

Yohan León (Kensho Media), ilustra el proceso de expansión internacional de la empresa inglesa

En el país ibérico, se ha visto un aumento en el número de licencias otorgadas por DGOJ a los operadores de juegos, empresas que han decidido invertir en el mercado español durante el último año, a pesar de la incertidumbre económica que rodea a la crisis sanitaria

"España y América Latina representan unos de los más interesantes mercados para la difusión los juegos de azar", dijo a los micrófonos Yohan León, CMO de Kensho Media. "En el país ibérico, hemos visto un aumento en el número de licencias otorgadas por DGOJ a los operadores de juegos, empresas que han decidido invertir en el mercado español durante el último año, a pesar de la incertidumbre económica que rodea a la crisis sanitaria".

"América Latina representa, en cambio, una nueva frontera y un mercado por descubrir. Muchos estados están iniciando un proceso de reglamentación de los juegos de azar en línea y pronto los más conocidos operadores de juegos obtendrán licencias para operar en países con una gran base de usuarios, como México, Colombia y la Argentina", continúa León.

Por estas razones, Kensho Media ha decidido intensificar los esfuerzos en el desarrollo técnico y la promoción de los portales Tragaperrasweb.es y, el recién llegado, Slotvegas.es.

El enfoque editorial es similar al que ya se ha adoptado con éxito en dos de los sitios de referencia en Italia para los fans del gambling, Giochidislots.com y Gamingreport.it.

Los puntos fuertes de la compañía inglesa son tres: informar a los lectores de manera imparcial sobre todos los acontecimientos nacionales e internacionales relacionados con el mundo de los juegos de azar. Revisar profesionalmente las máquinas tragaperras online gratuitas producidas por las principales casas de software y, por último, analizar méritos y defectos de los operadores de juegos.

Kensho Media también destaca por promover el juego responsable y publicar estudios exclusivos y investigaciones sobre los mercados internacionales, realizadas por un equipo calificado en el análisis de datos.

"Los excelentes resultados obtenidos en Italia nos han animado a fomentar el proceso de internalización de nuestros productos", explica León. "El informe anual de mercado de juego online estatal, en su edición de 2019, destacó que el ingreso bruto por recaudaciones de juego aumentó un 7% en España. Creemos que este valor está destinado a crecer en los próximos años, por lo que la difusión de nuestros productos en España podría ser una forma de aumentar nuestros ingresos, así como de educar a los jugadores en línea a una forma diferente de enfocar el juego".

El CMO de Kensho Media enfatiza uno de los puntos clave, o sea en el proceso de democratización del juego, un sector a menudo sujeto a interpretaciones ambiguas por parte de la opinión pública. En Italia, sus productos editoriales han contribuido a la mejora global de la calidad de la información relacionada con los casinos en línea, y al mismo tiempo Kensho Media ha sido la fuerza motriz del segmento informativo y un modelo a imitar por sus competidores.

"Nuestro reto - concluye León - es imponer la nuestra filosofía en España y en todos los países de América Latina. Ofrecer una visión real y honesta a los juegos de azar, en países donde la información de la industria está todavía en la fase primordial, es una obligación moral para nuestra empresa. Nuestra industria necesita una comunicación diferente, menos promocional y más educativa para mejorar el acercamiento de los nuevos y viejos jugadores al juego. Sólo así podemos ayudar al público y a los grupos políticos a comprender la verdadera esencia del juego, un juego cada vez más responsable y a la vanguardia en la lucha contra la ludopatía".

Datos de contacto:

Yohan Leon

+4407809670431

Nota de prensa publicada en: [Orpington](#)

Categorías: [Internacional](#) [Entretenimiento](#) [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>