

ENTORNO

Las apuestas deportivas online alcanzan su máximo histórico en 2018 y rozan los 7.000 millones

Las cantidades jugadas han aumentado un 27,77% en el último año gracias al Mundial de fútbol, entre otros eventos deportivos. Desde 2013, la actividad de estos operadores se ha triplicado debido al impulso de las apuestas en directo, que representan el 68% consumo de los usuarios.

Álvaro Carretero
15 abr 2019 - 04:59



Apostar al número de tarjetas amarillas que se sacarán en la primera mitad del Atlético de Madrid contra el Girona, o a los puntos totales que anotarán dos equipos de la Liga Endesa en su encuentro. El debate público suscitado en torno al juego no ha afectado de momento a las apuestas deportivas online, que en 2018 volvieron a romper su techo y facturaron 6.962 millones de euros en España, un 27,7% más que el año anterior. El sector ha evolucionado durante los últimos años hacia las apuestas en directo, que ya representan dos terceras partes del total y explican que este negocio se haya triplicado desde 2013.

Las apuestas online han evolucionado durante los últimos años para amoldar su oferta e incluir una enorme amalgama de combinaciones. La personalización y la posibilidad de modificar las apuestas mientras discurren los partidos han marcado el ritmo de crecimiento de una industria que no sólo crece en la Red, sino que ha apostado por ocupar las calles de las ciudades, donde ya cuentan con más de 3.000 establecimientos por toda España, según datos de la Dirección General de Ordenación del Juego.

Sin embargo, las casas de apuestas no computan en el informe publicado este organismo. En total, el juego online, donde también se incluye póquer, bingo, casinos y concursos, movió en España 17.350 millones de euros, de los cuales las apuestas deportivas representan el 40% del total.

Atendiendo a los últimos seis años, las cantidades jugadas en apuestas deportivas online se han triplicado desde 2013 y han alcanzado cifras récord año tras año. Sin embargo, pese a que en 2017 este sector dio sus primeros síntomas de agotamiento y dejó de crecer a ritmo de doble dígito, en 2018 ha habido un repunte debido al efecto tractor que han ejercido eventos como el Mundial de fútbol, que sostuvo el ritmo de crecimiento durante el trimestre estival, un período en el que no se disputa ninguna competición deportiva.

Otro de los aspectos que ayuda a entender la evolución de esta industria es la tendencia a realizar apuestas en directo, que son aquellas que se realizan durante en transcurso de los encuentros. Este tipo de envites incluye un enorme abanico de posibilidades para cualquier disciplina deportiva, que van desde los pases de un equipo o jugador de fútbol hasta el número de triples consecutivos que anote un jugador que está en racha en ese momento.

Las apuestas en directo movieron 4.753 millones de euros en 2018, un 30% más que el año anterior y representan el 68% del total de las apuestas deportivas. Precisamente, la eclosión de este tipo de juego ha dificultado la detección de amaños, ya que no hay un registro previo a los partidos que haga saltar los protocolos de las distintas competiciones. LaLiga, la Real Federación Española de Tenis (Rfet) y otros organismos ya han puesto en marcha nuevas iniciativas para combatir este tipo de fraude.

Por otro lado, el juego convencional online, es decir, aquellas apuestas que se realizan antes de comenzar los partidos, movieron 2.014 millones de euros en España el año pasado, un 27,5% más que en 2017. Si bien en 2014 representaba casi la totalidad del dinero apostado en las plataformas digitales, en 2018 apenas aportó el 29% de la facturación, un porcentaje que continuará reduciéndose de mantenerse la actual tendencia.

En cuanto a las apuestas hípcas, se jugaron 96,5 millones de euros, un aumento del 7,3%, mientras que las apuestas cruzadas, que son las que se juegan contra otro usuario, cayeron un 41% en 2018, hasta 46,5 millones de euros.

Aparte de las cantidades jugadas, que son el principal indicador para medir el crecimiento de esta industria, hay otro factor que mide el beneficio neto que obtienen los operadores después de repartir los premios. El **gross gaming revenue** se situó en 365 millones de euros en 2018, un aumento del 52,2% respecto al año anterior.

Todos estos factores han afectado a la inversión publicitaria del juego online. Las compañías invirtieron 328 millones de euros en campañas de márketing y patrocinio, un 48% más que el año anterior, aunque durante los últimos doce meses también se han encontrado la oposición de Administraciones públicas que han regulado su presencia en las camisetas y los estadios, como ha sucedido en Aragón, con el objetivo de minimizar su visibilidad e impacto en la sociedad.