

ENTORNO

López de Torre (Jdigital): “Hay un porcentaje muy importante del juego online que es deficitario”

El presidente de la Asociación Española del Juego Digital, Mikel López de Torre, explica que el sector de las apuestas deportivas “está en periodo de crecimiento y llegará un periodo de maduración”.



Guillermo G. Recio
21 jun 2018 - 04:56

El juego online cuesta dinero pero es divertido, no se puede acercar uno al juego online c

Mikel López de Torre cuenta con prácticamente la misma experiencia en el sector de las apuestas deportivas que la legislación de este campo en España. Inmerso en el sector desde 2005, cuando aterrizó en las oficinas londinenses de Betfair, trabajó en esta compañía durante diez años, siendo responsable de varias áreas de marketing y dirección de su estrategia en España, Latinoamérica y la propia matriz. Desde hace tres años es el director digital de Sportium y hace unos meses fue nombrado presidente de la Asociación Española del Juego Digital (Jdigital).

Gracias a su paso por diferentes mercados y con la vista puesta en el futuro, el vitoriano analiza cuáles son los principales retos del sector, desde la integridad hasta la fiscalidad, pasando por la comunicación. En su opinión, en cinco años habrá empezado a consolidarse la industria del juego online.

Las apuestas deportivas online crecieron en 2017 casi un 7%, hasta 5.400 millones de euros, mientras que antes lo hacía a doble dígito. ¿Están tocando techo?

Sí, pero es que sólo llevamos unos años de mercado regulado. Estamos todavía en periodo de crecimiento y llegará un periodo de maduración y consolidación igual que ha llegado en Reino Unido. Allí estamos viendo fusiones de distintas empresas, precisamente porque ya llevan una trayectoria de muchísimos años. Todavía nos faltan varios años de crecimiento importante, simplemente porque somos la mitad del mercado que lo son países vecinos de España, como Francia.

¿Cuáles son las palancas de crecimiento?

Los usuarios, las incorporaciones nuevas al juego. Tenemos ahora mismo alrededor de 70.000 jugadores activos mensuales en todo el juego online, que no se puede detallar sólo en apuestas por ser un usuario que puede jugar al póker y también apostar. Representa un porcentaje muy pequeño de la población. Y también si lo comparamos con la cantidad de gente que se va a ver un partido de fútbol a un bar con los amigos. Esto es lo que va a determinar si seguimos creciendo a doble dígito muchos más años.

¿Es rentable el juego online?

Se suele hablar mucho de datos de facturación del sector del juego total, como los 13.000 millones de cantidades jugadas el año pasado. Pero de este importe, el 95% es repartido en premios. Sólo 500 millones en ingresos brutos, y hay que descontar el 27% del impuesto especial al juego, más gastos operativos, de publicidad, y entonces quedan 70 millones a repartir entre los operadores a los que hay que quitar el Impuesto de Sociedades. Por eso hay un gran debate sobre la fiscalidad.

¿Entonces?

Sólo algunos operadores consiguen ser rentables ahora mismo, pero hay un porcentaje muy importante que es deficitario. Hoy en día hay casi 60 empresas operando en todo el juego, y hay interés de entrada en España por parte de los grandes grupos. Estos tienen una estrategia a largo plazo y quieren posicionarse antes de que llegue una consolidación del mercado, cuando se racionalice y haya fusiones y adquisiciones. No dejamos de ser uno de los principales países de Europa. Creo que el punto de inflexión empezará en tres o cinco años, cuando se inicie el proceso de consolidación de las empresas.

El juego online cuesta dinero pero es divertido, no se puede acercar uno al juego online con la intención de hacerse millonario

Pese a ello, los ingresos brutos después de repartir premios sí que crecieron por encima del 30% en el caso de las apuestas deportivas. ¿Por qué?

El margen esperado en las apuestas antes del partido y las apuestas en móvil durante el partido son diferentes. Depende de las cuotas, y que el *over round* varía según el momento de la apuesta. Estimamos que en torno al 65%-70% de los usuarios están apostando a través de los móviles. Es una evolución que crece desde el 2012. Este porcentaje es del total del juego, pero las apuestas deportivas es una de las disciplinas con más importancia en los móviles, ya que jugar al póker es más cómodo en el ordenador y hay menos gente que lo hace con *smartphones*.

¿La experiencia del usuario como doble pantalla al ver el partido tiene algo que ver?

Hace ya años que se está aumentando la experiencia de los usuarios en las apuestas en directo. Hay muchos proveedores especializados en estadísticas, emisión en directo de muchos eventos deportivos, se está tendiendo a dar más opciones de juego dentro de los propios eventos para hacerlo más entretenido y también para aumentar la cantidad de contenidos como las estadísticas.

¿Qué opinión tiene de los *fantasy*?

