

REVISTA **Casino** TURISMO

Abril 2024 / N° 221



**Marzia Turrini,
presidenta de
Juego Digital,
Seguridad e
Inspecciones
de BMM Testlabs**

**“PRESTAMOS UN SERVICIO
CONSISTENTE EN TODOS
LOS MERCADOS”**

Black Pearl

Roulette

Roulette



GAT
GAMING & TECHNOLOGY
EXPO
CARTAGENA DE INDIAS
COLOMBIA
APRIL 9, 10 & 11 / 2024

Nuestra portada
MARZIA TURRINI,
PRESIDENTA DE JUEGO DIGITAL,
SEGURIDAD E INSPECCIONES DE BMM TESTLABS
"PRESTAMOS UN SERVICIO CONSISTENTE EN
TODOS LOS MERCADOS"



Editado:
MCA Publicaciones S.A.C.
Calle Porta 170, Oficina 602,
Miraflores, Lima 15074
Teléf. +51 999 895 933

Director Gerente
María Victoria Cabrera I.
maria victoria@revistacasinoperu.com
maria victoria@mcapublicaciones.com.pe

Asesora de Marketing
Cristina Arévalo
cristina@revistacasinoperu.com

Administración
vmonteverde@mcapublicaciones.com.pe

Edición, Redacción y Diseño:
MCA PUBLICACIONES S.A.C.

Impresión
Corporación Gráfica JMD S.A.C.
Av. Francisco Lazo 1537, Lince
T: 511 633 2669 / 999 756 161
ventas@graficajmd.com.pe

© Prohibida la reproducción total o parcial
sin la autorización de la empresa editora.
Los artículos firmados son de
responsabilidad de sus autores, así como
los diseños publicitarios de las empresas
contratantes.
Hecho el depósito legal en la Biblioteca
Nacional del Perú 2006 - 5723

UNA INDUSTRIA QUE SE RETA A SÍ MISMA

Hablar del sector del juego en Colombia es hacer referencia a una industria sólida, transparente y regida por normativas claras. Esa ha sido la constante en todos estos años, la cual ha permitido recibir importantes inversiones y consolidarse como uno de los mercados más importantes de la región.

Este crecimiento ha contribuido también al incremento en el recaudo del Estado, destinado a fortalecer el sistema de salud pública del país. Desde la apertura de la oferta de juegos al sector *online*, en el 2017, se ha propiciado que nuevas empresas arriben al país y se generen ingresos que, según se estima, superarían los 1,200 millones de pesos este año.

Detrás de este desarrollo se encuentra también una fuerza empresarial colombiana organizada que apuesta por el juego legal y responsable, y continúa encaminando esfuerzos para garantizar la sostenibilidad de la industria.

En la actualidad, este optimismo se refleja en las expectativas para el GAT Expo Cartagena, los días 9, 10 y 11 de abril en Cartagena de Indias. En su edición número 25, el evento presentará las últimas innovaciones en equipos y máquinas para casinos físicos, plataformas de juego en línea, casino en vivo, apuestas deportivas, juegos virtuales, *eSports*, entre otros. Todo esto acompañado de una jornada académica de primer nivel que promete superar a su anterior edición.

Flabornabuffantel.

sumario

06

Nuevo comienzo
Economía colombiana

Abril

16

Crecimiento *online*
Juego en Colombia

10 Sector sólido
Juegos localizados

20 Apuesta por
la legalidad
Empresarios de Cornazar

30

Servicio de calidad
Entrevista a Marzia Turrini de BMM

38 Vida dedicada
al servicio
Don Manuel San Román

34

De interés mundial
Mercado brasileño

58 Sinergia en el streaming
Nuevas inversiones



CASH CONNECTION™

9, 10 y 11 de Abril

¡Te esperamos!

Stand #A25

GAT

GAMING & TECHNOLOGY

EXPO

CARTAGENA DE INDIAS

COLOMBIA

APRIL 9, 10 & 11 / 2024

CROWN
GAMING S.A.C. - PERÚ
NOVOMATIC GROUP

CROWN GAMING S.A.C.
Sales: Katty Lopez
+51 1 710 7800 - katty_lopez@novomatic.com.pe
www.novomatic.com



Economía colombiana UN NUEVO COMIENZO

Luego de un modesto crecimiento, Colombia se ha trazado un plan para acelerar el desarrollo nacional. ¿Cuál es la expectativa para este 2024?

Para Colombia, el 2023 no fue el mejor en materia económica, si se tiene como referencia al crecimiento mostrado un año anterior (7.6%). El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane) informó que el país cerró el año con un 0.6%, una cifra que confirma que el país evitó caer en una recesión técnica. La historia hubiera sido distinta si nuevamente mostraba una cifra negativa como la registrada en el tercer trimestre del 2023 (-0.6%).

Entre los sectores que presentaron un mayor crecimiento en el último trimestre del año anterior figuran la agricultura, ganade-

ría, caza, silvicultura y pesca. Estos segmentos registraron valores de 6%. A este grupo le siguen las actividades financieras y seguros (5.5%) y la administración pública, defensa, educación y salud (3.8%).

UN PLAN PARA CRECER

Apenas 24 horas después de su nombramiento, el director del Departamento Nacional de Planeación (DNP), Alexander López Maya, trazó una estrategia clara para identificar y superar los obstáculos que podrían frenar la implementación del Plan Nacional de Desarrollo.

