de decisiones. Esta ansia puede hacer que los usuarios prefieran una plataforma de apuestas en línea sobre otras opciones disponibles, ya que sienten una mayor urgencia por satisfacer sus deseos.

Impulsividad: La variable "craving" se relaciona con la impulsividad, ya que los individuos pueden actuar impulsivamente para satisfacer sus ansias. En el contexto de las apuestas en línea, esto podría traducirse en una elección rápida y poco reflexiva de una plataforma sin considerar alternativas más racionales. Por lo tanto, la inclusión de 'craving' en nuestro estudio puede ofrecer una comprensión más profunda de los factores subyacentes que impulsan la elección en este contexto específico y contribuir a nuestra investigación sobre la adicción y elección de plataformas de apuestas en línea."

4.2 Modelo de referencia 2

“A confirmatory factor analysis of the behavioral intention to use smart wellness wearables in Malaysia”.

Este estudio se centró en investigar los motivadores y las barreras que influyen en la adopción continua de dispositivos inteligentes de bienestar, con el propósito de proponer un marco unificado para comprender su impacto en la conducta del usuario. Se combinaron dos modelos teóricos, el "Modelo de Adopción Basado en Valor" y el "Modelo Unificado de Aceptación y Uso de la Tecnología 2", para analizar los factores clave. La encuesta diseñada se distribuyó entre estudiantes universitarios de la Facultad de Computación de la Universidad Tecnológica de Malasia, obteniendo 100 respuestas válidas tras la revisión. Los resultados destacaron la percepción de utilidad, la facilidad de uso, la calidad del servicio, la confianza y la satisfacción del usuario como factores significativos que influyen en las decisiones de uso de los dispositivos inteligentes de bienestar en Malasia. Se propuso un modelo unificado que integra estos hallazgos, brindando una guía útil para investigaciones

futuras y académicos interesados en comprender factores similares en diferentes categorías de dispositivos inteligentes.

El modelo propuesto por (Niknejad et al., 2019b) es el siguiente:

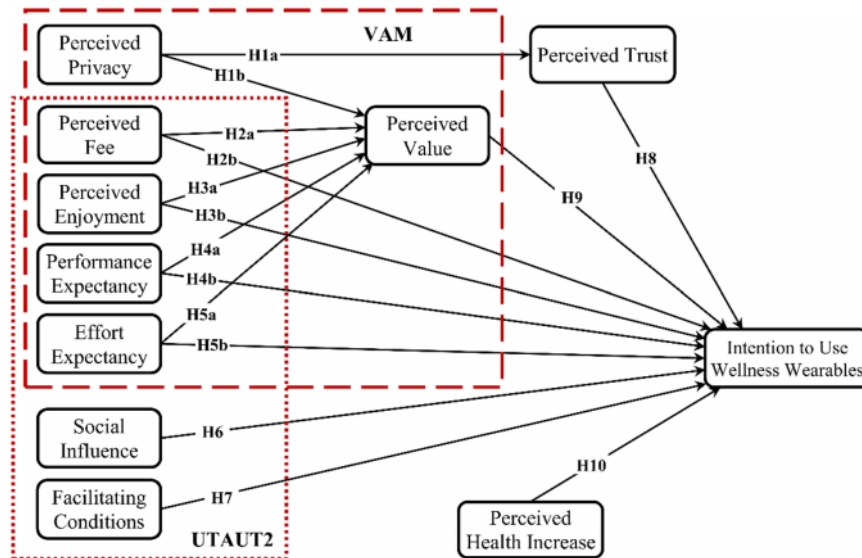


Figura 2: Modelo de referencia N°2

Para este caso la variable que se extrajo es “**Perceived trust**”(Confianza Percibida), En el contexto de la elección de una plataforma de apuestas en línea, la confianza percibida por parte de los usuarios en la integridad y la seguridad de la plataforma puede ser un factor determinante en su elección.

Algunas de las maneras en que puede afectar esta variable en el modelo es:

Toma de decisiones informada: La confianza percibida en una plataforma de apuestas en línea puede influir en la toma de decisiones de los usuarios. Cuando los jugadores confían en la plataforma, es más probable que la elijan sobre otras opciones disponibles, lo que puede llevar a una elección más informada y fundamentada en la percepción de seguridad.

Lealtad del usuario: La confianza percibida puede fomentar la lealtad de los usuarios a una plataforma específica. Los usuarios que confían en una plataforma de apuestas en línea pueden ser más propensos a utilizarla de manera continua, lo que tiene implicaciones para la retención de clientes y la fidelidad a la marca.

4.3 Modelo de referencia 3

“Exploring Mobile Wallet Adoption in Indonesia Using UTAUT2”

Este estudio analiza la adopción de la tecnología de billetera móvil en Indonesia desde la perspectiva del consumidor, con el objetivo de identificar los factores que influyen en la aceptación y el comportamiento del usuario hacia esta tecnología. Se aplicó el modelo UTAUT2, basado en la teoría del comportamiento del usuario de la tecnología y modelos de aceptación previos, que comprende variables como expectativas de rendimiento, esfuerzo, influencia social, condiciones facilitadoras, motivación hedónica, valor del precio, hábito e intención conductual. Los resultados revelaron que el hábito es el factor más influyente en la intención de uso de la billetera móvil en Indonesia. A pesar de la baja tasa de penetración actual, los primeros adoptantes son los principales usuarios. Se enfatiza la necesidad de priorizar el establecimiento del hábito de uso de la billetera móvil en cualquier momento y lugar para impulsar su adopción masiva en la sociedad, similar al proceso exitoso de adopción del débito en la actualidad. Además, el estudio destaca la importancia del hábito en la adopción de la billetera móvil en Indonesia y subraya la necesidad de fomentarlo para aumentar la tasa de adopción. Por último, sugiere que el modelo UTAUT2 puede ser una

herramienta útil en el diseño de cuestionarios para comprender los factores que influyen en la adopción de esta tecnología en otros países.

El modelo propuesto por (Exploring Mobile wallet adoption in Indonesia using UTAUT2: An approach from Consumer perspective, 2016) es el siguiente:

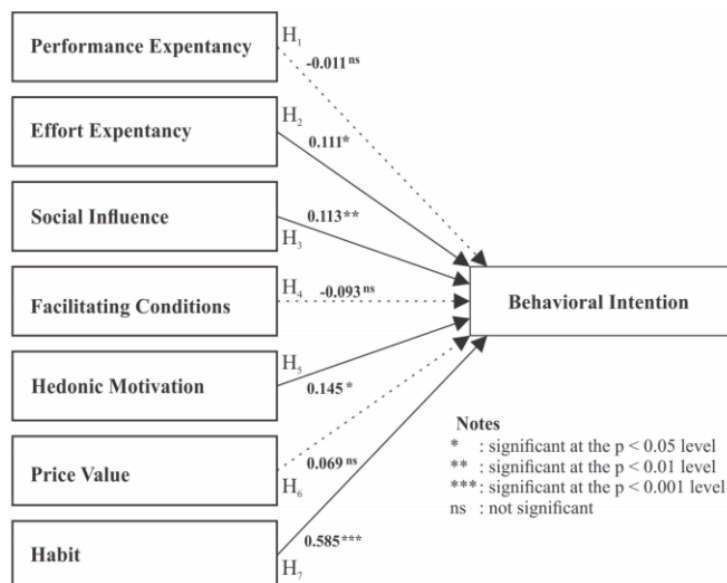


Figura 3: Modelo de referencia N°3

La variable “**Behavioral Intention**” (**Intención Conductual**) extraída de este modelo puede tener implicaciones en la comprensión de los factores que influyen en la elección de una plataforma de apuestas en línea. La “Behavioral Intention” refiere a la predisposición o la intención de los individuos a adoptar y utilizar una tecnología. En el contexto de la elección de una plataforma de apuestas en línea, la “Behavioral Intention” puede sugerir la inclinación de los usuarios hacia la adopción de una plataforma en particular, basada en su intención previa de usarla. Aunque la relación directa entre la adopción de tecnología de billetera móvil y la elección de una plataforma de apuestas en línea podría no ser evidente, la “Behavioral Intention” podría ofrecer una perspectiva sobre la predisposición general de los individuos

hacia la adopción de nuevas tecnologías, lo que podría ser relevante en un contexto más amplio de elección de plataformas en línea. Por lo tanto, su inclusión en nuestro estudio podría proporcionar información valiosa sobre las actitudes generales hacia la adopción de tecnología, a pesar de que fue extraída de un modelo referencial diferente."

4.4 Modelo de referencia 4

“Determinants of Intention to Use Mobile Banking Services in the North of Jordan: Extending UTAUT2 with Mass Media and Trust”

El estudio "Determinantes de la intención de uso de servicios bancarios móviles en el norte de Jordania: ampliando UTAUT2 con medios de comunicación masiva y confianza" se centra en examinar los factores que influyen en la adopción de servicios bancarios móviles en Jordania. Al utilizar el modelo UTAUT2 como base y ampliarlo con dos variables adicionales (medios de comunicación masiva y confianza), el estudio encuestó a 384 usuarios en el norte de Jordania. Los resultados subrayan que la facilidad de uso, la utilidad percibida, la actitud hacia el uso y la norma subjetiva son determinantes clave para la intención de emplear servicios bancarios móviles, junto con la influencia significativa de los medios de comunicación masiva y la confianza. Estos hallazgos proporcionan información valiosa para bancos y empresas tecnológicas financieras, destacando la importancia de la confianza y los medios de comunicación masiva en la adopción de servicios financieros en Jordania y otros contextos similares.

El modelo propuesto por (Gharaibeh & Arshad, 2018) es el siguiente:

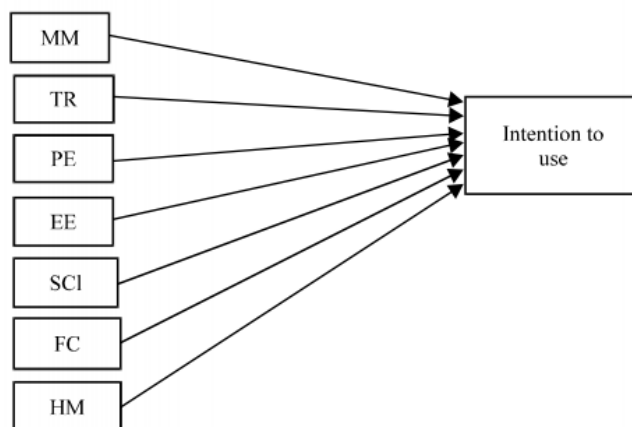


Figura 4: Modelo de referencia N° 4, Medios de comunicación (MM), Confianza (TR), Expectativa de desempeño (PE), Expectativa de esfuerzo (EE), Influencia social (SCI), Condiciones facilitadoras (FC), Motivación hedónica (HM)

Las variables extraídas del modelo UTAUT2 ampliado pueden ofrecer una perspectiva valiosa sobre los factores que influyen en la elección de plataformas digitales en general. La 'Effort Expectancy' (Expectativa de Esfuerzo) se refiere a la percepción de lo fácil o difícil que es utilizar una tecnología. La 'Social Influence' (Influencia Social) considera la presión social percibida para utilizar una tecnología. Las 'Facilitating Conditions' (Condiciones Facilitadoras) se relacionan con los recursos y el apoyo disponibles para utilizar una tecnología, mientras que la 'Hedonic Motivation' (Motivación Hedónica) aborda el placer y la satisfacción que se obtienen al utilizar una tecnología.

1. Effort Expectancy (Expectativa de Esfuerzo):

A pesar de que la Effort Expectancy se asoció inicialmente con la facilidad percibida en el uso de servicios bancarios móviles, su relevancia en el contexto de la elección de plataformas de apuestas en línea puede ser sustancial. En el ámbito de las apuestas en línea, esta variable puede indicar la percepción de los usuarios sobre la facilidad o dificultad de utilizar una plataforma en particular. La implicancia radica en cómo la

percepción de un proceso fácil y sin complicaciones puede aumentar la inclinación de los usuarios hacia una plataforma de apuestas en línea, lo que podría influir significativamente en su elección final.

2. Social Influence (Influencia Social):

Aunque inicialmente se vinculó con la presión social percibida para utilizar servicios bancarios móviles, la Social Influence puede tener repercusiones importantes en la elección de una plataforma de apuestas en línea. En este contexto, podría representar la influencia que amigos, familiares o grupos sociales tienen sobre la elección de una plataforma. Las implicancias radican en cómo la percepción de que otros utilizan o recomiendan una plataforma específica puede ejercer presión en los usuarios para que la elijan, influyendo así en su decisión de uso.

3. Facilitating Conditions (Condiciones Facilitadoras):

Aunque se relacionó originalmente con los recursos y el apoyo disponibles para la utilización de servicios bancarios móviles, las Facilitating Conditions también tienen implicancias en la elección de plataformas de apuestas en línea. En este contexto, estas condiciones podrían referirse a la disponibilidad de recursos, como métodos de pago convenientes, facilidades de uso, acceso a juegos, entre otros. Las implicancias radican en cómo la presencia de condiciones facilitadoras puede influir en la elección de una plataforma sobre otras al proporcionar un entorno propicio y cómodo para los usuarios.