La asociación siempre está a favor de que se regulen todas las opciones de juego disponibles en el mundo, por el simple motivo de que si hay demanda de un producto

y no lo ofrecen regulado entonces se canaliza hacia un mercado negro. Cuanta mayor flexibilidad haya a la hora de innovar un producto mejor, tanto para replicar productos exitosos en el extranjero como para desarrollar productos propios. Toda regulación que defina en exceso cómo debe ser un producto está limitando la capacidad de innovación y de internacionalización.

En relación a las prácticas ilegales. ¿Cómo se combate el fraude?

Las casas de apuestas somos un sujeto pasivo en este sentido, ya que podemos reportar el problema o el movimiento anómalo a la Dirección General Ordenación del Juego y compartimos alertas con diversas agencias, pero no hacemos la investigación. Sólo podemos aportar pruebas y, de hecho, uno de los problemas que tenemos es que aun cuando hay una investigación en curso no podemos tomar medidas contra los usuarios que están involucrados hasta que la Policía dictamine si ha habido amaño o no. Hasta entonces no dejamos de ser sujetos pasivos y víctimas de ello. Precisamente, por eso somos proactivos para buscar colaboraciones.

Como hacen con LaLiga.

Exacto. La asociación tiene un acuerdo por la integridad con LaLiga, y hay que decir que para el fútbol español, su involucración ha representado un antes y un después. Llegan a donde no llega la Policía o las casas de apuestas, con sus propios sistemas de alertas. Nosotros también estamos muy encima de categorías inferiores, mirando por zonas geográficas cuáles son los partidos con cantidades anómalas. Necesitamos juego limpio para que los usuarios sigan consumiendo nuestros productos. A nivel de integridad sí que ha cambiado la percepción del público, ya que antes se pensaba que las casas de apuestas eran un problema y ahora se ven como parte de la solución; son las primeras interesadas y es que son quienes pagan el coste económico de las medidas para luchar contra el fraude.

El fútbol mueve el 50% de las apuestas deportivas, mientras que el baloncesto y tenis son un 20% cada uno, más el 10% del resto

Precisamente, en LaLiga se han dado casos en los últimos años en los que se han revocado patrocinios principales de casas de apuestas por no tener licencia en España. ¿Qué le parece?

Donde esto ha generado problemas es principalmente con empresas de juego que no sólo no tienen licencia en España, sino que no tienen licencia ni en Europa ni en sus países de origen. Normalmente son casas de apuestas asiáticas que están en paraísos fiscales. Realmente, las empresas que suelen buscar estos vehículos para su marca no son empresas reguladas. Pero en los casos en los que una empresa tenga licencia en su país hay espacio de sobra para poder entrar con las retransmisiones de LaLiga en su país, la U televisiva geolocalizada u otras vías de acceso como los patrocinios regionales.

¿Qué diferencias hay con Reino Unido respecto al patrocinio de las casas de apuestas?

Son mercados muy diferentes. Reino Unido tiene una trayectoria que no es de años o de décadas, sino de siglos. La evolución ha sido muy diferente, en España había un mercado ilegal de casas de apuestas por Internet y no se empiezan a regular las presenciales hasta 2007. Allí, hace veinte años el patrocinio de las casas de apuestas ya era una realidad, mientras que aquí, exceptuando el Real Madrid con Bwin hace diez años, realmente no se ha entrado en patrocinios de forma generalizada hasta ahora.

También ponéis el acento en campañas de marketing sobre el juego responsable. ¿Por qué?

Hemos visto que hay un enorme desconocimiento de la propia Ley del Juego. Por ejemplo, tenemos un servicio pionero, que es el registro de intervención del juego. Todas ellas se desconocen completamente, por eso hacemos esfuerzos para divulgarlo y para demostrar que somos uno de los sectores con mayor transparencia de todas las ramas de *e-commerce* de España. Explicar las diferencias entre juego regulado y otro tipo de juegos y comunicar a los usuarios que somos un sector de ocio. Cuestan dinero pero son divertidos, no se puede acercar uno al juego online con la intención de hacerse millonario.

¿Cuáles son esas principales medidas?

Cuando un usuario se da de alta se comprueba inmediatamente la identidad de esa persona con el registro de la Policía para verificar que los datos son correctos, que es mayor de edad y que no está inscrito en el propio registro de intervención de juego, que son las personas que han dicho que tienen un problema. Al mismo tiempo, tenemos un control donde cada hora se hace una comprobación de los datos de la misma forma por si ha cambiado algo. Adicionalmente tenemos varias medidas por saber si un usuario ha aumentado mucho su tiempo dedicado al juego, de manera que podemos lanzar alertas, entre otras.

Por último, ¿hay vida más allá del fútbol en el negocio de las apuestas?

En España tenemos tres deportes principales que mueven el negocio: fútbol, tenis y baloncesto. No es un dato exacto, pero el fútbol viene a ser un 50% y el baloncesto y tenis son un 20% cada uno, más el 10% para el resto de disciplinas.