En una reunión con miembros del gabinete, asesores y líderes de las oficinas de planeación del Gobierno del Cambio, convocó a todas las entidades nacionales para aprovechar el año 2024 como un período crucial en la ejecución del plan. Con un enfoque especial en los indicadores étnicos, destacó la importan-

cia de cumplir con los plazos establecidos, como la entrega del balance de resultados al CONPES en abril y el informe de avance al Congreso en julio.

El propósito de este encuentro fue establecer un plan de acción para acelerar la ejecución de las metas del Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026, conocido como "Colombia, potencia mundial de la vida". Se discutieron alternativas para mejorar

la presentación de informes y el cumplimiento de las metas del Gobierno del Cambio en los 24 sectores relevantes.

Cabe mencionar que este PND es uno de los planes más democráticos de la historia en el país. Es el resultado de un proceso participativo en los 51 Diálogos Regionales Vinculantes. Está

compuesto por cinco grandes transformaciones: Derecho Humano a la Alimentación, Ordenamiento del territorio alrededor del agua, Seguridad Humana, Economía productiva para la vida y lucha contra el cam-

»»» El PND está compuesto por el **Derecho Humano a la Alimentación, Ordenamiento del territorio alrededor del agua, Economía y lucha contra el cambio climático.**



El director del DNP hizo un llamado para que las entidades reporten los avances del Plan Nacional de Desarrollo en todos los sectores del Gobierno.



Colombia cerró el 2023 con 1'740.168 empresas activas, cifra considerada histórica por el MinCIT.

bio climático y Convergencia regional.

Durante la sesión, se acordó implementar un plan de choque que incluye una intensa agenda de reuniones durante las próximas semanas, con el objetivo de garantizar soluciones inmediatas.

El director del DNP enfatizó la importancia de que todas las entidades reporten sus avances de manera eficiente. Con un llamado a la acción, resaltó que el 2024 será fundamental para convertir en realidad las ambiciosas metas del plan de Gobierno.

BUEN INICIO PARA LAS EXPORTACIONES

Colombia empezó con buen pie este 2024 en el ámbito de las exportaciones. Durante el mes de enero pasado, las exportaciones colombianas alcanzaron un total de 3.745,7 millones de dólares. Esta cifra representa un aumento del 1.3% en comparación con el mismo mes del año anterior. Según detalló el Gobierno, este incremento fue impulsado principalmente por el sector agropecuario, alimentos y bebidas, que registró un aumento del 9.1%.

El grupo de combustibles y productos de las industrias extractivas representó el 52.3% del total de exportaciones FOB (precio de venta de bienes puestos en el medio de transporte, sin incluir valor de seguro y fletes), aunque mostró una ligera disminución del 3% en comparación con enero de 2023, debido principalmente a la caída en las ventas de hulla, coque y briquetas.

De otro lado, el sector agropecuario continuó destacándose, con un aumento del 21.4% en las exportaciones, alcanzando los 803.3 millones de dólares FOB. Este crecimiento se debió principalmente al incremento en las ventas de bananas (369.1%) y frutas (54.9%) frescas o secas.

Las manufacturas también mostraron un desempeño positivo, representando el 19.3% de las exportaciones totales y registrando un crecimiento del 4.4%. Este aumento se atribuye principalmente al incremento en las ventas de maquinaria y equipo de transporte (87.1%), así como de productos químicos y conexos (8.7%).

Finalmente, el grupo de "otros secto-

res" contribuyó con un 7% en los resultados de enero de 2024, mostrando un crecimiento del 5%, impulsado por el aumento en las exportaciones de oro no monetario.

RÉCORD DE EMPRESAS ACTIVAS

Otra buena noticia al cierre del 2023 para Colombia es haber marcado un hito al lograr el registro de 1'740.168 empresas activas, incluyendo matriculadas y renovadas ante las Cámaras de Comercio de todo el país. Esta cifra, calificada como "histórica" por la Oficina de Estudios Económicos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT), se complementa por las 31 822 nuevas empresas que se matricularon en el primer mes del 2024.

El informe destaca que, del total de empresas activas, aproximadamente el 68% son personas naturales. Esta cifra, aunque solo un 0.2% más alta que en el mismo período de 2022, sigue superando desde el 2019. Bogotá encabezó la lista con más del 24% del total de empresas activas, seguida de Antioquia (13%), Valle del Cauca (8,9%) y Cundinamarca (6,7%).



En cuanto a las exportaciones, durante el año pasado se registraron 9.447 empresas exportadoras, un 3% más que en 2022, con predominio de micro y pequeñas empresas, aunque el 86.7% de las exportaciones fueron realizadas por grandes empresas.

En Colombia, las microempresas representan cerca del 95% del tejido empresarial, seguidas por las pequeñas con un 3.5%, las medianas con un 0.8% y las grandes empresas con un 0.3% del total nacional.

UNA ECONOMÍA DESCARBONIZADA

En materia energética, Colombia se ha encaminado hacia una economía descarbonizada, destacando el papel de las energías renovables y el hidrógeno verde en este proceso. Aunque esta transición es necesaria para enfrentar los desafíos del cambio climático, hay sectores que expresan preocupación por la rapidez de este cambio y su posible impacto en la economía, especialmente considerando que el

petróleo sigue siendo el principal producto de exportación del país. Sin embargo, el potencial de producción de hidrógeno verde en Colombia ha captado la atención, convirtiéndose en uno de los principales atractivos para el país.