4. Hedonic Motivation (Motivación Hedónica):

Aunque inicialmente se asoció con el placer y la satisfacción al utilizar servicios bancarios móviles, la Hedonic Motivation tiene implicancias significativas en la

elección de plataformas de apuestas en línea. En este contexto, podría reflejar el placer o la emoción que los usuarios experimentan al utilizar una plataforma específica. Las implicancias radican en cómo la satisfacción y el disfrute asociados con una plataforma de apuestas en línea pueden influir en la elección de los usuarios, ya que buscan experiencias gratificantes y emocionantes mientras apuestan en línea.

5. Metodología

En este estudio, se aborda la tarea de identificar y analizar los factores determinantes en la elección de una plataforma de apuestas deportivas en línea. Se extrajeron 7 variables de utilidad a partir de cuatro modelos teóricos de referencia, que proporcionan una base estructurada para comprender estos aspectos. La selección de estas variables se justifica por la complejidad de las decisiones en el ámbito de las apuestas en línea y la falta de un modelo adaptado para esta temática. Este enfoque exploratorio permite explorar un terreno sin un modelo establecido, ofreciendo una comprensión inicial crucial en un contexto competitivo y dinámico, brindando a las empresas la posibilidad de desarrollar estrategias más precisas y ajustadas a las necesidades del mercado.

5.1 Encuesta

En base a las variables que se extrajeron de los modelos citados en el marco teórico:

- 1. “Craving”(Impulsividad) A**
- 2. “Perceived trust”(Confianza Percibida) CP**
- 3. “Behavioral Intention” (Intención Conductual) IC**
- 4. Effort Expectancy (Expectativa de Esfuerzo) EE**
- 5. Social Influence (Influencia Social) SI**
- 6. Facilitating Conditions (Condiciones Facilitadoras) FC**
- 7. Hedonic Motivation (Motivación Hedónica) HM**

Se diseñó una encuesta gracias a la plataforma “Survey Monkey”, con el propósito de recopilar información con respecto a las variables mencionadas. Esta encuesta se estructuró meticulosamente en tres secciones distintas:

5.1.1 Preguntas introductorias

Un conjunto inicial de cuatro preguntas incluía una pregunta lógica como filtro primario. Si la respuesta era afirmativa, el encuestado avanzaba hacia las siguientes tres preguntas introductorias antes de dirigirse a las interrogantes sobre las variables de estudio. En caso contrario, se omitían las tres preguntas introductorias y se redirigía directamente al apartado de preguntas demográficas. Las interrogantes planteadas en esta sección incluyeron:

1. ¿Ha tenido experiencia directa utilizando plataformas de apuestas en línea para participar específicamente en apuestas deportivas?
2. En relación con las plataformas de apuestas en línea, ¿con qué frecuencia utiliza este tipo de servicios?
3. En cuanto a los montos que ha manejado al participar en plataformas de apuestas deportivas en línea, ¿cuál de las siguientes opciones mejor describe su rango de inversión típico en pesos chilenos?
4. ¿Cuáles de las siguientes marcas de plataformas de apuestas en línea reconoce o ha utilizado alguna vez? Por favor, seleccione todas las que apliquen.

5.1.2 Preguntas con relación a cada variable

Esta sección comprendía un total de 28 preguntas, diseñadas utilizando una escala Likert del 1 al 5. Estos interrogantes estaban directamente vinculados a las variables centrales de la investigación, permitiendo evaluar la percepción y el grado de acuerdo del encuestado. Estas preguntas fueron nombradas con relación a su variable respectiva quedando de la siguiente manera:

1. EE1: Es fácil para mí aprender a usar las plataformas de apuestas en línea.
2. EE2: Mi interacción con las plataformas de apuestas en línea es clara y comprensible.
3. EE3: Creo que es fácil recordar como interactuar con las plataformas de apuestas en línea.
4. EE4: El proceso de realizar transacciones en las plataformas de apuestas en línea no me lleva mucho tiempo.
5. SI1: Las personas que me rodean creen que debería usar plataformas de apuestas en línea.
6. SI2: Las personas importantes para mí tienen influencia en mi decisión de usar ciertas plataformas de apuestas en línea.
7. SI3: El uso de plataformas de apuestas en línea es un símbolo de estatus en mi entorno.
8. SI4: La mayoría de las personas asumen que estoy familiarizado con las plataformas de apuestas en línea.
9. FC1: Tengo los recursos necesarios (internet y conocimiento) para usar las plataformas de apuestas en línea.

10. FC2: Las plataformas de apuestas en línea son compatibles con otras tecnologías que utilizo. (smartphone, tablet y ordenador).
11. FC3: Puedo obtener ayuda del personal de la plataforma cuando tengo dificultades para usar las plataformas de apuestas en línea.
12. FC4: Mi teléfono puede admitir la aplicación de apuestas en línea.
13. HM1: El uso de las plataformas de apuestas en línea me resulta placentero.
14. HM2: Existe una variedad de opciones de apuestas en línea que despiertan mi curiosidad.
15. HM3: Cuando realizo mis apuestas, las características hedonistas, como el atractivo diseño de la aplicación de apuestas en línea, me mantienen contento.
16. IC1: Tengo la intención de seguir utilizando las plataformas de apuestas en línea en el futuro.
17. IC2: Planeo seguir usando las plataformas de apuestas en línea en mi vida diaria si se lanzan nuevas versiones.
18. IC3: Siempre intentaré usar las plataformas de apuestas en línea en mi vida diaria.
19. IC4: Estoy dispuesto a recomendar las plataformas de apuestas en línea a otras personas.
20. A1: No puedo controlar el impulso de usar las plataformas de apuestas en línea.
21. A2: La idea de hacer uso de plataformas de apuestas en línea es lo primero que me viene a la mente al despertar cada mañana.
22. A3: Siento que me falta algo después de dejar de hacer apuestas en línea durante un cierto período de tiempo.

23. A4: Siento la urgencia de usar plataformas de apuestas en línea de nuevo inmediatamente después de dejar de hacerlo.
24. A5: He convertido el uso de plataformas de apuestas en línea en un hábito, lo que ha afectado negativamente la calidad de mi sueño y el tiempo total de sueño.
25. CP1: Creo que las plataformas de apuestas en línea son confiables.
26. CP2: Creo que las plataformas de apuestas en línea proporcionan información confiable.
27. CP3: Puedo confiar en las plataformas de apuestas en línea para proteger mi privacidad.
28. CP4: Basado en mi experiencia, las plataformas de apuestas en línea se pueden considerar como honestas y seguras.

5.1.3 Preguntas demográficas

Al finalizar la encuesta, se incorporaron cuatro preguntas demográficas que resultaron fundamentales para comprender el perfil de los encuestados y contextualizar las respuestas obtenidas. Estas preguntas fueron sobre género, siendo una interrogante básica para la encuesta, Se retornaba a esta sección mediante esta pregunta en dos situaciones: primero, si se respondía negativamente a la pregunta lógica inicial ubicada al comienzo del cuestionario y segundo, una vez completadas todas las preguntas anteriores a esta sección; edad, que nos permitió entender mejor la distribución etaria de los participantes; nivel educativo, con el objetivo de comprender la formación académica de los encuestados y por último ingresos mensuales, ofreciendo un indicio del contexto económico de los participantes. Estos datos

demográficos aportan un contexto relevante para el análisis de las respuestas y la interpretación de los resultados obtenidos en la encuesta.

6. Resultados

6.1 Perfil Demográfico y Socioeconómico

Para llevar a cabo el análisis, se empleó la herramienta SPSS Statistics, una plataforma ampliamente reconocida por su capacidad para realizar análisis estadísticos complejos. Esta herramienta proporcionó las funcionalidades necesarias para explorar la relación entre las preguntas formuladas en la encuesta y las variables clave identificadas para el estudio.

Dicho esto, en el proceso de investigación para esta tesis, se logró obtener la participación de un total de 255 encuestados. La primera pregunta planteada se enfocaba en determinar la experiencia directa de los encuestados en el uso de plataformas de apuestas en línea, específicamente en apuestas deportivas. Los resultados obtenidos se detallan a continuación:

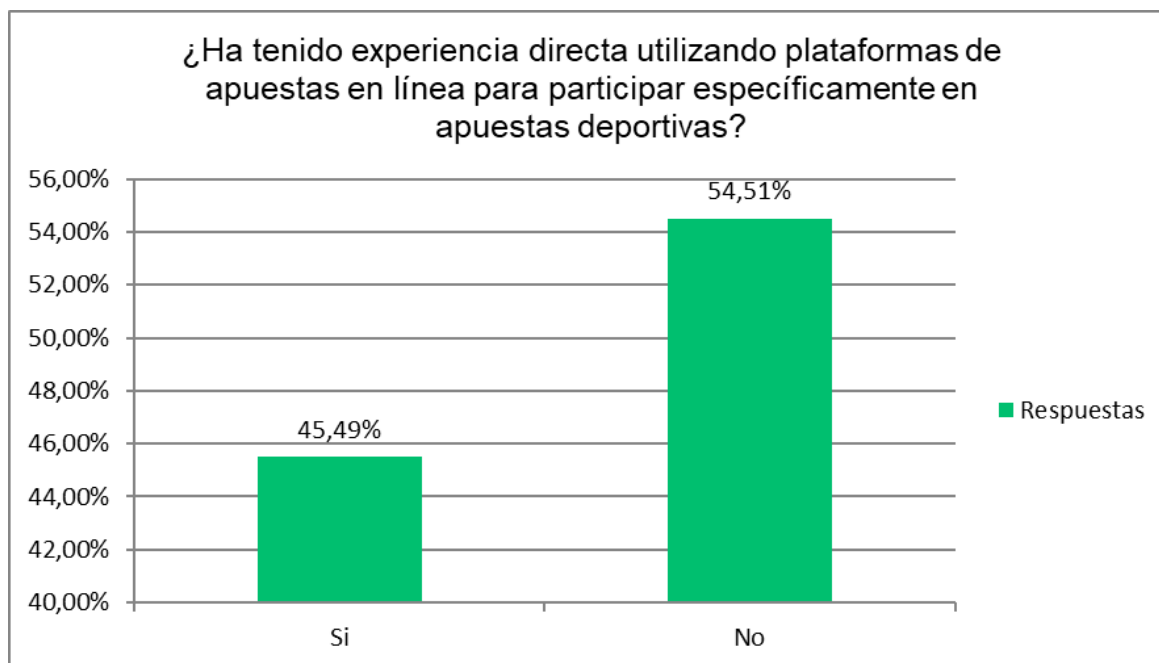


Gráfico 1: Cantidad de personas que han y no han tenido experiencia directa utilizando plataformas de apuestas en línea.

De los 255 encuestados que participaron en el estudio, se observa que el 45.49% (116 individuos) afirmaron haber tenido experiencia directa utilizando plataformas de apuestas en línea para participar específicamente en apuestas deportivas. Por otro lado, el 54.51% (139 individuos) indicaron no haber tenido esta experiencia. Estos resultados destacan una pequeña división en las respuestas, mostrando una proporción ligeramente mayor de participantes que no han incursionado en este tipo de plataformas en comparación con aquellos que sí lo han hecho.

Tras haber evaluado la respuesta inicial a la pregunta de carácter lógico sobre la experiencia en el uso de plataformas de apuestas en línea para apuestas deportivas, se procede ahora a explorar un conjunto crucial de interrogantes para comprender mejor el perfil demográfico y socioeconómico de la muestra. Este conjunto de preguntas, que abarca temas de género, edad, nivel educacional e ingresos mensuales, busca proporcionar una panorámica detallada de la diversidad y las características fundamentales de los participantes. Se iniciará con el análisis de las respuestas con relación al género que, del total de 255 encuestados, se recibieron respuestas de 234 participantes, mientras que 21 optaron por no responder a esta sección específica de la encuesta. A continuación, se reserva el espacio para presentar el gráfico que ilustra las respuestas obtenidas en esta sección:

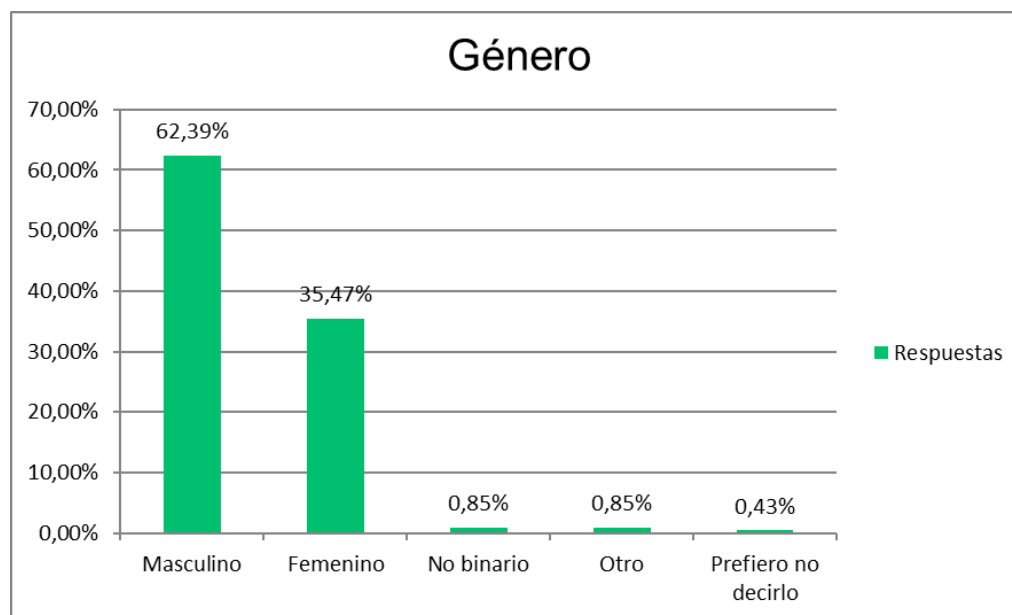


Gráfico 2: Distribución de Géneros entre los Participantes.

