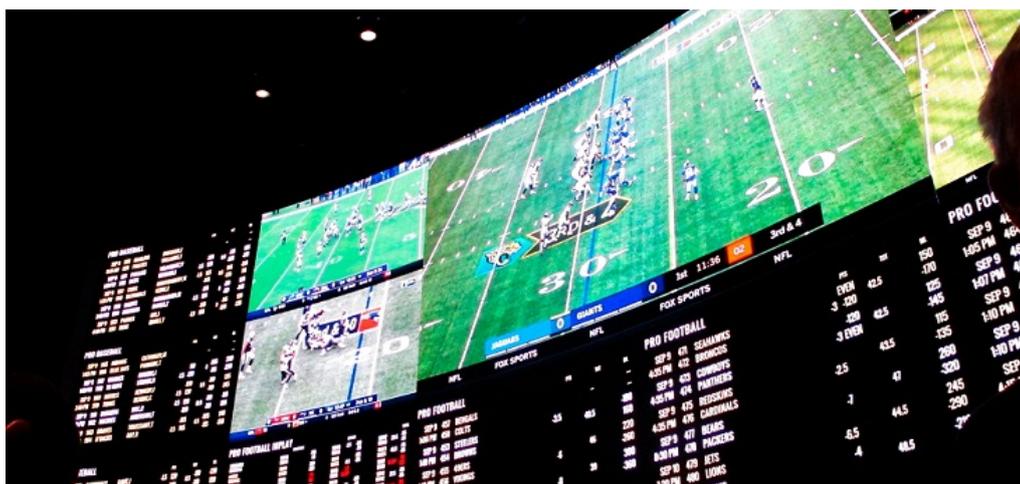


## ENTORNO

# Las apuestas online no frenan en 2019: crecen un 12,6% antes de los nuevos casos de amañeos en el fútbol

Las cantidades jugadas en los tres primeros meses de 2019 no detuvieron su avance y alcanzaron 1.817 millones de euros en España, con las apuestas en directo elevando su peso sobre el total y con casi un millón de usuarios activos.

Álvaro Carretero  
12 jun 2019 - 04:58



Las apuestas deportivas online continúan batiendo marcas en 2019, ajenas, de momento, a los recientes escándalos por amañeos en el fútbol español. Aunque el debate sobre el papel que deben tener los operadores de juego en la sociedad y en la industria del deporte sigue abierto, este no ha pasado factura al ritmo de crecimiento del sector. Entre enero y marzo de este año, las cantidades jugadas ascendieron a 1.817 millones de euros, un 12,6% más que en el mismo período de 2018.

El crecimiento del juego sigue marcado por las cantidades jugadas en directo, que volvieron a alcanzar un máximo histórico y se situaron en 1.186 millones de euros, un 9,7% más. Este tipo de juego representa el 65,2% del total de apuestas deportivas y

es el que ha cambiado la forma en la que se rige el sector, tal y como recoge la Dirección General de Ordenación del Juego en el primer informe trimestral de 2019.

Este tipo de envites incluye un enorme abanico de posibilidades, que van desde los pases que de un equipo de fútbol antes del minuto sesenta, hasta el número de triples consecutivos que anote un jugador que está en racha en ese momento. De hecho, apostar se ha convertido en una parte más dentro de la oferta lúdica del deporte profesional y es precisamente la instantaneidad que implica este tipo de apuestas en directo la que ha dificultado la detección de amaños.

Organismos como LaLiga, en colaboración con los principales operadores del sector, han diseñado su propio *software* para adaptarse a las nuevas dinámicas del mercado. Fueron precisamente estos mecanismos los que hicieron saltar las primeras alarmas de amaños y dieron pie a la posterior investigación de la Policía Nacional, saldada con la detención de varios exfutbolistas españoles profesionales.

Esta tendencia ha desplazado el peso que tenían las apuestas convencionales, es decir, las que se realizan antes de los partidos y se mantienen fijas durante todo el encuentro. Este tipo de juego online experimentó un crecimiento del 19,8% entre enero y marzo de 2019, hasta 583 millones de euros. Lejos se sitúan las apuestas hípcas, que movieron 25 millones de euros, un alza del 32,6% respecto a 2018, y las apuestas de contrapartida, que también aumentaron un 28% hasta 15 millones de euros.

Igualmente significativo es la proliferación de 273.924 nuevas cuentas en el arranque de 2019, un 2,2% más en comparación a los tres primeros meses de 2018. En total, al cierre de marzo había cerca de un millón de cuentas activas en España, concretamente 909.513, un 13% más que el mismo período del año anterior. Sólo en estos tres primeros meses ya hay 51.228 cuentas activas más que al acabar 2018.

## En apenas tres meses hay 50.000 usuarios activos más que a cierre de 2018

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. Se trata del *gross gaming revenue*, que se situó en 100,8 millones de euros, un 26,3% más que el año anterior

Esta cantidad es equivalente a más de la mitad de las ganancias obtenidas por el juego online español (193,2 millones de euros), que también incluye el póquer, el bingo, los casinos y los concursos. En total, el juego online movió en España 4.633 millones de euros durante los tres primeros meses del año, un 3,6% más.

Por otro lado, durante las últimas semanas el negocio del juego online se ha situado en el epicentro del debate público. Esta industria se ha convertido en una de las que más dinero aporta a los clubes y las competiciones deportivas. Según el citado informe, en el que no computan los locales físicos, los operadores online han disparado un 62,5% su inversión en patrocinio, hasta 4,8 millones de euros.

## **LaLiga ha desarrollado un software propio para detectar amaños de partido en directo, que originó la investigación Oykos**

A dicha cantidad hay que añadir el desembolso que se realiza en marketing, con campañas en las televisiones, los portales digitales y otros canales de comunicación. En los tres primeros meses de 2019 los operadores destinaron 47,8 millones de euros en publicidad, un 16% más. El objetivo es abordar el mercado español no sólo a través del deporte, sino con una mayor presencia en los medios de gran consumo.

No obstante, para evaluar las posibles consecuencias que la trama de amaños en el fútbol español ha podido tener para los principales operadores de juego online habrá que esperar a los resultados del segundo trimestre. Aun así, los máximos responsables de estas compañías se han desmarcado asegurando que este tipo de prácticas se realizan a través de casas de apuestas asiáticas, donde el mercado no está regulado.

En LaLiga 19 de los 20 clubes han suscrito acuerdos con diversas casas de apuestas, mientras que en la Liga Endesa la proporción es de dos de cada tres equipos. El deporte femenino, en plena ola de patrocinios, aún no se aproximado a este tipo de ingresos procedentes de compañías dedicadas al juego, aunque podría ser un nuevo campo de juego a explotar. Lo que sí que parece claro es que cuanto más se acentúa el debate acerca de regular la exposición pública de los operadores de juego, mayor es la inversión en publicidad y patrocinios, con el objetivo de ser uno de los motores económicos de la industria deportiva.