»»» **Durante enero, las exportaciones alcanzaron 3.745,7 millones de dólares, un aumento del 1.3% en comparación con el mismo mes del año anterior.**

Es en este contexto que el gobierno del país cafetero y el de Alemania lanzaron el Comité Directivo del Grupo de Alto Nivel de Hidrógeno Verde. Esta iniciativa ya se venía trabajando desde hace más de

un año y busca principalmente fortalecer la colaboración en los ámbitos industrial y energético para impulsar el desarrollo de una economía basada en este sector energético clave.

El comité está compuesto por funcionarios de alto rango de los Ministerios de Comercio, Industria y Turismo, y de Minas y Energía de Colombia, así como por representantes del gobierno alemán.

De esta manera, la alianza entre Colombia y Alemania busca capitalizar el liderazgo tecnológico y la experiencia en políticas públicas de Alemania para impulsar el desarrollo del hidrógeno verde en el país.

Ambos países reconocen el potencial mutuo en este campo y están comprometidos a avanzar juntos hacia una economía más sostenible. En Colombia, se han llevado a cabo varios proyectos piloto de hidrógeno verde, con aplicaciones en sectores como residencial, transporte e industria. Estos proyectos piloto sirven como prueba de concepto y demuestran el compromiso del país con la transición hacia fuentes de energía más limpias y renovables.



El gobierno de Gustavo Petro ha buscado colaboración con Alemania, un líder en tecnología e innovación, para programas de investigación en el campo del hidrógeno verde.

Juegos localizados UN SECTOR SÓLIDO EN COLOMBIA

Año tras año, el gobierno colombiano elabora mecanismos para fortalecer su mercado de juegos de azar. Por eso, este año, se ha puesto la tarea de velar por la formalización de su sector, ya sea a través de nuevas disposiciones legales o de políticas gubernamentales que salvaguarden su industria y a sus consumidores.

En los últimos años, la industria de casinos y juegos de azar ha experimentado una evolución impresionante a nivel global, la cual se ha visto reflejada en la amplia demanda del mercado. Esto se debe al surgimiento de leyes para reglamentar el sector, la gran variedad de productos, así como las diferentes estrategias de promoción para atraer a nuevos clientes.

En Latinoamérica, un referente de éxito es Colombia. El país cafetero fue uno de los pioneros en construir establecimientos para vivir la experiencia de los juegos de suerte y azar. A pesar del tiempo, los colombianos siguen disfrutando y apostando por los clásicos territoriales de antaño.

Por ello, no sorprende que uno de los más populares de este rubro sea la famosa máquina tragamonedas. Gracias a sus diseños, juegos y premios, se ha convertido en el favorito de los colombianos. El segundo lugar lo ocupa las apuestas deportivas, seguido por el *blackjack*, la ruleta y el *poker*.

CIFRAS FAVORABLES

Gracias al constante crecimiento del mercado, este sector se ha convertido en una de las opciones más rentables para la economía colombiana. El ente regulador, Coljuegos, y el Consejo Nacional de Juegos de Suerte y Azar (CNJSA) informaron que los ingresos por ventas de los territoriales aumentaron en el 2023, alcanzando los 3.6 billones de pesos colombianos (USD 919.7 millones).

Del total recaudado, el chance percibió 2.4 billones de pesos (USD 611.6 millones) y se posicionó con el mayor porcentaje de ventas (66%). El segundo lugar lo obtuvo la lotería con USD 218.8 millones y una participación de 24%. Por último, el juego Raspa y Listo logró USD 89.2 millones, que corresponden al 10% del total de ventas.

Cabe señalar que estos importes se incrementaron en un 4% con relación al año 2022. Dicho número significó la transferencia de 546,460 millones de pesos (USD 139 millones) al sector salud, 430,000 millones de pesos (USD 110





Con MET de la Paz, Colombia brindará una oportunidad a sus operadores para formalizar sus máquinas tragamonedas.

millones) por derechos de explotación, y más de 453,000 millones de pesos (USD 115 millones) por concepto de IVA.

Marco Emilio Hincapié, presidente de Coljuegos, detalló que el billón de pesos transferido por los juegos físicos será destinado a obras en beneficio de los ciudadanos. “Los recursos podrán ser utilizados por el Estado colombiano para subsidiar la prestación de servicios en salud y para invertir en proyectos sociales”, sostuvo el titular de la entidad.

RECOMPENSAS AL JUGADOR

De acuerdo con las cifras oficiales de los organismos rectores de juego en Colombia, durante el periodo 2023 se entregaron más de 1.8 billones de pesos (USD 460 millones) en premios. Los principales beneficiados fueron los jugadores de loterías, chances y Raspa y Listo de todo el país.

“Vemos que el juego de chance entregó más de 1.2 billones de pesos colombianos (USD 306 millones) en premios a los apostadores. Esto demuestra que sí vale la pena apostar en los puntos de venta de chance legales y autorizados

en cada uno de los departamentos”, expresó Hincapié.

El presidente de Coljuegos también informó que las loterías otorgaron alrededor de 366,856 millones de pesos (USD 93 millones) en premios mayores, secos y aproximaciones. De igual manera, Ras-

»»» **Los ingresos por ventas de los territoriales aumentaron en el 2023, alcanzando los 3.6 billones de pesos colombianos.**

pa y Listo concedió 159,009 millones de pesos (USD 40 millones) a sus ganadores a nivel nacional.