El análisis detallado del gráfico que representa la distribución de géneros entre los participantes revela una predominancia de género masculino, con un 62.39% de la muestra, representando a 146 encuestados. Por otro lado, se observa una representación significativa del género femenino, que abarca aproximadamente el 35.47% de los encuestados, con un total de 83 participantes. Además, es importante mencionar la presencia de individuos que se identifican como no binarios y aquellos que se identifican con otra categoría de género, cada uno con un 0.85%, representando a 2 personas en ambas categorías. Asimismo, se destaca un porcentaje minoritario de participantes (0.43%) que optaron por no revelar su identidad de género, constituyendo un solo individuo dentro de la muestra. Estos resultados demuestran una diversidad de identidades de género dentro de la población encuestada, lo que subraya la importancia de considerar la amplitud y variedad en la identificación de género al analizar perfiles demográficos.

Después de haber explorado detalladamente las respuestas relacionadas con el género, el análisis ahora se enfoca en la siguiente dimensión demográfica crucial: la edad de los participantes. La pregunta sobre la edad busca proporcionar una perspectiva integral sobre la distribución etaria dentro de la muestra encuestada que, del total de 255 encuestados, se recibieron respuestas de 234 participantes, mientras que 21 optaron por no responder a esta sección específica de la encuesta. A continuación, se reserva el espacio para presentar el gráfico que ilustra la distribución de edades entre los encuestados:

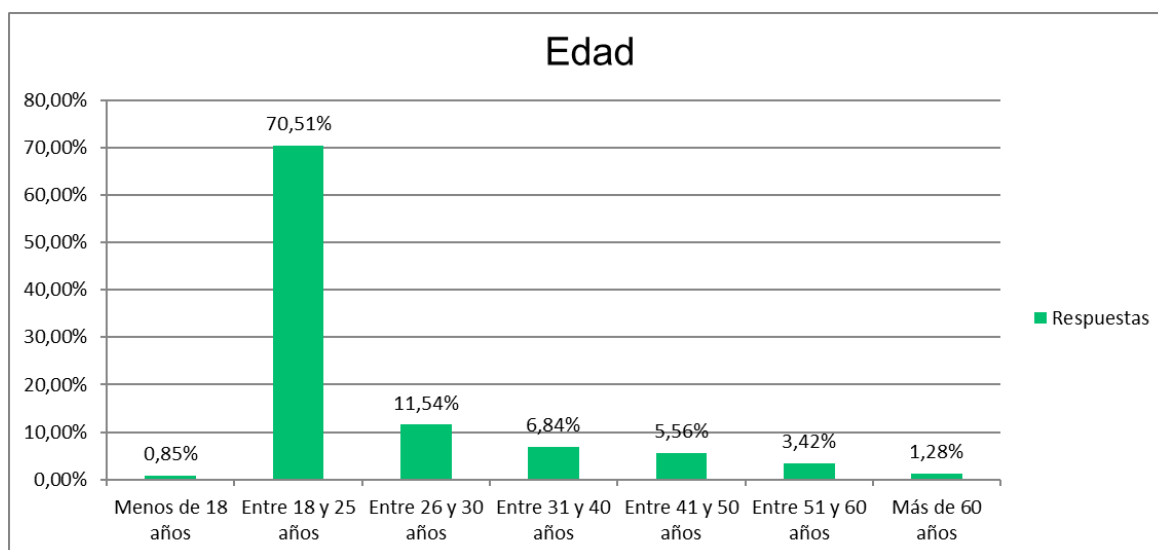


Gráfico 3: *Distribución Etaria entre los Participantes.*

La exploración detallada de la distribución de edades entre los encuestados revela una representación significativa de participantes jóvenes, con un 70.51% de la muestra situada entre los 18 y 25 años, lo que refleja un total de 165 individuos en este rango. Además, se observa una presencia considerable de individuos en el rango de edades entre 26 y 30 años, constituyendo un 11.54% de la muestra, lo que corresponde a 27 personas. A este grupo le sigue, de manera descendente, aquellos ubicados entre 31 y 40 años, con un 6.84% equivalente a 16 participantes, seguido por los grupos entre 41 y 50 años (5.56%, 13

individuos), entre 51 y 60 años (3.42%, 8 individuos), y aquellos que superan los 60 años (1.28%, 3 individuos). Se destaca también una pequeña representación de participantes menores de 18 años, con un 0.85% de la muestra, lo que equivale a 2 individuos. Estos resultados evidencian una distribución predominantemente joven en la encuesta, pero con una presencia diversa que abarca diferentes grupos de edad, proporcionando así una visión multifacética del espectro etario entre los participantes.

Después de haber examinado detalladamente la distribución de edades entre los participantes, el análisis se dirige ahora hacia otro aspecto clave del perfil demográfico: el nivel educacional de los encuestados. La pregunta sobre el nivel educativo busca proporcionar una perspectiva detallada sobre el grado de educación alcanzado por los participantes que, del total de 255 encuestados, se recibieron respuestas de 234 participantes, mientras que 21 optaron por no responder a esta sección específica de la encuesta. A continuación, se reserva el espacio para presentar el gráfico que ilustra la distribución del nivel educacional entre los encuestados:

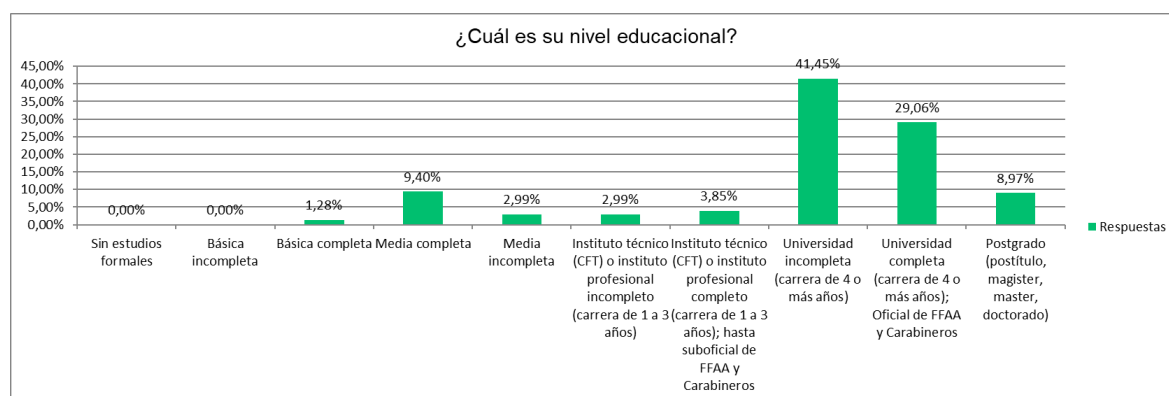


Gráfico 4: Distribución del nivel educacional entre los Participantes.

El análisis detallado del gráfico que representa el nivel educacional de los encuestados revela una distribución diversa en cuanto a la formación académica de la muestra. Destaca significativamente la presencia de individuos con educación universitaria completa, que

constituyen un 29.06% de los participantes, sumando un total de 68 personas. Asimismo, se observa un número considerable de encuestados que han completado la educación universitaria incompleta, representando un 41.45% de la muestra, equivalente a 97 individuos. Además, se registra la presencia de individuos con estudios de postgrado (postítulo, magíster, máster o doctorado), abarcando un 8.97% de los participantes, que representan a 21 personas en este grupo. Por otro lado, se identifican participantes que han completado estudios de instituto técnico o instituto profesional (carrera de 1 a 3 años) así como aquellos que han finalizado la educación media completa, sumando respectivamente un 3.85% y un 2.99% de la muestra, representando a 9 y 7 individuos en cada grupo. De manera complementaria, se registran porcentajes menores en los grupos de educación básica completa y media incompleta, con un 1.28% y un 9.40% respectivamente, que representan a 3 y 22 personas en cada categoría. Estos resultados reflejan una diversidad de niveles educativos dentro de la muestra, enfatizando la importancia de considerar la variabilidad en la formación académica al analizar el perfil educacional de los participantes.

Después de haber evaluado detalladamente la distribución del nivel educacional entre los participantes, el análisis se adentra ahora en el último aspecto fundamental que tiene que ver con la caracterización demográfica para comprender el perfil socioeconómico: los ingresos mensuales de los encuestados. La pregunta sobre ingresos mensuales busca proporcionar una visión detallada sobre la distribución de los ingresos entre los participantes que, del total de 255 encuestados, se recibieron respuestas de 234 participantes, mientras que 21 optaron por no responder a esta sección específica de la encuesta. A continuación, se reserva el espacio para presentar el gráfico que ilustra la distribución de ingresos mensuales entre los encuestados:

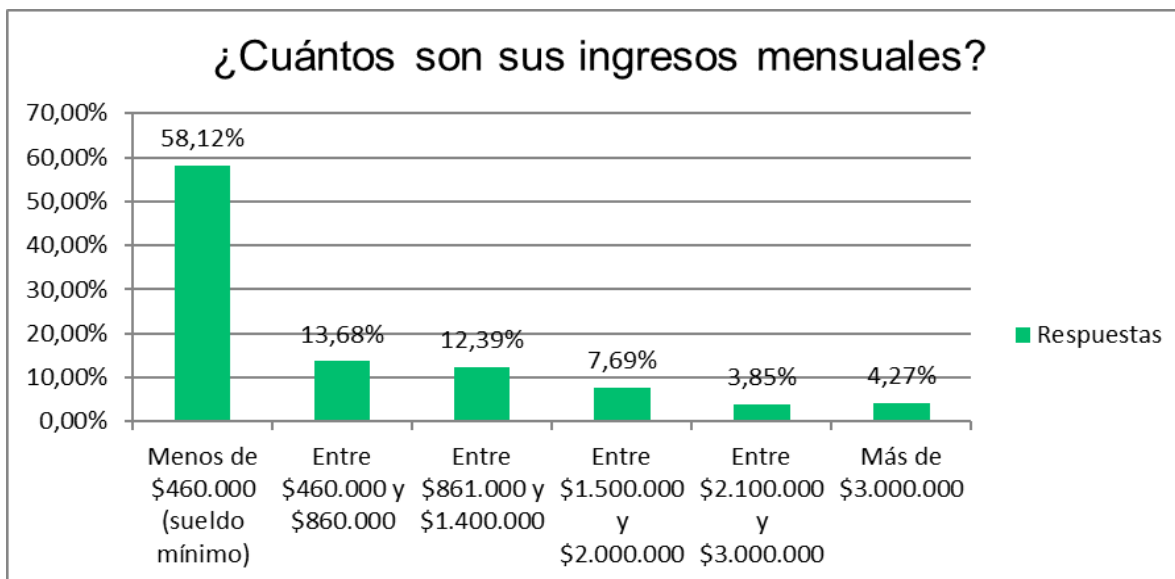


Gráfico 5: Nivel de ingresos mensuales de los participantes en CLP.

La exploración detallada del gráfico que representa los ingresos mensuales de los encuestados revela una distribución diversa en cuanto a los niveles de ingresos dentro de la muestra, sin olvidar que la moneda en que se mide cada alternativa es en pesos chilenos (CLP). Destaca significativamente que un porcentaje considerable, específicamente el 58.12% de los participantes, reporta un ingreso menor a \$460.000, equivalente al sueldo mínimo, equivalente a 136 individuos. Además, se observa una presencia considerable de individuos que se encuentran en el rango de ingresos entre \$460.000 y \$860.000, representando un 13.68% de la muestra, lo que equivale a 32 personas. Asimismo, se identifica un número significativo de encuestados con ingresos comprendidos entre \$861.000 y \$1.400.000, representando un 12.39% de los participantes, es decir, 29 personas. De manera adicional, se registran porcentajes menores de encuestados que reportan ingresos mensuales en los rangos de \$1.500.000 a \$2.000.000 (7.69%, 18 personas), de \$2.100.000 a \$3.000.000 (3.85%, 9 personas) y más de \$3.000.000 (4.27%, 10 personas). Estos resultados evidencian una diversidad en los niveles de ingresos mensuales dentro de la muestra, lo que subraya la

importancia de considerar la variabilidad socioeconómica al analizar el perfil de ingresos de los participantes.

