

COMPETICIONES

‘Touchdown’ de las casas de apuestas: los estadounidenses apostaron más de 5.200 millones en la Super Bowl

Casi uno de cada diez ciudadanos del país norteamericano tenía intención de apostar en la previa del partido entre los New England Patriots y Los Ángeles Rams. La legalización de las apuestas deportivas en ciertos estados impulsó al negocio.

Palco23
4 feb 2019 - 16:35

‘Touchdown’ de las casas de apuestas: los estadounidenses apostaron más de 5.200 millones en la Super Bowl

Las casas de apuestas anotan un *touchdown* en la Super Bowl de 2019. Los estadounidenses apostaron una cifra aproximada de 6.000 millones de dólares (5.236 millones de euros) en la previa del partido de fútbol americano entre los New England Patriots y Los Ángeles Rams, según una encuesta realizada por la American Gaming Association (AGA).

Así, casi uno de cada diez ciudadanos del país norteamericano, es decir, 22,7 millones de personas, planeaba apostar en la Super Bowl. De acuerdo con la asociación, lo más probable es que la legalización de las apuestas deportivas en ciertos estados haya impulsado el aumento con respecto al partido del año pasado, cuando se apostó aproximadamente 4.760 millones de dólares (4.154 millones de euros).

Estados como Nueva Jersey, Pennsylvania, Delaware o Nevada ofrecen la posibilidad de apostar en deportes, incluyendo el gran acontecimiento del fútbol americano. Se espera que hasta doce estados más legalicen este tipo de juegos en 2019. Y es que algunos expertos consideran que las apuestas tienen un impacto positivo en las audiencias y que, en última instancia, eleva el valor de las franquicias.

Nueva Jersey, Pennsylvania, Delaware y Nevada han legalizado las apuestas deportivas

Desde 2010, la final de la NFL supera los cien millones de espectadores, lo que supone un escaparate publicitario único por el que muchas compañías están dispuestas a pagar cifras estratosféricas, hasta entre 5,1 millones y 5,3 millones de dólares (entre 4,5 millones y 4,6 millones de euros) por espacios de treinta segundos.

El gran partido del fútbol americano se mantiene en una buena posición en lo que a ingresos publicitarios se refiere frente a campeonatos de otros deportes. Por ejemplo, los cinco encuentros de la World Series aglutinaron una facturación por publicidad de 305 millones de dólares (267 millones de euros) en 2018, mientras que las finales de la NBA contabilizaron 208 millones de dólares (181 millones de euros). El total combinado de los ingresos publicitarios de estos tres eventos superó los mil millones de dólares (871 millones de euros) en 2016 y 2017.