Según Marco Emilio Hincapié, el incremento en la suma de premios es consecuencia de los múltiples esfuerzos de los empresarios del sector, quienes constantemente implementan estrate-

gias para hacer más atractiva la oferta de juego, ya sea a través de incentivos, promociones o sorteos.

NUEVA NORMATIVA

Con el objetivo de fomentar las apuestas legales y la formalización de casi 100,000 máquinas electrónicas tragamonedas (MET), Coljuegos emitió una resolución para que las personas jurídicas que operen slots sin cumplir los requisitos de ley puedan legalizar su funcionamiento.

Bajo el nombre de MET de la Paz, el proyecto menciona que los empresarios podrán acogerse a esta medida siempre y cuando sus máquinas tragamonedas no se encuentren, o hayan estado, vinculadas a un contrato de concesión autorizado por el organismo regulador.

Además, la resolución detalla el proceso de postulación y la concesión mínima de elementos de juego. “Hemos regulado las ‘MET de la paz’ para que todas las personas que tengan sus máquinas se asocien, con mínimo 80 máquinas, para que puedan legalizar el funcionamiento, proteger sus intereses y



ES HORA DE JUGAR

MO' MUMMY

Nunca una momia fue tan carismática

BAO ZHU ZHAO FU

Una explosiva experiencia de juego

COIN TRIO

Tres veces más entretenido

BUFFALO AND FRIENDS

Los personajes favoritos juntos

ESCANEE PARA OBTENER MÁS INFORMACIÓN



ARISTOCRAT GAMING

©2024 Aristocrat Technologies Australia PTY LTD. All Rights Reserved.

aportar recursos para la salud”, explicó Marco Hincapié.

Y es que, según Coljuegos, la entidad deja de percibir cerca de 1,000 millones de pesos (USD 255 millones) por derechos de explotación de máquinas tragamonedas al año. Esto genera que se deje de transferir 300,000 millones de pesos (USD 76.3 millones) anuales a la salud de los colombianos.

Es preciso mencionar que los operadores que continúen explotando MET sin previa autorización incurrirán en falta grave. La sanción aplicada al empresario serán multas de USD 26,500 por máquina tragamonedas. En ese sentido, los propietarios que deseen obtener el visto de funcionamiento deberán registrarse en la web de Coljuegos y enviar una solicitud. Luego de analizar la información, y si cumple con los requisitos, se les autorizará la licencia.

LEGALIZACIÓN EN LA MIRA

Con el propósito de incrementar la oferta para los jugadores y los aportes destinados al sector salud, Coljuegos anunció que trabaja en la reglamentación del Keno y el *colorball* de Baloto. A través de un comunicado oficial, el ente regulador afirmó que cuenta con estudios sobre Keno y que —a raíz de ello— está

elaborando la normativa para que este año ingrese al mercado.

Se espera que, con el reglamento, el Estado colombiano perciba un monto anual de 74,562 millones de pesos (USD 18.9 millones) por derecho de explotación de Keno. “Llevamos cerca de un mes realizando mesas de trabajo y diseñando la reglamentación para someterla a aprobación en la junta directiva de la entidad”, precisó Hincapié.

De igual manera, el regulador indicó que se encuentra en proceso de aprobación del *colorball* y que este podría operar en la segunda mitad del 2024. Cabe recordar que el baloto transfirió 50,000 millones de pesos (USD 12.7 millones) por derechos de explotación y 37,000 millones de pesos (USD 9.5 millones) por concepto de IVA.

“El *colorball* es una mecánica adicional para el Baloto. El sorteo no solo tendrá los números de las balotas, sino que también se incluirán balotas de colores. Con esto se aumentarán las transferencias, ventas y utilidades. Esperamos que esta modalidad esté habilitada a mitad de año”, agregó la cabeza de Coljuegos.

PIONERO LATINO

Por otro lado, el gobierno está avanzando en la preparación de una política

pública de juego responsable. La finalidad será fomentar una cultura de apuesta consciente y educar a los consumidores, especialmente a aquellos que son más vulnerables, sobre los riesgos asociados con el juego problemático.

“Desde la entidad, hemos liderado distintas mesas de trabajo con los operadores para definir los lineamientos que nos permitan, por un lado, concientizar sobre los posibles efectos negativos del juego compulsivo y, por otro lado, implementar medidas como límites de apuestas, mensajes de advertencia y herramientas de autoexclusión”, manifestó Hincapié.

De acuerdo con Coljuegos, se tiene previsto que la elaboración del documento termine durante el 2024. La política gubernamental, que se elaborará en conjunto con los gremios del sector, centrará sus esfuerzos en la prevención, educación y tratamiento de consecuencias negativas en la salud física y mental a causa del juego.

Finalizado el documento, este será sometido a discusión en el Congreso de la República. De aprobarse el escrito, Colombia consolidaría su compromiso con los jugadores y la industria de juegos de suerte y azar, convirtiéndose en el primer país latino en elaborar una política pública en materia de juego responsable.



Durante el 2023, el CNJSA realizó 35 visitas de vigilancia a operadores de juegos de suerte y azar territoriales, como loterías, chance y Raspa y Listo.