Los resultados obtenidos a través de la encuesta revelan patrones significativos en las diferentes variables demográficas y socioeconómicas analizadas. Destacan porcentajes significativos en varias categorías: el género masculino se presenta con un 62.39% de los encuestados, mientras que el grupo más representativo en cuanto a edad se sitúa entre los 18 y 25 años, abarcando un considerable 70.51% de la muestra. En el aspecto educacional, la mayor proporción se encuentra en el grupo de educación universitaria incompleta, representando un 41.45% de los participantes. Además, en el ámbito de ingresos mensuales, un notable 58.12% de los encuestados reporta ganar menos de \$460.000 pesos. Estos hallazgos reflejan una predominancia de ciertas categorías dentro de la muestra, lo que proporciona una visión clara y relevante del perfil demográfico y socioeconómico de los participantes en este estudio.

6.2 Perfil de Uso en las Casas de Apuestas Deportivas en Línea

El análisis del uso y la participación en plataformas de apuestas deportivas en línea ofrece una visión detallada de las frecuencias con las que los usuarios interactúan con este tipo de servicios. La primera pregunta examina la frecuencia de uso, solicitando a los participantes que seleccionen la opción que mejor describa su nivel de participación: ¿Ocasional, Mensual, Semanal o Diariamente? Este análisis proporcionará información fundamental sobre la regularidad con la que los encuestados se involucran en las casas de apuestas deportivas en línea, y cómo estas frecuencias pueden impactar en sus hábitos de juego. Además, se incluirán otras interrogantes, como aquella relacionada con los montos manejados en estas

plataformas, donde se busca conocer el rango de inversión típico en pesos chilenos y las marcas de plataformas de apuestas deportivas en línea que los encuestados reconocen o han utilizado alguna vez. Estas preguntas complementarias serán fundamentales para obtener una imagen completa de los hábitos y preferencias de los participantes en el contexto de las apuestas deportivas en línea.

Es importante destacar que esta etapa de análisis incluye exclusivamente a aquellos participantes que afirmaron tener experiencia directa utilizando plataformas de apuestas en línea para participar específicamente en apuestas deportivas, tal como se señaló en la pregunta inicial. Del total de personas que respondieron afirmativamente a esta pregunta (116 personas), únicamente 112 alcanzaron esta sección del estudio, mientras que 4 participantes optaron por omitir esta parte de la encuesta.

A continuación, se presentará el gráfico correspondiente a la primera pregunta sobre la frecuencia de uso de las plataformas de apuestas deportivas en línea:

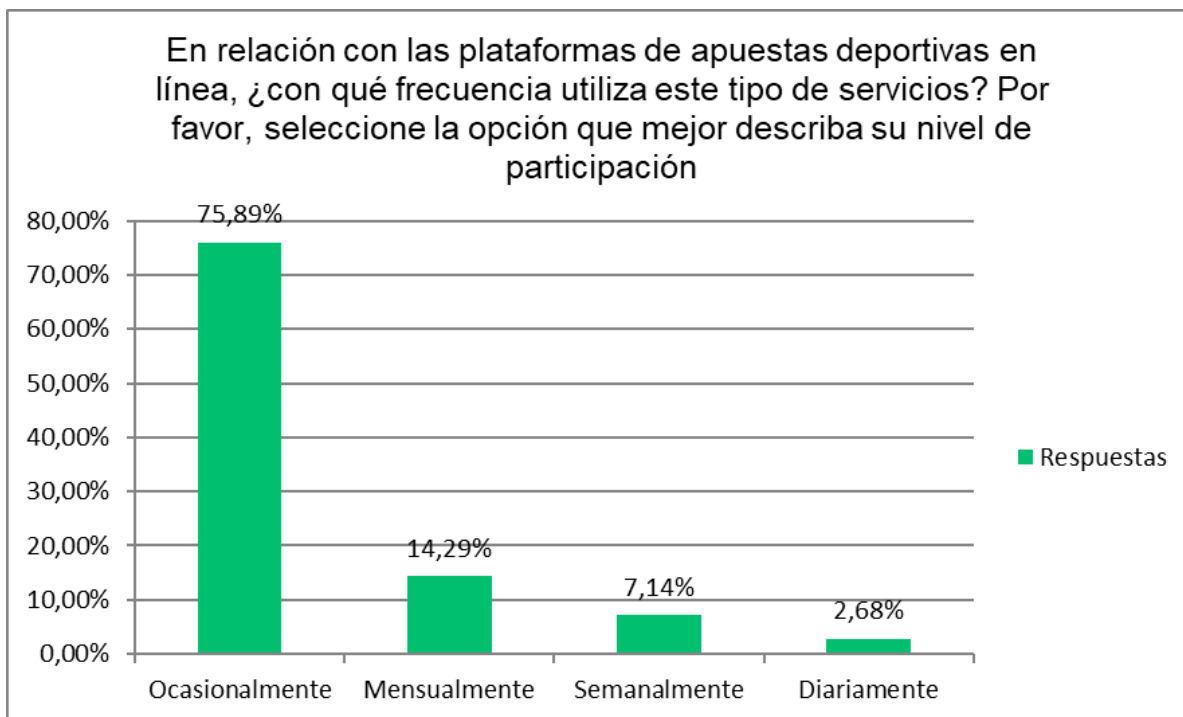


Gráfico 6: Frecuencia de Uso en Plataformas de Apuestas Deportivas en Línea

El análisis detallado del gráfico que representa las frecuencias de uso en plataformas de apuestas deportivas en línea revela un panorama claro de la participación de los encuestados. La mayoría de los participantes, con un abrumador 75.89%, indicaron utilizar estas plataformas ocasionalmente, lo que equivale a 85 personas dentro de la muestra. Esta cifra destaca como el patrón más predominante entre los encuestados. Además, se observa una representación significativamente menor de usuarios que optan por un uso mensual (14.29%, equivalente a 16 personas) o semanal (7.14%, que representa a 8 personas), siendo estas frecuencias menos comunes en comparación con el uso ocasional. Por otro lado, la cantidad de encuestados que utilizan estas plataformas diariamente es mínima, con tan solo un 2.68% de participación en esta categoría, lo que corresponde a 3 personas dentro de la muestra. Estos resultados revelan un claro predominio de la participación ocasional en las plataformas

de apuestas deportivas en línea, mientras que las frecuencias mensuales, semanales y diarias representan proporciones notablemente menores dentro de la muestra.

La exploración de los montos manejados en plataformas de apuestas deportivas en línea es esencial para comprender la escala de inversiones de los usuarios en este contexto. La siguiente pregunta indaga en los rangos de inversión típicos en pesos chilenos que los participantes han manejado al participar en estas plataformas. El análisis de estos datos proporcionará una visión detallada de las preferencias y comportamientos financieros en el ámbito de las apuestas deportivas en línea, permitiendo entender mejor la distribución de las inversiones entre los usuarios. A continuación, se reserva el espacio para presentar el gráfico que representa los montos manejados por los participantes en estas plataformas:

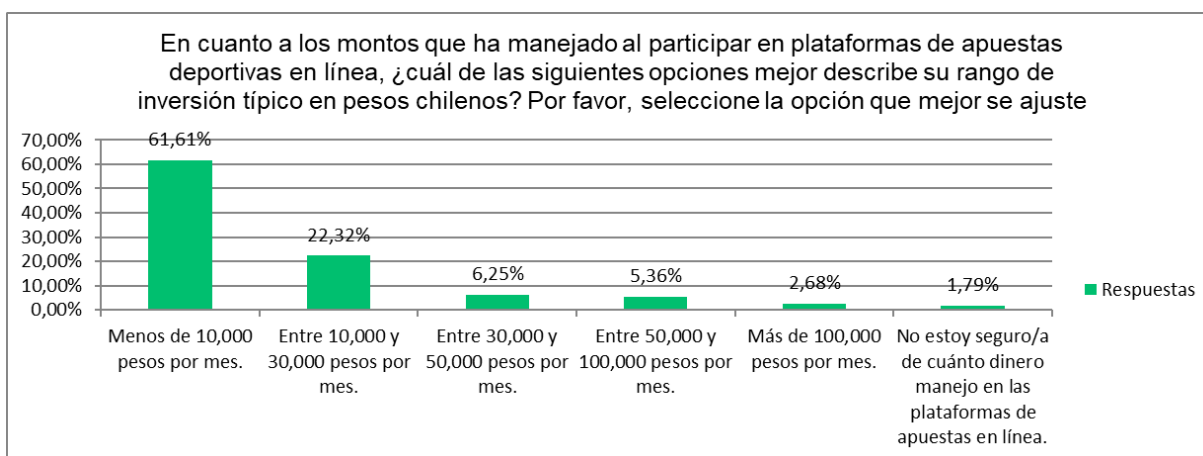


Gráfico 7: Distribución de Rangos de Inversión en Plataformas de Apuestas Deportivas en Línea en CLP

El análisis de los rangos de inversión en plataformas de apuestas deportivas en línea revela patrones significativos en las prácticas financieras de los participantes. La mayoría de los encuestados, un significativo 61.61% (equivalente a 69 personas), indicaron manejar montos inferiores a 10,000 pesos por mes en estas plataformas. Esta proporción dominante refleja

una tendencia hacia inversiones menores entre los usuarios. Además, un 22.32% (25 personas) reportaron manejar entre 10,000 y 30,000 pesos mensuales, representando una cantidad considerable dentro de la muestra. Por otro lado, los rangos de inversión más altos muestran una menor representación, con el 6.25% (7 personas) invirtiendo entre 30,000 y 50,000 pesos mensuales, mientras que el 5.36% (6 personas) invierte entre 50,000 y 100,000 pesos por mes. Los porcentajes más bajos de inversión mensual, aquellos que superan los 100,000 pesos mensuales o aquellos que indican no estar seguros del monto manejado, muestran representaciones menores, con un 2.68% (3 personas) y un 1.79% (2 personas) respectivamente. Estos resultados destacan una marcada preferencia por inversiones menores, con una proporción significativa de los encuestados manejando montos inferiores a los 10,000 pesos mensuales en las plataformas de apuestas deportivas en línea.

La exploración de las marcas reconocidas o utilizadas por los encuestados en plataformas de apuestas deportivas en línea es esencial para comprender las preferencias y la familiaridad de los usuarios con diferentes proveedores de servicios. La siguiente pregunta indaga en la identificación o el uso previo de una serie de marcas específicas por parte de los participantes. Es importante señalar que se permitía la selección de múltiples marcas, lo que permite un análisis más detallado de la familiaridad y el uso diversificado entre los usuarios. A continuación, se reserva el espacio para presentar el gráfico que representa las marcas de plataformas de apuestas deportivas en línea reconocidas o utilizadas alguna vez por los participantes:

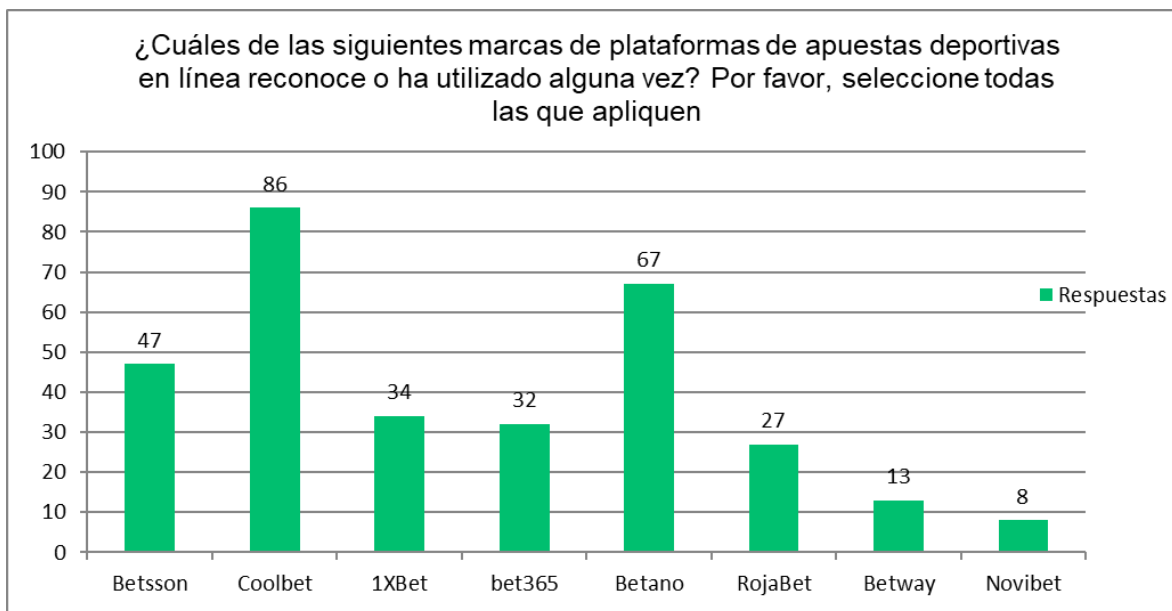


Gráfico 8: Cantidad de Personas que reconocen o han utilizado alguna/s de la/s plataformas propuestas

El análisis detallado del gráfico que representa el reconocimiento de marcas en plataformas de apuestas deportivas en línea revela una diversidad en la familiaridad entre los encuestados. Se observa que Coolbet es la marca con mayor reconocimiento, siendo identificada por 86 personas. Le sigue Betano con un reconocimiento de 67 personas, seguida por Betsson con 47 personas y 1XBet con 34 personas. Mientras tanto, bet365 fue reconocida por 32 personas, RojaBet por 27, Betway por 13 y Novibet por 8. Estos resultados sugieren una variabilidad en la popularidad y el conocimiento de las marcas entre los encuestados, destacando algunas marcas que han sido más reconocidas o utilizadas que otras en el ámbito de las apuestas deportivas en línea.

