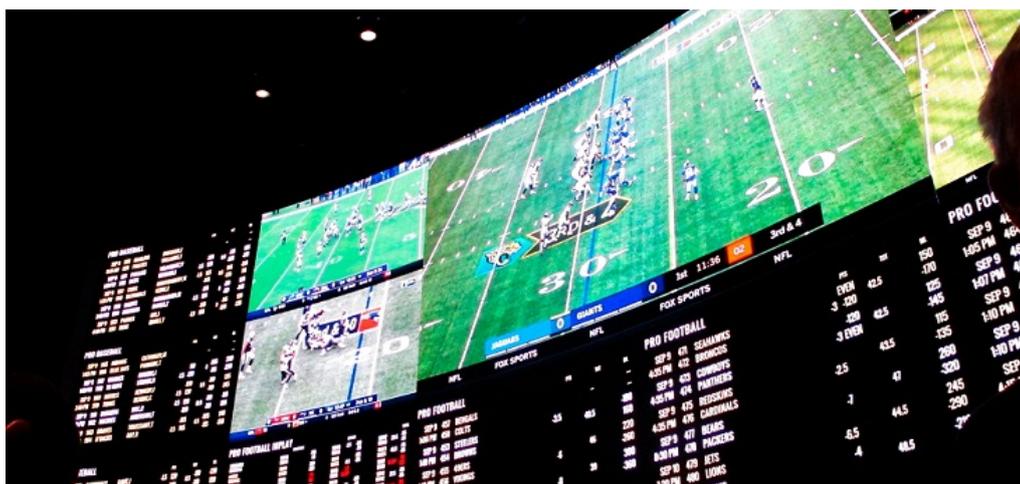


ENTORNO

Las apuestas deportivas siguen sin techo y facturan 3.584 millones en el primer semestre de 2019

Las cantidades jugadas en el sector del juego online del deporte aumentaron un 7,8% interanual entre enero y junio. Sin embargo, en términos intertrimestrales, han retrocedido un 2,75%, debido al parón de las principales competiciones entre mayo y junio.

Álvaro Carretero
17 sep 2019 - 04:57



El sector de las apuestas deportivas online mantiene su curva de crecimiento, aunque a menor ritmo. Ni los escándalos relacionados con los amaños de partidos en LaLiga, ni la mayor intensidad que ha cobrado el debate sobre limitar su exposición en el deporte profesional han contenido el crecimiento de este negocio. En el primer semestre de 2019 esta actividad alcanzó 3.584 millones de euros, un 7,8% más que el año anterior y que aspira a rebasar por primera vez la barrera de los 7.000 millones de euros en todo 2019.

Sin embargo, en estos seis meses el negocio del juego deportivo online ha dado los primeros síntomas de ralentización, ya que por primera vez en los últimos cinco años,

no ha crecido a ritmo de doble dígito. La razón: las cantidades jugadas han caído en términos intertrimestrales un 2,75%, debido principalmente al parón estival de las principales competiciones de fútbol y baloncesto. Aun así, durante estos meses se realizaron más transacciones que en los de 2018, cuando se disputó el Mundial de fútbol.

Las apuestas en directo, que representan dos tercios del total de las cantidades jugadas, lideran un sector que evoluciona al ritmo que marcan este tipo de envites. El juego en directo movió 2.343,5 millones de euros en el primer semestre, según datos de la Dirección General de la Ordenación del Juego (Dgoj) y han convertido a las apuestas deportivas en una parte más dentro de la experiencia del usuario a la hora de ver cualquier deporte.

Esta tendencia ha desplazado el peso que tenían las apuestas convencionales, es decir, las que se realizan antes de los partidos y mantienen una cuota invariable hasta el término del mismo, aunque en los primeros seis meses de 2019 movieron 1.150,2 millones de euros, una mejoría del 10,6% respecto al año anterior.

Las apuestas en directo equivalen a dos tercios del total de cantidades jugadas, hasta 2.343,5 millones de euros

Igualmente significativa es la proliferación de 235.920 cuentas nuevas entre abril y junio. Sin embargo, hay casi 40.000 cuentas activas menos que en el trimestre anterior, clara muestra de cómo afecta el verano y la ausencia de grandes ligas y torneos que atraigan a nuevos jugadores.

Esta circunstancia ha provocado que los principales operadores refuercen su presencia a través de los patrocinios y el marketing para seguir teniendo presencia en la “temporada baja” del deporte. Compañías como William Hill firmaron hasta siete acuerdos con equipos de la renombrada LaLiga SmartBank, mientras que otras como Marathonbet y Bwin, han recuperado terreno en el fútbol español en las camisetas del Sevilla FC y del Valencia CF, respectivamente.

La inversión en patrocinio ha aumentado un 35% interanual en los primeros seis meses de 2019, hasta 8,7 millones de euros. Sin embargo, las campañas publicitarias aún copan la mayor parte de la estrategia de visibilización de las casas de apuestas, y en este período de tiempo se situó en 88,6 millones de euros, un 8% más que en el primer

semestre de 2018.

Aparte de las cantidades jugadas y el número de cuentas activas, que son los principales indicadores para medir el crecimiento de esta industria, hay otro factor que mide beneficio bruto que obtienen los operadores después de repartir los premios. Se trata del **gross gaming revenue**, que en el primer semestre se situó en 382,69 millones de euros, un 38% más, de los que las apuestas deportivas aportan más de la mitad. Así que pese a que en términos intermensuales el sector haya acusado la falta de goles, el negocio continúa nutriéndose del deporte para batir todos sus registros.