MER DESIGN SAS

Elegancia
Diseño
Confort

SILLAS DE DISEÑO A TU MEDIDA CON LA MÁS ALTA CALIDAD



www.dip-design.net

E-mail: italemma8@hotmail.com

Celular/Whatsapp: +57(310)6792666

Bogotá-Colombia

Juego online

COLOMBIA: UN MERCADO EN CRECIMIENTO CONSTANTE

Desde el 2017, el mercado de juegos de azar colombiano ha registrado un aumento en sus ingresos. De acuerdo con especialistas, esta tendencia ganadora continuará hasta el 2027, alcanzado un importe de 1,700 millones de dólares.

Durante los últimos años, el mercado de juegos de azar ha mostrado una curvatura favorable de crecimiento dentro del sector de entretenimiento. Gracias a su gran variedad de ofertas — *poker*, ruletas, *blackjack*— los juegos y apuestas *online* figuran entre las actividades de diversión más populares a nivel mundial.

Para el portal de estadística en línea, Statista GmbH, el aumento significativo en la facturación se debe a una masificación del uso de *smartphone*, y a la popularidad de las apuestas deportivas. De acuerdo con la firma alemana, la industria de los juegos de azar estuvo valorada en más de un billón de dólares en el 2023. Además, se espera que esta experimente una tasa de crecimiento anual compuesta de un 4.4% para el 2030.

El panorama de juego a nivel global es alentador y en Latinoamérica la figura se replica. Dentro del mercado latino, Colombia se muestra como el país más atractivo y estable para jugar y apostar de manera *online*. Y es que, desde el 2016, el país cafetero elaboró un marco legal para regular el *iGaming*, contribuyendo así a su expansión y brindando confianza a los usuarios a la hora de apostar.

SEGURIDAD EN EL JUEGO

Colombia es uno de los países pioneros en regular los juegos de suerte y azar en línea en América Latina. Bajo la Ley aprobada en 2016, la normativa colombiana vela por la protección del Estado y de los jugadores. A través de Coljuegos —ente rector encargado de la regulación, operación y expedición de licencias— garantiza un juego justo y responsable.

Para operar legalmente, las empresas cumplirán con una serie de requisitos y estándares establecidos en la Ley vigente, como la obtención de permisos, licencias y el cumplimiento de disposiciones que brinden seguridad en los juegos. Además, los operadores publicarán sus planes de premios y garantizarán un retorno mínimo del 55% de los ingresos brutos a los ganadores.

El documento oficial también incluye pautas a seguir sobre la promoción de los juegos y apuestas *online*, como los clásicos bonos de bienvenida o sin depósito. Con relación a los medios de pago, la reglamentación introduce la posibilidad de utilizar criptomonedas como mecanismo de transacción financiera.

De igual manera, y como medida de control, la normativa establece que





En Colombia el tiempo promedio de visita por usuario a una plataforma de juego *online* es de 9 minutos y 40 segundos.

Coljuegos realice periódicamente auditorías para asegurar el cumplimiento de las obligaciones fiscales, donde los ingresos generados por la aplicación de impuestos son destinados a programas de salud pública.

RECAUDACIÓN EN ALZA

El 2023 ha significado uno de los mejores años de la industria del juego en la nación cafetera. Este fenómeno *online* ha transformado la industria del entretenimiento y, sobre todo, la economía del país. Para Evert Montero Cárdenas, presidente de la Federación Colombiana de Empresarios de Juegos de Suerte y Azar (Fecoljuegos), el motivo del crecimiento es el juego responsable y seguro que ofrece como Estado.

Según las estadísticas ofrecidas por la empresa Statista, los ingresos por el sector de juegos de azar en línea en Colombia alcanzaron los 1,079 millones de dólares en el 2023. La firma también proyecta que en el 2024 logren una recaudación de 1,287 millones de dólares. Cabe señalar que, de acuerdo con su análisis de datos, el mercado seguirá una tendencia en alza

hasta el 2027, con unos ingresos aproximados de 1,700 millones de dólares.

»»» **El mercado seguirá una tendencia en alza hasta el 2027, con unos ingresos aproximados de 1,700 millones de dólares.**

En ese sentido, el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane) sostiene que en los últimos cinco años la industria de juegos de azar experimentó un aumento del 123%. Ello se ve reflejado en el incremento del número de usuarios, por ejemplo, en las casas de apuestas *online*. Durante el 2017 había aproximadamente 300 000 registros, hoy —a inicios del 2024— hay más de 8 millones de cuentas activas en Colombia.

De acuerdo con Coljuegos, el 30%

de la recaudación total de la industria corresponde a las apuestas deportivas. Además, durante el 2023, este sector recaudó entre 20 y 25 millones de dólares cada mes, lo cual representó un aumento del 30% respecto del ejercicio anterior.

LOS FAVORITOS DEL SECTOR

En un informe elaborado por Similarweb, empresa de análisis digital de aplicaciones y sitios *web*, durante el 2023 se registraron 776.6 millones de visitas en plataformas digitales de apuestas en Colombia. Por su parte, solo la categoría de casinos registró un aumento del 297% de vistas en comparación con el periodo 2022.

La compañía digital también dio a conocer que la plataforma de apuestas *online* preferida de los usuarios colombianos es BetPlay. Con un 32.24% de participación y un promedio de 37.29 millones de visitas al mes, la empresa de juego se ha convertido en el líder indiscutible del mercado.

Para Germán Segura, gerente general del operador colombiano Corredor Empresarial, el alcance de su marca de



Los sitios *web* de apuestas transfirieron a Coljuegos alrededor de 81 mil dólares durante el 2023.