Tras analizar detalladamente las respuestas proporcionadas por los encuestados en las tres preguntas referentes al uso de plataformas de apuestas deportivas en línea, destacan claramente ciertos líderes en cuanto a la frecuencia de uso, los rangos de inversión y el

reconocimiento de marcas. En términos de frecuencia de uso, la mayoría de los encuestados (75.89%) indicaron utilizar estas plataformas de manera ocasional, seguido por un uso mensual (14.29%). En cuanto a los montos manejados, la mayoría (61.61%) maneja montos inferiores a 10,000 pesos por mes, mientras que en el reconocimiento de marcas, Coolbet lidera con 86 personas reconociéndola, seguida por Betano (67 personas) y Betsson (47 personas). Estos líderes de respuesta en cada pregunta proporcionan una visión clara de las preferencias y prácticas predominantes entre los usuarios de estas plataformas, enfatizando la relevancia de estas marcas y las tendencias de uso dentro de este ámbito de las apuestas deportivas en línea.

6.3 Significancia del Modelo

La significancia del modelo es un aspecto fundamental en el análisis de datos, particularmente en estudios que involucran técnicas de análisis factorial exploratorio (AFE). Para evaluar la idoneidad de los datos para someterse a un análisis factorial, se emplearon dos pruebas esenciales: la prueba de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) y la prueba de esfericidad de Bartlett. Estas pruebas, realizadas mediante SPSS Statistics, son ampliamente reconocidas en el campo de la estadística y desempeñan un papel crucial al determinar si los datos muestran una adecuada estructura para someterse a un análisis factorial. A continuación, se muestra la tabla con los resultados de ambas pruebas que incluyen la Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo para KMO. En cuanto a la Prueba de Esfericidad de Bartlett, se presentan los valores de Aprox. (aproximación) Chi-cuadrado, gl (grados de libertad) y Sig. (Significancia), lo que permitirá comprender la idoneidad y validez de los datos para el análisis factorial exploratorio realizado en este estudio:

Prueba de KMO y Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,805
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	1843,946
	gl	378
	Sig.	<,001

Tabla 1: Resultados de las Pruebas de Kaiser-Meyer-Olkin y Esfericidad de Bartlett

En este caso, el valor de la Medida Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) proporciona información sobre la idoneidad de los datos para llevar a cabo un análisis factorial. Esta medida varía entre 0 y 1, donde valores más cercanos a 1 indican una mayor idoneidad de los datos para el análisis factorial. En este caso, se obtuvo un resultado de 0.805, lo que sugiere que los datos tienen una adecuación bastante buena para someterse a un análisis factorial.

Generalmente, se considera que un valor de KMO superior a 0.6 es aceptable, mientras que valores superiores a 0.8 son considerados muy buenos para llevar a cabo un análisis factorial. En este caso, el valor obtenido (0.805) indica que existe una estructura subyacente que puede ser identificada mediante un análisis factorial con relativa confianza.

Este resultado sugiere que los datos tienen correlaciones sustanciales entre las variables incluidas en el análisis, lo que respalda la viabilidad de continuar con un análisis factorial exploratorio para investigar la estructura subyacente de los datos. Sin embargo, es importante tener en cuenta otros factores, como la interpretación de los componentes y la relevancia teórica de los resultados, para obtener conclusiones más sólidas sobre la estructura de los datos.

El resultado de la prueba de esfericidad de Bartlett es fundamental al evaluar si las correlaciones observadas entre las variables en el conjunto de datos son significativas. Los resultados proporcionados, como el valor de aproximación del Chi-cuadrado (χ^2) de 1843.946 con 378 grados de libertad (gl), indican una significancia estadística muy alta. Esto quiere decir que se está señalando que el valor obtenido del estadístico Chi-cuadrado es significativamente grande en relación con los grados de libertad, lo que sugiere que existe una relación significativa entre las variables del conjunto de datos analizado. En resumen, la baja probabilidad asociada con el valor del Chi-cuadrado indica una fuerte evidencia de que las correlaciones observadas entre las variables no son el resultado del azar, sino que tienen una relación estadísticamente significativa., con un valor de p significativamente menor que 0.001.

Este bajo valor de significancia ($p < 0.001$) sugiere fuertemente que existe una relación significativa entre las variables incluidas en el conjunto de datos. En términos prácticos, esto respalda la presencia de correlaciones no nulas entre las variables y valida la idoneidad de realizar un análisis factorial exploratorio (AFE) para explorar la estructura subyacente de los datos. En otras palabras, la prueba de esfericidad de Bartlett confirma que las variables están lo suficientemente interrelacionadas como para justificar un análisis factorial, ya que la estructura entre variable es diferente de la estructura identificada únicamente por el azar.

Este resultado es crucial, ya que proporciona una sólida base estadística para proceder con confianza en el análisis factorial exploratorio, permitiendo investigar más a fondo las interrelaciones y la estructura latente de las variables, lo que podría revelar dimensiones subyacentes o patrones ocultos en los datos.

Basado en los sólidos resultados obtenidos en las pruebas de idoneidad de los datos, tanto la Medida Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) con un valor de 0.805, que indica una adecuación bastante buena de los datos para el análisis factorial, como la prueba de esfericidad de Bartlett con un Chi-cuadrado (χ^2) de 1843.946 y un nivel de significancia (p) menor a 0.001, lo que evidencia una relación significativa entre las variables, **se valida** la pertinencia de proceder con el análisis factorial exploratorio. Estos resultados refuerzan la confianza en la existencia de una estructura subyacente que puede ser identificada mediante un análisis factorial, respaldando la continuación del proceso analítico para lograr comprender más profundamente las interrelaciones entre las variables en el conjunto de datos analizado.

6.4 Análisis y Redefinición de Variables

En esta sección, se aborda el análisis y redefinición de variables con el propósito de examinar la estructura latente presente en el modelo. Como primer punto de este apartado, se procederá a analizar la tabla de comunalidades. Las comunalidades, que revelan la cantidad de varianza compartida entre las variables originales y los nuevos componentes generados a partir del análisis factorial, serán presentadas en el anexo como *Tabla 14*.

El análisis detallado de estas comunalidades proporcionará una visión más clara sobre la contribución de cada variable al modelo, ofreciendo información valiosa acerca de las relaciones subyacentes entre ellas.

Los resultados muestran que, inicialmente, todas las variables tenían una comunalidad de 1.00, lo que indica que cada variable explicaba el 100% de su propia varianza. Sin embargo, después de la extracción de componentes mediante el método de análisis de componentes principales, se observa una disminución en las comunalidades de algunas variables. Por

ejemplo, las variables FC3 (0.410) e IC4 (0.588) muestran las comunalidades más bajas, sugiriendo que estas variables tienen una relación menos fuerte con los componentes extraídos en comparación con otras. En contraste, variables como A2 (0.858), A4 (0.834), y A5 (0.845) muestran comunalidades más altas, lo que sugiere una relación más estrecha con los componentes identificados. Estos resultados indican que algunas variables podrían no estar explicando la misma cantidad de varianza que otras en relación con los componentes extraídos, lo que podría señalar diferencias en la contribución de cada variable al modelo.

Además, se procederá a analizar la tabla de varianza total explicada, presentada en el anexo como la *Tabla 15*. Esta tabla proporciona una visión detallada de la cantidad total de varianza explicada por cada componente extraído durante el análisis factorial exploratorio. A partir de esta tabla, se construirá el gráfico de sedimentación, una herramienta visual que ilustra la contribución de cada componente a la explicación acumulativa de la varianza. A continuación, se presenta el gráfico de sedimentación que ofrece una representación visual de la varianza explicada por cada componente extraído:

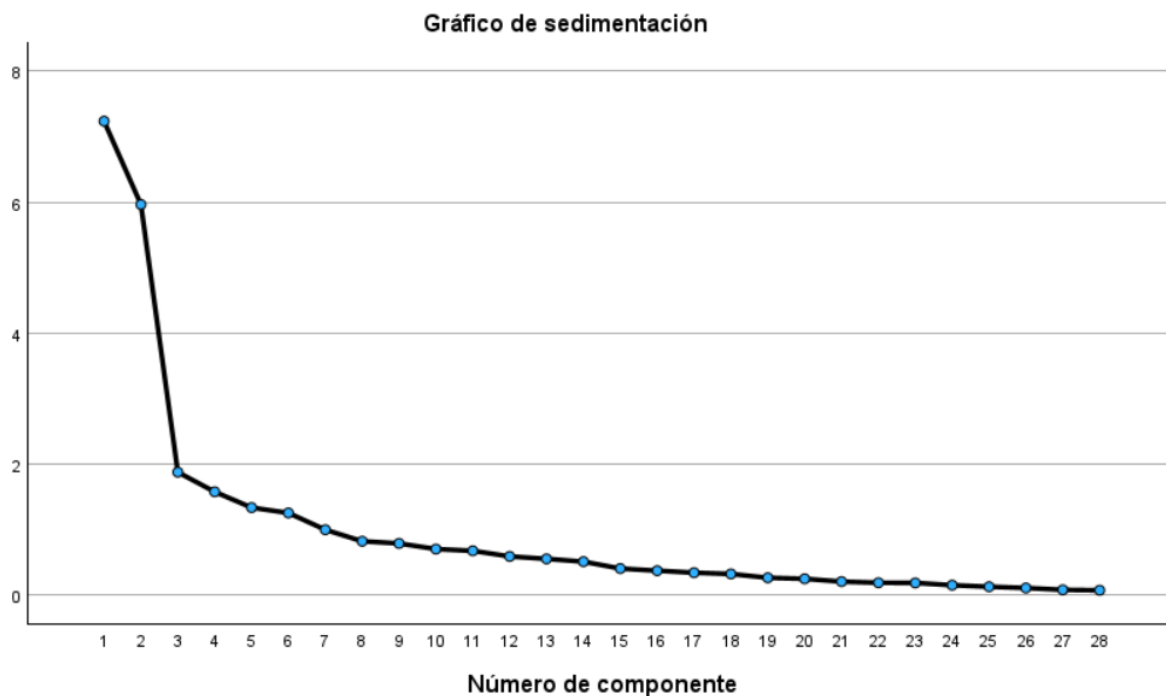


Gráfico 9: Resultados del gráfico de sedimentación

El gráfico de sedimentación muestra los autovalores iniciales y el porcentaje de varianza explicada por cada componente extraído durante el análisis factorial exploratorio. Bajo el criterio de que los autovalores deben ser mayores que 1, se identificaron seis componentes principales, los cuales explican conjuntamente aproximadamente el 68.759% de la varianza total del modelo. Las dos primeras componentes presentan los autovalores más altos, con 7.238 (25.849%) y 5.965 (21.303%) respectivamente, sumando un total de 47.152% de varianza explicada. Sin embargo, se observa una disminución significativa en la tercera componente, la cual aporta 6.709% de varianza, lo que, junto a las dos primeras componentes, suman un total de 53.861%, representando una buena aproximación del modelo. A medida que se avanza en las siguientes componentes, se observa una disminución progresiva en los autovalores y en el porcentaje de varianza explicada, lo que indica que estas contribuyen menos al modelo en términos de varianza explicada. Por ejemplo, las componentes a partir

de la séptima presentan autovalores menores a 1, indicando que aportan menos varianza individualmente al modelo. Estos resultados resaltan la importancia de las primeras componentes en la explicación del modelo, mientras que las posteriores aportan una cantidad significativamente menor de varianza explicada.

Otro punto interesante para examinar es la comparación entre las variables en su estado original y su evolución tras la formación de las nuevas componentes. Esta evaluación proporciona una visión detallada de cómo las variables se reconfiguraron y se agruparon en las dimensiones identificadas a través del análisis factorial exploratorio. Comprender estas diferencias y similitudes entre las variables originales y su estructura transformada en las componentes puede ofrecer una perspectiva esclarecedora sobre la reorganización de la información.

En lo que respecta a la componente 1 se obtuvo:

Componentes	Inicial	Final
1	A1	A5
	A2	A2
	A3	A4
	A4	A3
	A5	A1
		S4
		S3

Tabla 2: Contraste de Variables: Estado Inicial vs. Estado final de la componente 1

Al analizar la *Tabla 2*, se aprecia que la primera componente del análisis factorial exploratorio guarda similitudes con la variable de impulsividad, ya que engloba todas las preguntas relacionadas con este aspecto. Sin embargo, se destaca que esta componente incluye

únicamente dos preguntas relacionadas con la influencia social. Esta observación sugiere que las modificaciones entre la estructura original de las variables y la composición resultante de la primera componente no han generado cambios significativos en lo que respecta a como quedó formada.

