

Internet salva el mercado de juego, un sector que ya mueve más dinero que la agricultura



## Internet salva el mercado de juego, un sector que ya mueve más dinero que la agricultura

**Teknautas.** - Nuevo competidor y a la vez tabla de salvación. Este es el paradójico rol que internet está desempeñando en el mercado de juego nacional, un sector que el año pasado movió 28.000 millones de euros, una cantidad superior a la facturada por la agricultura. El incremento del 6% del dinero jugado por los españoles respecto a 2012 se explica por la duplicación de las apuestas online.

La propia [Memoria Anual 2013](#) de la Dirección General de Ordenación del Juego pone de manifiesto la importancia de internet al afirmar que **¿sin el juego online los resultados mostrarían descensos** en las cantidades jugadas totales estimadas durante los dos últimos ejercicios?. El informe del sector, que representa un 2,75% del Producto Interior Bruto (PIB), también habla de una **¿etapa de reestructuración influida por la regulación del mercado online sin reserva de actividad?**.

Al dividir la cantidad total jugada entre los 38,2 millones de españoles que en julio de 2013 tenían 18 años o más, cada adulto **desembolsó de media 735 euros** en apuestas a lo largo del pasado año. La mayor parte de este dinero se va en máquinas tragaperras y sorteos organizados por Loterías y Apuestas del Estado [[descargue aquí](#) los datos].

De este dinero habría que descontar los 20.400 millones que los diferentes subsectores han repartido en premios a lo largo del pasado año. La diferencia, 7.700 millones, son los beneficios de los operadores de juego. Si cada adulto gasta 735 euros, **por premios ingresa 533**. En este aspecto internet supera a Loterías y Apuestas del Estado como segunda modalidad que más dinero otorga a sus usuarios.

Al repartir 96 de cada 100 euros en premios, **internet es el operador que más dinero distribuye** en términos relativos entre sus usuarios. **Miguel Ferrer**, portavoz de la Asociación Española de Juego Digital, explica que esta estrategia tiene por objetivo hacer atractivo el sector online. **¿La mayor parte de las empresas del mercado en internet se encuentra en pérdidas y en más de una ocasión han planteado reducir los premios. Pero si haces esto, las empresas dejan de ser atractivas y habría un trasvase de usuarios a portales con mejores premios e incluso ilegales?**, sostiene.

Ferrer recuerda que de este 4% de beneficios aún hay que descontarle los impuestos y la inversión publicitaria. **¿Tenemos unos márgenes muy bajos. Por eso queremos que se mejore la fiscalidad del juego online para que sea más competitivo?**, señala. Al tiempo, también propone la **liquidez internacional**, esto es, la posibilidad de que a un portal de juego con un dominio .es puedan acceder usuarios de otros países.

**¿Internet es una oportunidad para el sector de cara a diversificar negocio** y encontrar otros canales de venta?, asegura el portavoz de la Asociación Española de Juego Digital. Sin embargo, [algunas empresas](#) han visto las apuestas online como un elemento de competencia desleal. **¿La llegada de nuevos actores que operan en entornos digitales supone una cierta revolución en la industria. No obstante, la mayor parte de empresas de juego presencial están desarrollando productos y servicios en el entorno digital?**, apunta Miguel Ferrer.

Así lo están haciendo algunos casinos, que han visto en internet una forma de ganar visibilidad. **¿El juego online representa una competencia en algunas áreas pero también permite la entrada de nuevos jugadores?**, afirma **Heliodoro Giner**, secretario general de la Asociación Española de Casinos de Juego. Y añade: **¿Internet ha dado mucha visibilidad al juego?**.

Respecto al subsector que representa, Giner lamenta la estricta normativa que sufren los casinos. **¿Los casinos están en la punta de la pirámide de la regulación.** Por ejemplo, España, Reino Unido y Chipre son los únicos países europeos

Internet salva el mercado de juego, un sector que ya mueve más dinero que la agricultura

en los que no se puede fumar en los casinos. Esta prohibición tuvo unos efectos dramáticos para nosotros?, asevera. Y al igual que Miguel Ferrer, critica la excesiva fiscalidad a la que están sometidos: ?La regulación no atiende a la capacidad contributiva. Un casino puede estar perdiendo dinero pero pagar muchos impuestos?.

Una de las peculiaridades que se observa en los datos de la memoria anual del sector es que el juego en las mesas de los casinos se ha reducido más que en las máquinas. ?Cada vez la gente está más acostumbrada a lo electrónico. Asimismo, las máquinas son más atractivas para el jugador tímido y permiten apuestas más pequeñas, mientras que **en las mesas son más altas para pagar el sueldo** de los crupieres?, enumera Heliodoro Giner.

### **Las apuestas deportivas se trasladan a internet**

Los sorteos tradicionales también han sufrido la irrupción de internet en el mercado de juego. Mientras la quiniela, el quinigol, la lototurf y el quíntuple plus han perdido en torno al 20% del dinero jugado respecto a 2012, **las apuestas deportivas e hípcas online se han duplicado** en el mismo periodo. Loterías y Apuestas del Estado rechazó hacer valoraciones sobre la memoria anual del juego.

Quien sí las hizo, vía correo electrónico, es la ONCE. La organización admite el fuerte impacto que internet está causando en el mercado de juego español. ?En una situación de depresión económica como la que llevamos viviendo los últimos años, se ha producido claramente un **efecto sustitución, de los formatos y juegos tradicionales hacia esta nueva opción** [el juego online]?, afirma **Luis Natalio Royo**, director general adjunto de juego de la ONCE. Y continúa: ?Observamos de forma muy evidente un cambio de hábitos en el comportamiento de compra de una parte muy importante de los jugadores?.

En los últimos años la entidad ha incorporado nuevos juegos a su oferta, destacando el producto multiestatal Eurojackpot, que ha tenido una buena acogida entre los usuarios. ?La ONCE ha apostado por una **estrategia de diversificación** de su cartera de productos y ya cuenta con una selección de juegos activos e instantáneos con los que competir en el mercado y hacerlos crecer a lo largo de los próximos años?, subraya Royo.

Pese a haber manejado un 4% menos de dinero, la ONCE ha sido el **único operador que el año pasado ha aumentado las cantidades repartidas en premios**. ?La recaudación y el porcentaje medio de premios de la cartera son los dos factores que influyen directamente en los premios que finalmente se reparten?, explica Luis Natalio Royo. Y concluye: ?Pero además hay que tener en cuenta la influencia del azar y la estadística en los productos de juego?.



© CCOO SERVICIOS 2017

Logos y marcas propiedad de sus respectivos autores

Se permite la reproducción total o parcial de todos los contenidos siempre que se cite la fuente y se enlace con el original