Marco Emilio Hincapié, presidente de Coljuegos, dio a conocer que la entidad trabajará en reglamentar los juegos virtuales localizados.

apuestas deportivas y casino *online*, BetPlay, se debe a los más de 50 000 puntos de ventas en territorio colombiano, la variada oferta de productos en su portafolio, y el uso de diversos mecanismos de pagos electrónicos.

El segundo lugar lo ocupa Wplay, con un 27.13% y un promedio de 31.38 millones de visitas al mes. Por otro lado, las empresas que presentaron un mayor crecimiento fueron Bwin, con un incremento anual del 2,973.78%, seguido de Rivalo

(326.41%) y Betsson (140.01%). Asimismo, Similarweb dio a conocer que el sitio *web* con un mejor tiempo de visita por usuario fue Flashscore, con 24 minutos y 19 segundos por acceso.

MEDIDAS DE CONTROL

Como mecanismo para salvaguardar el cumplimiento de la normativa emitida por el gobierno colombiano, la gerencia de Control de Operaciones Ilegales —adscrita a Coljuegos— informó que en los

últimos cuatro años se dictaron 14,570 órdenes de bloqueo para sitios *web* de apuestas en línea.

El motivo de la sanción fue el funcionamiento ilegal de plataformas *online*, que a su vez conlleva la omisión de recursos destinados al sistema de salud pública. Para Marco Emilio Hincapié, presidente de Coljuegos, es importante —también— intensificar el rastreo de perfiles de redes sociales que promuevan la realización clandestina de los juegos de azar por internet.

“Estamos dando las herramientas jurídicas y tecnológicas a nuestro equipo para que luchen de manera frontal contra los sitios ilegales. Una vez reunido el material probatorio, hacemos el requerimiento al Ministerio de las TIC para que le solicite a los proveedores de Internet que bloqueen dichos portales”, sostuvo el titular del ente rector.

»»» **(...) durante el 2023 se registraron 776.6 millones de visitas en plataformas digitales de apuestas en Colombia.**

Asimismo, la autoridad colombiana exhortó a los usuarios a verificar los sitios *web* de juegos de azar. En el país existen 15 plataformas legales de apuestas en línea: BetPlay, Wplay, Codere, Bwin, Sportium, Zamba, Ya juego, Stake, Luckia, FullReto, Rivalo, WilliamHill, MegApuesta, Betsson, y RushBet, las cuales cuentan con autorización para brindar este servicio.

“Queremos que los jugadores tengan claridad sobre cuáles son los portales que funcionan de manera legal. De lo contrario no solo estarían apostando de manera ilegal, sino que estarían poniendo en riesgo sus propios recursos”, manifestó el presidente de Coljuegos. Estas medidas de fiscalización han posicionado a Colombia como un referente para otros países latinos, que buscan regular sus propios mercados de juego de azar *online*.

Elizabeth Maya, presidenta de Cornazar: “SOMOS EMPRESARIOS QUE APOSTAMOS A FAVOR DE LA LEGALIDAD EN COLOMBIA”

El gremio apunta a continuar trabajando para generar importantes aportes a la salud de los colombianos y trabajar de la mano de Coljuegos por la permanencia y sostenibilidad del sector con seguridad y estabilidad jurídica.

En Colombia, la Corporación Nacional de Empresarios de Juegos de Suerte y Azar (CORNAZAR) representa a un importante número de empresarios de juegos localizados y online, que trabaja en el marco de la legalidad, apostándole a un juego responsable y seguro, y articulando acciones con instituciones públicas y privadas para trabajar en pro del fortalecimiento y crecimiento de la industria del juego en Colombia. La revista CASINO conversó con Elizabeth Maya, presidenta del gremio, quien nos comparte su mirada de la actualidad del juego y el impacto de la labor de la Corporación para los colombianos.

¿Cuál es la contribución de Cornazar para el sector del juego colombiano y para todo el país?

Como gremio, hoy fomentamos en nuestros miembros afiliados y corporados, primero la unión, segundo, la acción conjunta y coordinada para proteger los intereses de una industria que ha venido trabajando durante muchos años en pro del tejido empresarial colombiano. Somos empresarios que durante mucho tiempo hemos promovido: la legalidad, los aportes a un país que necesita tanto del grupo empresarial colombiano y, todas estas acciones positivas para la industria del juego con intereses que estén en el margen de la Constitución, de la legalidad, de políticas que lleven hacia la construcción de normas técnicas y eficientes para operar cualquier tipo de concesión de juegos de suerte de azar. Actualmente, la visión que tiene la Corporación esta dirigida a una industria que permanezca y se sostenga



en el tiempo, con estabilidad y seguridad jurídica y con un crecimiento significativo que se trabaje de la mano con Coljuegos como entidad reguladora.

¿Cuál es su mirada de la actual situación del juego en Colombia y los desafíos que se le presentan a ustedes como gremio?

Hoy tenemos muchos retos importantes para la industria.

El primero es seguir trabajando por la legalidad, un compromiso a nivel de país. Reconocemos la importancia de un mercado regulado y transparente, y por ello apoyamos las medidas que buscan combatir el juego ilegal, que afecta tanto a los empresarios que operan de forma legal, como al recaudo para la salud de los colombianos. En este sentido, aplaudimos las acciones de Coljuegos, entidad reguladora del sector, y de todas las entidades que se unen en la lucha contra la ilegalidad de la operación de los juegos de suerte y azar en Colombia.