Para el caso de la componente 2 se obtuvieron los siguientes resultados:

Componentes	Inicial	Final	Componentes	Inicial	Final
2	EE1	EE1	2	FC1	EE1
	EE2	EE2		FC2	EE2
	EE3	EE3		FC3	EE3
	EE4	FC1		FC4	FC1
		FC2			FC2
		EE4			EE4
		FC4			FC4

Tabla 3: Contraste de Variables: Estado Inicial vs. Estado final de la componente 2

Al observar la *Tabla 3*, se aprecia que la Componente 2 puede compararse con dos variables principales debido a su impacto equitativo en el conjunto de preguntas. Estas variables son las Expectativas de Esfuerzo y las Condiciones Facilitadoras, ambas con un número similar de preguntas. La primera variable, Expectativas de Esfuerzo, abarca un total de 4 preguntas, mientras que la segunda, Condiciones Facilitadoras, comprende 3. Esta similitud en la cantidad de preguntas refleja un impacto casi equiparable en la configuración de la Componente 2.

Con respecto a la componente 3 se obtuvo:

Componentes	Inicial	Final
3	CP1	CP4
	CP2	CP1
	CP3	CP2
	CP4	CP3

Tabla 4: Contraste de Variables: Estado Inicial vs. Estado final de la componente 3

En la *Tabla 4*, se evidencia que la Componente 3 puede equipararse con la variable de Confianza Percibida. En contraste con las otras componentes, esta se compone exclusivamente de las preguntas asociadas a la confianza percibida, sin agregar ni omitir ninguna pregunta relevante. Esta equivalencia entre la Componente 3 y la variable de Confianza Percibida resalta una correspondencia directa y exclusiva entre ambas, lo que subraya su impacto significativo en la configuración final de dicha componente.

Para la componente 4 se obtuvo:

Componentes	Inicial	Final
4	IC1	IC2
	IC2	IC1
	IC3	IC3
	IC4	IC4
		S1

Tabla 5: Contraste de Variables: Estado Inicial vs. Estado final de la componente 4

En la *Tabla 5*, se observa que la Componente 4 puede asociarse con la variable de Intención Conductual, ya que incluye todas las preguntas relacionadas con esta variable. Sin embargo, vale la pena mencionar que hay una única pregunta vinculada a la Influencia Social en esta componente. Esta relación estrecha entre la Componente 4 y la variable de Intención

Conductual señala su impacto preponderante en el diseño final de esta componente , aunque con un grado menor de indagación en cuanto a la Influencia Social en comparación con la variable original.

Por otro lado, para la componente 5 se obtuvo:

Componentes	Inicial	Final
5	HM1	HM2
	HM2	HM3
	HM3	HM1

Tabla 6: Contraste de Variables: Estado Inicial vs. Estado final de la componente 5

Al revisar la Tabla 6, se evidencia que la Componente 5 muestra una estrecha relación con la variable de Motivación Hedónica. Similar a la Componente 3, esta componente está compuesta exclusivamente por las tres preguntas asociadas a la Motivación Hedónica, no incluyendo ningún otro factor. Esta comparación resalta la coherencia y alineación directa entre la Componente 5 y la dimensión de Motivación Hedónica en el modelo, confirmando su relevancia dentro de dicha componente.

Por último, para la componente 6 se obtuvo:

Componentes	Inicial	Final	Componentes	Inicial	Final
6	S1	S2	6	FC1	S2
	S2	FC3		FC2	FC3
	S3			FC3	
	S4			FC4	

Tabla 7: Contraste de Variables: Estado Inicial vs. Estado final de la componente 6

Al revisar la Tabla 7, se aprecia que la Componente 6 presenta similitudes con dos variables específicas del estudio. Por un lado, esta componente se vincula con la variable de Influencia Social, evidenciada a través de una sola pregunta incluida en la Componente 6. Por otro lado, se observa una conexión con la variable de Condiciones Facilitadoras, también con una sola pregunta incorporada en esta componente. Estos hallazgos sugieren la integración de estas dos dimensiones en la estructura final de la Componente 6, aunque con un abordaje más reducido en comparación con las variables originales.

Finalmente, se procederá a analizar la matriz de componentes rotados, la cual se encuentra disponible en el anexo como referencia (Tabla 16). El objetivo principal es identificar y asignar nombres representativos a las seis nuevas componentes surgidas. Este análisis nos permitirá comprender mejor la información capturada por cada variable y, además, intentaremos explicar los posibles motivos o razones por los cuales surgieron estas nuevas variables a partir de la matriz de componentes rotados. Este proceso es fundamental para comprender cómo las preguntas originales se reagruparon y transformaron en estas nuevas variables, brindando una perspectiva más clara del fenómeno bajo estudio.

Componente 1:

La primera componente surge tras la consideración de diversas preguntas de la encuesta, las cuales demostraron tener un valor de componente significativo. Esta componente representa un patrón común en las respuestas de los encuestados. Las preguntas que conforman esta componente incluyen:

A5: He convertido el uso de plataformas de apuestas en línea en un hábito, lo que ha afectado negativamente la calidad de mi sueño y el tiempo total de sueño. (0.864)

A2: La idea de hacer uso de plataformas de apuestas en línea es lo primero que me viene a la mente al despertar cada mañana. (0.853)

A4: Siento la urgencia de usar plataformas de apuestas en línea de nuevo inmediatamente después de dejar de hacerlo. (0.848)

A3: Siento que me falta algo después de dejar de hacer apuestas en línea durante un cierto período de tiempo. (0.810)

A1: No puedo controlar el impulso de usar las plataformas de apuestas en línea. (0.786)

SI4: La mayoría de las personas asumen que estoy familiarizado con las plataformas de apuestas en línea. (0.677)

SI3: El uso de plataformas de apuestas en línea es un símbolo de estatus en mi entorno. (0.624)

Estos valores indicados entre paréntesis reflejan la fuerza y contribución de cada pregunta que están en orden descendente en la composición de esta primera componente.

A continuación, se presentará el porcentaje con el que la Componente 1 explica el modelo, detallado en la siguiente tabla de Varianza Total Explicada. Esta tabla proporciona una visión detallada del grado de contribución de la Componente 1 para explicar la varianza total del modelo, ofreciendo una comprensión significativa de su impacto en la estructura global del análisis:

Componente	Autovalores iniciales		
	Total	% de varianza	% acumulado
1	7,238	25,849	25,849

Tabla 8: *Porcentaje de Varianza Explicada por Autovalores Iniciales de la componente 1.*

Es fundamental destacar que la Componente 1, presentada en la tabla de Varianza Total Explicada, muestra una contribución individual significativa del 25.849%. Este porcentaje considerable indica que la Componente 1 por sí sola explica una proporción considerable de la varianza en el modelo, lo que subraya su relevancia dentro del conjunto de factores analizados.

La variable compuesta por estas preguntas puede ser nombrada como "Razonamiento Justificado". Este nombre refleja la tendencia de los encuestados a racionalizar su comportamiento relacionado con el uso de plataformas de apuestas deportivas en línea mediante el establecimiento de justificaciones o argumentos para su conducta. El agrupamiento de preguntas como Craving (Impulsividad) y Social Influence (Influencia Social) bajo esta nueva componente puede deberse a que ambas categorías influyen en la forma en que los encuestados racionalizan y justifican su comportamiento con las plataformas de apuestas en línea.

Por ejemplo, las preguntas relacionadas con el impulso (Craving) indican la dificultad para resistir la urgencia de volver a usar estas plataformas nuevamente o el sentimiento de vacío tras dejar de hacerlo, lo que puede llevar a una racionalización para justificar el retorno a estas. Mientras que las preguntas de Influencia Social reflejan cómo el individuo percibe, se ve afectado por la opinión y el estatus social, que implica el uso de ciertas plataformas de apuestas, lo que podría influir en su justificación sobre su comportamiento frente a estas.

Esta agrupación en una misma componente sugiere que estos factores pueden estar interrelacionados y formar parte del proceso de justificación o racionalización en torno al uso de plataformas de apuestas en línea.

Componente 2:

La componente dos ha emergido al considerar otra sección de las preguntas de la encuesta que han mostrado una significativa influencia en la composición de esta dimensión. Estas preguntas revelan un patrón consistente en las respuestas de los encuestados, lo que indica una relación fuerte y coherente entre estas variables. Las preguntas estarán en orden descendente junto a su factor respectivo, correspondientes a su impacto en esta componente.

EE1: Es fácil para mí aprender a usar las plataformas de apuestas en línea.(0.828)

EE2: Mi interacción con las plataformas de apuestas en línea es clara y comprensible.(0.819)

EE3: Creo que es fácil recordar como interactuar con las plataformas de apuestas en línea.(0.794)

FC1: Tengo los recursos necesarios (internet y conocimiento) para usar las plataformas de apuestas en línea.(0.751)

FC2: Las plataformas de apuestas en línea son compatibles con otras tecnologías que utilizo. (smartphone, tablet y ordenador).(0.735)

EE4: El proceso de realizar transacciones en las plataformas de apuestas en línea no me lleva mucho tiempo.(0.660)

FC4: Mi teléfono puede admitir la aplicación de apuestas en línea.(0.609)

A continuación, se exhibirá el porcentaje de explicación del modelo por parte de la Componente 2, detallado en la tabla de Varianza Total Explicada que sigue. Esta tabla ofrece una visión detallada sobre el grado en el que la Componente 2 contribuye a explicar la varianza total del modelo:

Componente	Autovalores iniciales		
	Total	% de varianza	% acumulado
2	5,965	21,303	47,152

Tabla 9: Porcentaje de Varianza Explicada por Autovalores Iniciales de la componente 2.

Luego de analizar detalladamente la tabla adjunta que muestra la Varianza Total Explicada, se evidencia que la Componente 2 aporta un significativo 21.303% en la explicación del modelo. Es esencial resaltar que, en conjunto con la Componente 1, estas dos componentes en conjunto alcanzan un total del 47.153%. Este valor, aproximadamente la mitad del porcentaje total explicado destaca la relevancia conjunta de ambas componentes en la explicación del modelo.

La agrupación de preguntas relacionadas con la facilidad de uso, la claridad en la interacción y la disponibilidad de recursos tecnológicos sugiere la formación de una nueva componente que puede ser denominada "Accesibilidad Tecnológica". Por ejemplo, las preguntas que abordan la facilidad para aprender a usar las plataformas (Expectativa de Esfuerzo) y la compatibilidad con otras tecnologías utilizadas (Condiciones Facilitadoras) se agruparon, mostrando una relación entre la percepción de la complejidad en la interacción con las plataformas y las condiciones ofrecidas para facilitar su uso. La presencia de estas relaciones sugiere que los encuestados perciben la facilidad de uso y la disponibilidad de recursos

tecnológicos como aspectos significativos al interactuar con las plataformas de apuestas deportivas en línea.

Componente 3:

Para la tercera componente, se consideraron 4 preguntas de la encuesta que mostraron un valor de componente significativo. Estas preguntas englobadas dentro de esta componente son las siguientes:

CP4: Basado en mi experiencia, las plataformas de apuestas en línea se pueden considerar como honestas y seguras. (0.885)

CP1: Creo que las plataformas de apuestas en línea son confiables.(0.828)

CP2: Creo que las plataformas de apuestas en línea proporcionan información confiable.(0.824)

CP3: Puedo confiar en las plataformas de apuestas en línea para proteger mi privacidad.(0.606)

A continuación, se presentará el porcentaje de explicación del modelo referente a la Componente 3, detallado en la tabla de Varianza Total Explicada. Esta tabla ofrece información sobre la contribución de la Componente 3 a la varianza total del modelo:

Componente	Autovalores iniciales		
	Total	% de varianza	% acumulado
3	1,879	6,709	53,861

Tabla 10: Porcentaje de Varianza Explicada por Autovalores Iniciales de la componente 3.

El análisis detallado de la tabla revela que la Componente 3 contribuye con un 6.709% por sí sola en la explicación del modelo. Aunque este porcentaje es significativamente menor en comparación con las dos primeras componentes, su aporte sigue siendo relevante para la comprensión general del modelo. Por otro lado, es relevante mencionar que, en conjunto con las otras dos componentes, alcanzan un total del 53.861%, evidenciando la suma importancia de la Componente 3 junto con las anteriores en la explicación global del modelo analizado.

Esta componente, conservó exactamente las mismas preguntas que estaban presentes en la encuesta inicial, que se agrupaban bajo el nombre de “Perceived Trust”(Confianza Percibida), con el prefijo para las preguntas CP. Este fenómeno puede atribuirse a la notable correlación y coherencia entre estas preguntas en particular, las cuales se centran en aspectos clave relacionados con la confianza percibida en las plataformas de apuestas en línea. La estabilidad de estas preguntas a lo largo de la investigación sugiere que estas dimensiones específicas de confianza, honestidad, fiabilidad y seguridad han mantenido su importancia para los usuarios, lo que les permite percibir y evaluar la integridad de estas plataformas de manera constante a lo largo del tiempo. Este hallazgo resalta la continuidad y la constancia de las percepciones de confianza en relación con estos servicios en línea.