Es un orgullo, en este momento, decirles a todos que las empresas concesionarias de los juegos de suerte de azar en Colombia, tienen objetivos comunes de apoyo y articulación en pro de la legalidad y sostenibilidad de la actividad empresarial pretendiendo garantizar al país el crecimiento económico y la responsabilidad social corporativa.

El segundo es que estamos trabajando en la construcción del marco del juego responsable en Colombia, respondiendo a la necesidad de integrar principios y directrices a la operación de las distintas modalidades del juego en Colombia. Hemos liderado desde Cornazar muchos espacios promoviendo la cultura de juego responsable. Hemos venido trabajando articuladamente con Coljuegos, para empoderarnos y construir juntos una política pública, que vincule a instituciones como el Ministerio de Salud, universidades, y otros actores como fundaciones que trabajan en pro de la salud mental. Un factor importante es que hay que proteger no solo al jugador, sino también a las familias de los jugadores y a la comunidad a la cual pertenecen. Entonces, desde Cornazar, internamente tenemos una propuesta para la entidad reguladora de trabajar con una decisión

firme y para que el objetivo del entretenimiento y la diversión esté encaminado en una responsabilidad de salud integral, que sea una experiencia agradable y sin riesgo de daño con mejores prácticas, y además de esto, vincular a todos los empresarios y a sus colaboradores por medio de capacitaciones.

»»» **Contamos con un objetivo muy importante que es liderar y seguir trabajando en sistemas de prevención de riesgos en la industria del juego.**

Ustedes también están enfocados en promover la implementación de sistemas adecuados de administración de riesgos...

Tenemos un objetivo muy importante que es liderar y seguir trabajando en sistemas de prevención de riesgos, generando un conjunto de medidas y acciones que sea un material de protección en cualquier organización. Desde Corna-

zar, hemos liderado muchos procesos y acompañamientos con la entidad reguladora Coljuegos, encaminados a fortalecer los sistemas de administración de riesgos actuales. Por ejemplo, sabemos que en juegos localizados y en los juegos online, se aproxima una migración de un Siplaft a un Sarlaft, que debe contener una guía para la adopción de dicho sistema de administración de riesgos, un sistema que parta de la realidad y de las necesidades de lo que son los juegos de suerte de azar en Colombia; es decir, una identificación, un análisis, una evaluación y monitoreo de riesgos que se deben de trabajar con Coljuegos, con la UIAF, con UNODC, con la Superintendencia Financiera, y otras instituciones. Cada empresa cuenta con su oficial de cumplimiento los cuales deben estar en constante capacitación, con una intensidad horaria mínima y con el nuevo curso de la UIAF que es requisito para todas las personas que están en las áreas de cumplimiento en el país.

Además, ustedes como gremio realizan anualmente un encuentro de oficiales de cumplimiento. ¿Qué nos puede adelantar del evento de este año?

Organizaremos la octava edición del Encuentro Nacional de Oficiales de Cumplimiento en agosto, donde reuniremos a todos los actores tanto públicos como



Delegado de la Superintendencia Financiera de Colombia, César Reyes; Delegada UNODC, Andrea Agudelo, presidente de Coljuegos, Dr. Marco Emilio Hincapié; y presidenta de Cornazar, Elizabeth Maya Cano.



Junta Directiva Cornazar. Antonio Chaurra, Carlos Gálvez, Alfonso Castillo, Sandra Martínez, Jose Iván Almario, Wilson Castrillón y Jhon Mario Giraldo.

privados, para la construcción de acciones e implementación de estrategias para formalizar estos sistemas de gestión. El evento se realizará dos días en la ciudad de Medellín y aprovecho el espacio para invitar activamente a todos los empresarios y a todos los oficiales de cumplimiento para que participen de manera activa. Será un espacio bastante interesante donde trabajaremos de la mano con la entidad reguladora temas encaminados en la prevención y control del riesgo.

¿Cómo impulsan la sostenibilidad de este sector?

El tema de la sostenibilidad y el crecimiento económico de la industria es de gran importancia para nosotros. Las inversiones que vienen haciendo los empresarios para tener una concesión de juegos de suerte de azar —tanto localizados como online— es de gran valor. Poder contribuir a que se generen un número de empleos, aumentar el recaudo para la salud, y apostarle a un país en el marco de la legalidad es nuestra bandera. Desde Cornazar, de hecho, promovemos que estas empresas sean protegidas, que lideren procesos con la entidad reguladora para que podamos salvaguardarlas. Estos empresarios le han apostado fuertemente a la legalidad, al compromiso que se tiene con el sector, de aportar recursos importantes para operar estos establecimientos.

En ese camino, ¿cómo se ha venido desarrollando el trabajo conjunto con la entidad reguladora?

Hemos trabajado con el actual presidente, el doctor Marco Emilio Hincapié y su equipo, y hemos levantado la mano para que el sector del juego tenga estabilidad y seguridad jurídica, que sea sostenible en el tiempo y que muestre un crecimiento significativo para todas las partes. Somos aliados estratégicos, si el empresario tiene crecimiento significativo, los recursos para el Estado aumentan. Somos referente a nivel mundial en el juego online, hemos sido referentes de muchas acciones encaminadas a crecer en la modalidad de los juegos localizados. Cornazar ha trabajado firme y con convicción por esta modalidad de juego en Colombia, la cual con mucho orgullo representamos y que estamos seguros que con el número de empresas legales en Colombia podremos seguir aportando al tejido empresarial de nuestro país. Por ejemplo, durante el 2023, se logró la gran petición que teníamos durante mucho tiempo de lograr la confiabilidad en el sector de los bingos. Hoy, hay una gran oportunidad en Colombia de operar bingos y un beneficio tan anhelado por muchas empresas que es tener una tarifa de un impuesto mucho más favorable para su operación.