Componente 4:

Para la cuarta componente, se consideraron 5 preguntas de la encuesta que mostraron un valor de componente significativo. Estas preguntas englobadas dentro de esta componente son las siguientes:

IC2: Planeo seguir usando las plataformas de apuestas en línea en mi vida diaria si se lanzan nuevas versiones.(0.771)

IC1: Tengo la intención de seguir utilizando las plataformas de apuestas en línea en el futuro.(0.768)

IC3: Siempre intentaré usar las plataformas de apuestas en línea en mi vida diaria.(0.720)

IC4: Estoy dispuesto a recomendar las plataformas de apuestas en línea a otras personas.(0.554)

SI1: Las personas que me rodean creen que debería usar plataformas de apuestas en línea.(0.516)

A continuación, se proporcionará el porcentaje de explicación del modelo correspondiente a la Componente 4, detallado en la tabla de Varianza Total Explicada. Esta tabla presenta la contribución específica de la Componente 4 a la varianza global del modelo:

Componente	Autovalores iniciales		
	Total	% de varianza	% acumulado
4	1,579	5,638	59,499

Tabla 11: Porcentaje de Varianza Explicada por Autovalores Iniciales de la componente 4.

La Componente 4 demuestra una contribución individual del 5.638% en la explicación del modelo, manteniendo la tendencia de menor influencia en comparación con las primeras componentes. Aun así, su participación sigue siendo valiosa para comprender el modelo en su totalidad. En conjunto con las tres primeras componentes, el aporte combinado de la Componente 4 alcanza un nivel significativo, representando un total del 59.499% en la explicación general del modelo.

Basado en la composición de las preguntas, se puede sugerir como nombre para esta variable "Persistencia de Uso e Influencia Social". La razón principal detrás de agrupar estas preguntas en esta componente radica en que la mayoría de las preguntas (cuatro de las cinco) se refieren a la intención futura y la disposición continua de utilizar las plataformas de apuestas en línea, que originalmente pertenecían a la categoría de Intención Conductual (IC). La pregunta restante se centra en la influencia social, mostrando cómo las percepciones y expectativas sociales pueden influir en la persistencia del uso de estas plataformas. Este fenómeno podría deberse a que, aunque la influencia social no sea tan prevalente en estas respuestas como la intención conductual, sigue siendo un factor relevante en la toma de decisiones de los usuarios, por lo que se ha agrupado junto con las preguntas de intención conductual en esta componente.

Componente 5:

Continuando con el análisis de las componentes emergentes, la quinta componente se constituye por tres preguntas particulares que revelan un comportamiento recurrente en las respuestas de los encuestados:

HM2: Existe una variedad de opciones de apuestas en línea que despiertan mi curiosidad. (0.785)

HM3: Cuando realizo mis apuestas, las características hedonistas, como el atractivo diseño de la aplicación de apuestas en línea, me mantienen contento. (0.745)

HM1: El uso de las plataformas de apuestas en línea me resulta placentero. (0.619)

A continuación, se presentará el porcentaje de explicación que aporta la Componente 5 al modelo, detallado en la siguiente tabla de Varianza Total Explicada:

Componente	Autovalores iniciales		
	Total	% de varianza	% acumulado
5	1,338	4,777	64,276

Tabla 12: Porcentaje de Varianza Explicada por Autovalores Iniciales de la componente 5.

La Componente 5, con su contribución individual del 4,777%, se mantiene en una línea similar a las Componentes 3 y 4 en cuanto a su nivel de aporte al modelo. A pesar de su porcentaje comparativamente más bajo, esta componente sigue siendo relevante para su consideración en el análisis, ya que su autovalor inicial supera la marca de 1. Además, al sumar las cinco componentes, se logra explicar un total del 64,276% del modelo, lo que demuestra la significativa contribución del conjunto de estas componentes en el análisis global.

Para este caso se muestra que las 3 preguntas que resultaron de la formación de la componente 5 son las mismas que se formularon en la encuesta representando a la variable, Motivación Hedónica (HM). Esto implica que las preguntas de esta variable mantuvieron una fuerte relación y coherencia entre sí en esta nueva fase del análisis. Esta coincidencia se puede interpretar de forma que estas preguntas todavía comparten una característica común, es decir, que están relacionadas intrínsecamente con la motivación hedónica en el contexto de las plataformas de apuestas deportivas en línea. Es posible que no se hayan incluido nuevas preguntas o que estas no hayan demostrado una relación lo suficientemente fuerte con las preguntas existentes para formar una nueva componente separada. Esto sugiere una consistencia en cómo estas preguntas se conectan con la motivación hedónica, lo que podría

tener implicaciones en términos de la influencia que ejercen en el comportamiento de los usuarios en estas plataformas.

Componente 6:

Pasando a la última componente de este análisis, la componente 6, se ha construido con base en únicamente dos preguntas de la encuesta que presentaron un valor significativo para esta nueva variable. A continuación, se muestran las preguntas correspondientes a esta última componente de análisis:

SI2: Las personas importantes para mí tienen influencia en mi decisión de usar ciertas plataformas de apuestas en línea.(0.825)

FC3: Puedo obtener ayuda del personal de la plataforma cuando tengo dificultades para usar las plataformas de apuestas en línea.(0.515)

A continuación, se presenta el análisis del porcentaje de explicación que aporta la Componente 6 al modelo a través de la tabla de varianza total explicada. Esta información contribuirá a comprender mejor la relevancia y contribución específica de esta componente dentro del modelo general:

Componente	Autovalores iniciales		
	Total	% de varianza	% acumulado
6	1,255	4,483	68,759

Tabla 13: Porcentaje de Varianza Explicada por Autovalores Iniciales de la componente 6.

Finalmente, la Componente 6 aporta individualmente un 4,483%, manteniendo la tendencia de decrecer gradualmente. Esta componente, en términos de porcentaje de explicación, se aproxima notablemente a la contribución de la Componente 5. En conjunto con las demás componentes, estas suman un total de 68,759% de explicación del modelo. Se destaca que esta fue la última componente significativa y crucial para el análisis, sumando al modelo un nivel de explicación notablemente alto y significativo.

En este último análisis a pesar de que las preguntas sobre "Influencia Social" y "Condiciones Facilitadoras" parecen abordar aspectos distintos, su relación con el entorno social y las plataformas de apuestas en línea podría sugerir un tipo de asociación por parte de los encuestados a la cual se le puede llamar como “Apoyo Técnico-Social”. La creación de una nueva componente durante este estudio a partir de estas preguntas se puede decir que, aunque abordan diferentes aspectos, ambas comparten una similitud temática en cómo interactúan en el contexto de las plataformas de apuestas deportivas en línea. La inclusión de estas preguntas en una misma componente revela una posible conexión entre la influencia social percibida y la disponibilidad de asistencia técnica, aspectos significativos en la interacción de los encuestados con estas plataformas.

7. Conclusiones

Las variables seleccionadas para el estudio ofrecen una visión significativa de los factores que influyen en la elección de una plataforma de apuestas en línea. Sin embargo, algunas variables relevantes podrían haber sido excluidas de este análisis y podrían ser abordadas en futuras investigaciones. Por ejemplo, la variable "Experiencia previa en el uso de plataformas de apuestas en línea" podría ser crucial para comprender cómo la familiaridad con estas plataformas impacta en la selección. De igual forma, explorar la variable "Ofertas promocionales y bonos" podría ofrecer información valiosa sobre cómo las estrategias de marketing influyen en las decisiones de los usuarios. Otro aspecto interesante por estudiar es la incertidumbre legal en Chile en relación con las casas de apuestas deportivas en línea, existe la posibilidad de que esto impacte de diversas maneras en la industria y en el comportamiento de los usuarios. Las regulaciones y la incertidumbre legal pueden influir en la confianza de los usuarios en estas plataformas, así como en la forma en que las empresas operan y ofrecen sus servicios. Estas variables podrían enriquecer futuros estudios al proporcionar una comprensión más completa de los factores que impulsan la elección de una plataforma de apuestas en línea.

El análisis factorial exploratorio llevado a cabo en este estudio se centró en identificar y comprender la agrupación de factores subyacentes, pero no profundizó en las relaciones entre ellos. Para futuros estudios, se plantean hipótesis respecto a las posibles interacciones entre algunas de las componentes identificadas. Aunque este análisis no permitió establecer vínculos directos entre los factores, se proponen relaciones que podrían ser objeto de análisis más detallados en investigaciones posteriores.

La relación entre la Componente 1 (Razonamiento Justificado) y la Componente 4 (Persistencia de Uso e Influencia Social) podría representar un vínculo significativo en el comportamiento de los usuarios de plataformas de apuestas deportivas en línea. Por ejemplo, aquellos usuarios que racionalizan y justifican su uso de estas plataformas (Componente 1) podrían experimentar una mayor persistencia en su comportamiento de uso, especialmente si esas justificaciones se ven reforzadas por la influencia social percibida (Componente 4). Esta relación sugiere que cuanto más fuertes sean las razones justificadas para el uso de las plataformas, más probable será que los usuarios continúen usándolas, especialmente si sienten que su entorno social apoya o valida sus razones. Sin embargo, si las justificaciones carecen de fundamentos sólidos, podrían surgir dudas y cuestionamientos que podrían llevar a una disminución en la persistencia de uso.

Por otro lado, considerando la relación entre la Componente 2 (Accesibilidad Tecnológica) y la Componente 3 (Confianza Percibida), se sugiere una posible interacción entre la facilidad de uso percibida de las tecnologías (Accesibilidad Tecnológica) y la confianza que los usuarios depositan en las plataformas de apuestas en línea (Confianza Percibida). Cuando los usuarios encuentran que las plataformas son fácilmente accesibles y compatibles con sus tecnologías existentes (Componente 2), es probable que desarrollen una mayor confianza en la integridad y fiabilidad de estas plataformas (Componente 3). Este vínculo indica que una experiencia de usuario positiva en términos de accesibilidad y usabilidad tecnológica podría fortalecer la confianza del usuario en la plataforma. Sin embargo, si la accesibilidad se ve comprometida, generando complicaciones o percepciones de deficiencias tecnológicas, es probable que esto impacte negativamente en la confianza percibida de los usuarios hacia estas plataformas.

Por último, se observa una posible relación entre la Componente 5 (Motivación Hedónica) y la Componente 4 (Persistencia de Uso e Influencia Social). La Motivación Hedónica (relacionada con el placer y la diversión) puede jugar un papel importante en la persistencia del uso de las plataformas de apuestas en línea. Si estas plataformas ofrecen experiencias hedónicas gratificantes, es probable que los usuarios encuentren un atractivo continuo para seguir utilizándolas. Esta relación sugiere que una mayor motivación hedónica (Componente 5) podría estar relacionada con una mayor persistencia en el uso de estas plataformas (Componente 4). Sin embargo, si las plataformas no logran proporcionar la gratificación hedónica esperada o si esta motivación disminuye con el tiempo, podría conducir a una reducción en la persistencia del uso por parte de los usuarios.

Además, en este estudio que estuvo orientado a analizar en profundidad los factores y variables que inciden en la elección de plataformas de apuestas deportivas en línea por parte de los usuarios, ofrece una valiosa comprensión de los elementos clave que impactan en esta elección. La investigación proporciona a las empresas de la industria una visión detallada y perspicaz sobre estos aspectos, permitiendo una mejor definición de su propuesta de valor. El conocimiento adquirido a través de este análisis contribuye significativamente a la formulación de estrategias de marketing más efectivas, alineadas con las necesidades, comportamientos y preferencias de los usuarios en este entorno específico. Así, este estudio no solo ofrece una comprensión profunda de los factores que influyen en la elección de plataformas de apuestas en línea, sino que también sugiere directrices clave para el desarrollo de estrategias de marketing más ajustadas y orientadas hacia los usuarios finales.

8. Recomendaciones y Futuras Investigaciones

Para continuar profundizando en la validación y fortaleza de los componentes identificados en el análisis factorial exploratorio, es esencial implementar métodos estadísticos adicionales, especialmente el análisis confirmatorio de factores, con el propósito de asegurar la consistencia y la fiabilidad de los resultados obtenidos. Una expansión significativa en la investigación podría lograrse mediante la ampliación tanto de la muestra como de la diversidad de usuarios encuestados, lo que ofrecería una panorámica más inclusiva y representativa del mercado en cuestión. La aplicación de técnicas de análisis multivariante, particularmente el empleo de modelos de ecuaciones estructurales (SEM), sería fundamental para explorar a profundidad las relaciones causales entre las variables y los componentes previamente identificados, proporcionando así un entendimiento más completo y detallado de los factores involucrados.

Para capturar de manera más precisa la dinámica cambiante del mercado, sería provechoso llevar a cabo un estudio longitudinal que permita rastrear y analizar las transformaciones en las preferencias y conductas de los usuarios respecto a las plataformas de apuestas en línea a lo largo del tiempo. Complementar el enfoque cuantitativo con investigaciones cualitativas, como entrevistas y grupos focales, sería esencial para obtener una comprensión más profunda de las percepciones y motivaciones de los usuarios, enriqueciendo así la interpretación de los datos cuantitativos.

La utilidad práctica de esta investigación se vería fortalecida al utilizar los hallazgos para desarrollar estrategias de marketing específicas, adaptando las propuestas de valor de las plataformas de apuestas en línea a las necesidades y preferencias identificadas en el estudio.

Además, realizar un análisis comparativo con las ofertas de la competencia sería fundamental para identificar brechas y oportunidades de diferenciación, permitiendo así un posicionamiento más efectivo en el mercado.

Es esencial destacar la importancia de revisar periódicamente el análisis para estar al tanto de las tendencias emergentes y los cambios en las preferencias de los usuarios, lo que aseguraría la actualización continua de las estrategias y la adaptación a un entorno en constante evolución. Estos pasos, en su conjunto, no solo extenderían los conocimientos obtenidos en el estudio inicial, sino que también proporcionarían una base sólida para mejorar la comprensión y el abordaje del dinámico mercado de las plataformas de apuestas en línea, permitiendo una aplicación más efectiva de los hallazgos y estrategias derivadas de esta investigación.

9. Referencias

- Desarrolloweb-Mex. (2023, 21 septiembre). *ACCJ lanza estudio sobre las apuestas en Chile y presenta la primera caracterización del jugador online* - ACCJ. ACCJ. <https://accj.cl/accj-lanza-estudio-sobre-las-apuestas-en-chile-y-presenta-la-primera-caracterizacion-del-jugador-online/>
- Dosdoce (2022, 11 noviembre). *Informe sobre la industria del entretenimiento y medios 2022-26*. Dosdoce.com. <https://www.dosdoce.com/2022/11/15/informe-sobre-la-industria-del-entretenimiento-y-medios-2022-26/#:~:text=El%20sector%20de%20entretenimiento%20y,mucho%20mayor%20que%20en%202020.>
- Exploring Mobile wallet adoption in Indonesia using UTAUT2: An approach from Consumer perspective*. (2016, 1 octubre). IEEE Conference Publication | IEEE Xplore. <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/7877340>
- Gainsbury, S., Russell, A., Hing, N., Wood, R. T., & Blaszczynski, A. (2013). The Impact of internet gambling on gambling problems: A comparison of moderate-risk and problem internet and non-Internet gamblers. *Psychology of Addictive Behaviors*, 27(4), 1092-1101. <https://doi.org/10.1037/a0031475>
- Gharaibeh, M., & Arshad, M. R. M. (2018). Determinants of intention to use mobile banking services in the north of Jordan: Extending UTAUT2 with. . . *ResearchGate*. <https://doi.org/10.3923/jeasci.2018.2023.2033>
- Guajardo, R. (2020, 7 septiembre). La importancia del fútbol en las apuestas deportivas en el mundo | Prensa Fútbol. [Prensafutbol.cl. https://www.prensafutbol.cl/366229-la-importancia-del-futbol-en-las-apuestas-deportivas-en-el-mundo/](https://www.prensafutbol.cl/366229-la-importancia-del-futbol-en-las-apuestas-deportivas-en-el-mundo/)
- IBM documentation. (s. f.). <https://www.ibm.com/docs/es/spss-statistics/29.0.0?topic=detection-kmo-bartletts-test>
- La irregularidad en las apuestas deportivas online*. - *Diario Constitucional*. (2022, 12 noviembre). [Diario Constitucional. https://www.diarioconstitucional.cl/reportajes/la-irregularidad-en-las-apuestas-deportivas-online/](https://www.diarioconstitucional.cl/reportajes/la-irregularidad-en-las-apuestas-deportivas-online/)
- Mavrou, I. (s. f.). *Análisis factorial exploratorio*. Universidad Nebrija. [https://www.nebrija.com/revista-linguistica/analisis-factorial-exploratorio.html#:~:text=El%20An%C3%A1lisis%20Factorial%20Exploratorio%20\(AFE,observa%20y%20mide%20el%20investigador.](https://www.nebrija.com/revista-linguistica/analisis-factorial-exploratorio.html#:~:text=El%20An%C3%A1lisis%20Factorial%20Exploratorio%20(AFE,observa%20y%20mide%20el%20investigador.)
- Meganoticias. (2023, 18 abril). Es importante saber cómo funciona el juego: ¿Cuáles son los deportes más populares para apostar en Chile? *meganoticias.cl*. <https://www.meganoticias.cl/patrocinados/411796-es-importante-saber-como-funciona-el-juego-cuales-son-los-deportes-mas-populares-para-apostar-en-chile.html>
- Miravet, L. M., García-Carpintero, A. A., Vidal, A. D., Bellmunt, T. M. V., Bellmunt, I. V., & Alegre, F. (2017). Diseño, validación y análisis factorial exploratorio y confirmatorio de la escala de Actitud cohesionada para la evaluación de la eficacia de los talleres de habilidades cooperativas. *Estudios pedagógicos*, 43(1), 213-234. <https://doi.org/10.4067/s0718-07052017000100013>

- Mordor Intelligence. (s. f.). Análisis del tamaño y la participación del mercado de juegos de azar en línea tendencias y pronósticos de crecimiento (2023-2028).
<https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/online-gambling-market>
- Muguira, A. (2023, 12 junio). ¿Qué es la escala de Likert y cómo utilizarla? QuestionPro.
<https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-escala-de-likert-y-como-utilizarla/>
- M, E. F. (2023, 4 octubre). *Mejores casas de apuestas → Lista casas en noviembre 2023*.
 apuestas-deportivas.es. <https://www.apuestas-deportivas.es/casas-de-apuestas-deportivas/>
- Niknejad, N., Hussin, A. R. C., Ghani, I., & Ganjouei, F. A. (2019). A confirmatory factor analysis of the behavioral intention to use smart wellness wearables in Malaysia. *Universal Access in the Information Society*, 19(3), 633-653.
<https://doi.org/10.1007/s10209-019-00663-0>
- Online Gambling Market Size, Share & Trends Analysis Report by type (Sports Betting, Casinos, poker, Bingo), by device (Desktop, mobile), by region (North America, Europe, APAC, Latin America, MEA), and segment Forecasts, 2023 - 2030. (s. f.).
<https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/online-gambling-market#:~:text=The%20global%20online%20gambling%20market,11.7%25%20from%202023%20to%202030.>
- Ozan, V. (2023, 20 septiembre). Tipos de apuestas en fútbol: todo lo que debes saber. *Goal.com Argentina*. <https://www.goal.com/es-ar/apuestas/tipos-de-apuestas-en-futbol/blt871df280614a89ba>
- Pavia, L., Cavani, P., Di Blasi, M., & Giordano, C. (2016). Smartphone Addiction Inventory (SPAI): Psychometric properties and confirmatory factor analysis. *Computers in Human Behavior*. <https://www.elsevier.com/locate/comphumbeh>
- Pinto, L. (2023, 10 noviembre). Mejores casas de apuestas de Chile en noviembre 2023. *Goal.com Chile*. <https://www.goal.com/es-cl/apuestas/mejores-casas-de-apuestas/blt3a1182b8049a1942>
- Pursell, S. (2023, 26 octubre). Manual de estrategias de marketing: definición, tipos y ejemplos. *HubSpot*. <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-de-marketing>
- Roa, M. M. (2022, 31 enero). ¿Qué tan común es apostar en los partidos entre los aficionados al fútbol? Statista Daily Data.
<https://es.statista.com/grafico/26732/porcentaje-de-encuestados-que-apuestan-en-partidos-de-futbol-y-la-proporcion-de-los-que%25C2%25A0ganan-dinero-al-hacerlo/>
- Sports, T. (2023, 4 octubre). El importante rol de las plataformas de apuestas en línea en el desarrollo del deporte en Chile. *TNT Sports*. <https://tntsports.cl/cdf/El-importante-rol-de-las-plataformas-de-apuestas-en-linea-en-el-desarrollo-del-deporte-en-Chile-20231003-0021.html>
- Statista. (2023, 22 febrero). *Valor de mercado de los juegos de azar online a nivel mundial 2022-2030*. <https://es.statista.com/estadisticas/600602/valor-de-mercado-de-los-juegos-de-azar-online-a-nivel-mundial-2009-2018/>.
- Superintendencia de Casinos de Juego | SCJ. (s. f.). <https://www.scj.gob.cl/>
- Tapia, M. J. (2022, 6 marzo). El boom de las apuestas online en Chile comenzará a ser regulado. *La Tercera*. <https://www.latercera.com/pulso/noticia/el-boom-de-las-apuestas-online-en-chile-comenzara-a-ser-regulado/EMLT3437KNEKDKHINTZDG2JRBU/>

Value Proposition Design How to create products and services customers want De Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Gregory Bernarda, Alan Smith, Trish Papadakos.(2015, 26 enero). <https://www.perlego.com/es/book/999984/value-proposition-design-how-to-create-products-and-services-customers-want-pdf>

Ventajas y desventajas de la escala Likert | SurveyMonkey. (s. f.). SurveyMonkey. <https://es.surveymonkey.com/mp/escala-likert-pros-contras/>

10. Anexos

Comunalidades		
	Inicial	Extracción
EE1	1,000	,720
EE2	1,000	,719
EE3	1,000	,761
EE4	1,000	,600
SI1	1,000	,479
S2	1,000	,715
S3	1,000	,587
S4	1,000	,579
FC1	1,000	,605
FC2	1,000	,728
FC3	1,000	,410
FC4	1,000	,520
HM1	1,000	,633
HM2	1,000	,671
HM3	1,000	,618
IC1	1,000	,759
IC2	1,000	,748
IC3	1,000	,798
IC4	1,000	,588
A1	1,000	,777
A2	1,000	,858
A3	1,000	,789
A4	1,000	,834
A5	1,000	,845
CP1	1,000	,743
CP2	1,000	,773
CP3	1,000	,570
CP4	1,000	,826
Método de extracción: análisis de componentes principales.		

Tabla 14: Exploración de Variables: Resultados de las Comunalidades

Varianza total explicada									
Componente	Autovalores iniciales			Sumas de cargas al cuadrado de la extracción			Sumas de cargas al cuadrado de la rotación		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	7,238	25,849	25,849	7,238	25,849	25,849	5,065	18,091	18,091
2	5,965	21,303	47,152	5,965	21,303	47,152	4,580	16,356	34,447
3	1,879	6,709	53,861	1,879	6,709	53,861	3,118	11,135	45,581
4	1,579	5,638	59,499	1,579	5,638	59,499	3,002	10,722	56,304
5	1,338	4,777	64,276	1,338	4,777	64,276	1,958	6,993	63,296
6	1,255	4,483	68,759	1,255	4,483	68,759	1,530	5,463	68,759
7	1,000	3,570	72,329						
8	,823	2,939	75,268						
9	,790	2,822	78,090						
10	,704	2,514	80,604						
11	,677	2,419	83,023						
12	,592	2,113	85,136						
13	,554	1,980	87,116						
14	,512	1,829	88,944						
15	,407	1,453	90,397						
16	,374	1,336	91,733						
17	,343	1,226	92,959						
18	,324	1,157	94,116						
19	,265	,948	95,065						
20	,250	,894	95,958						
21	,207	,740	96,698						
22	,190	,678	97,376						
23	,187	,668	98,044						
24	,153	,545	98,589						
25	,129	,461	99,050						
26	,110	,392	99,442						
27	,082	,291	99,733						
28	,075	,267	100,000						

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Tabla 15: Varianza explicada por cada componente

Matriz de componente rotado^a

	Componente					
	1	2	3	4	5	6
A5	,864	-,247	-,007	,118	-,027	,149
A2	,853	-,288	,005	,143	-,060	,155
A4	,848	-,261	,102	,128	-,036	,140
A3	,810	-,204	,019	,289	-,033	,077
A1	,786	-,275	,052	,221	,176	-,034
S4	,677	,241	,021	,018	,022	-,247
S3	,624	-,232	-,007	,156	,174	,298
EE1	-,100	,828	,123	,036	-,015	,089
EE2	-,111	,819	,114	,130	,054	,060
EE3	-,129	,794	,226	-,096	,197	,125
FC1	-,132	,751	,024	,135	-,027	-,066
FC2	-,172	,735	,240	-,269	,166	-,029
EE4	-,275	,660	-,090	,210	,089	,170
FC4	-,241	,609	,125	-,143	,224	-,065
CP4	,030	,151	,885	,131	,052	,009
CP1	,057	,129	,828	,159	,090	,057
CP2	,002	,107	,824	,093	,115	,244
CP3	-,004	,139	,606	,383	,188	-,021
IC2	,281	-,035	,201	,771	,168	,069
IC1	,142	,116	,255	,768	,260	-,059
IC3	,476	-,134	,056	,720	,165	,067
IC4	,327	,125	,389	,554	,069	,047
SI1	,068	,028	,125	,516	-,103	,425
HM2	,047	,129	,144	,007	,785	,124
HM3	-,063	,123	,042	,198	,745	,055
HM1	,222	,152	,250	,311	,619	-,136
S2	,159	,018	,021	,036	,085	,825
FC3	,091	,258	,256	,051	,043	,515

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser.^a

a. La rotación ha convergido en 7 iteraciones.

Tabla 16: Matriz de Componentes Rotados con Nuevas Variables Generadas