De otro lado, seguimos trabajando muy de la mano con una agenda de observación y discusión permanente con muchas entidades del Estado. Tenemos

reuniones constantes con la UIAF, este año se ha marcado una ruta de trabajo porque sabemos que viene la quinta ronda de GAFI en Colombia y debe haber un trabajo muy articulado de todas las modalidades de juego para que así, mostremos la labor tan importante que se hace desde los juegos de suerte y azar. Esta quinta ronda de evaluación hace referencia a todas las acciones específicas que realizan todos los empresarios en pro de la legalidad y de las buenas prácticas.

También hemos trabajado con la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) revisando algunos aspectos importantes por medio de mesas de trabajo, donde hemos discutido temas relacionados con las obligaciones de pago, políticas contables y documentos electrónicos equivalentes.

¿Qué significado tiene para usted, a nivel personal, profesional, como colombiana, liderar una institución como Cornazar por más de una década?

Es un orgullo para mí representar a los empresarios del juego. Creo que vale la pena destacar que la estructura empresarial de la industria del juego en Colombia es sólida y legal: es un sector económico, comprometido con las buenas prácticas.

Y como gremio hemos logrado representar a muchas empresas a nivel nacional. En varios departamentos del país tenemos representatividad, contamos con una red transaccional bastante significativa. Son empresarios luchadores, resilientes y empoderados de la actividad económica que desempeñan, y además, comprometidos y responsables con el Estado y con sus colaboradores.

Nosotros tenemos un eslogan que es “Juega con transparencia por la salud en Colombia”, el cual nos ha acompañado durante todos estos años y estoy convencida que estamos logrando eso: jugar con transparencia, con responsabilidad, que esta apuesta por el liderazgo gremial se vea reflejada en los beneficios del sector empresarial, en una activación económica como país, en generación de empleo, pero con calidad.



Juan Guillermo Díaz, Merkur Gaming Colombia
“NUESTROS PRODUCTOS SON CONOCIDOS POR SU CALIDAD Y RENTABILIDAD”

La compañía da soluciones para la industria del juego y destaca en países como Colombia, con productos innovadores y adaptados al mercado.

El experimentado ejecutivo de la industria del juego, Juan Guillermo Díaz, general manager de Merkur Gaming Colombia, analiza la evolución del sector y la estrategia de su compañía. En la siguiente entrevista con la revista CASINO, destaca la inversión de Merkur Gaming en investigación y desarrollo para adaptar rápidamente sus productos a las necesidades locales. Además, anticipa los novedosos productos que presentarán en

la próxima feria GAT Expo Cartagena.

Cuenta con una gran trayectoria en la industria del juego. ¿Qué nos puede hablar sobre su carrera en este competitivo sector?

Han pasado 26 años desde que comencé mi camino en la industria, pasando por numerosos puestos directivos en empresas de renombre dentro del sector del juego y acumulando experiencias inmen-

samente valiosas a lo largo de esta trayectoria. Reflexionando sobre estas experiencias, ellas han allanado mi camino para dirigir esta excepcional empresa alemana Merkur Gaming Colombia.

¿Cómo ha visto la transición del juego del modo tradicional al online?

Antes de la llegada y establecimiento del negocio online en Colombia, existía una considerable incertidumbre sobre cómo



MERKUR GAMING

Colombia

esta nueva modalidad impactaría las operaciones tradicionales land based. Sin embargo, al cabo de unos años, es evidente que el juego *online* ha experimentado un crecimiento importante, como lo indican las cifras oficiales de recaudación de impuestos. No obstante, se podría argumentar que este crecimiento en el sector en línea se debe principalmente al surgimiento de un nuevo mercado de jugadores, y que la transición de los jugadores tradicionales al juego en línea no ha sido la esperada.

En mi opinión, replicar las experiencias y la atmósfera de entretenimiento, servicio y las emociones que se generan en los lugares de juego físico (land based) resultará un desafío en el futuro previsible.

¿Cuál es su percepción del mercado colombiano en relación a los casinos físicos?

El mercado colombiano es muy competitivo e interesante por su complejidad, caracterizado por diversas variables repartidas en todo el territorio nacional. Dentro de este mercado existen varios segmentos, incluidos los casinos de alta gama con mesas de juego en vivo, normalmente situados en centros comerciales y zonas de importante desarrollo urbano en las principales ciudades. Además, hay salas de máquinas que se encuentran comúnmente en los distritos comerciales de las ciudades principales e intermedias, así como en las operaciones de calle. Asimismo, existe una gran variedad de productos y equi-

pamientos para casinos, que van desde máquinas de primera línea y máxima fiabilidad, procedentes de primeras marcas internacionales, con las que competimos con nuestros mejores productos. También hay equipamientos de coste medio y bajo para los mercados de calle y ruta más populares. Además, se observan distintas demografías de jugadores y preferencias por productos específicos en diferentes regiones del país. Teniendo en cuenta estos factores, sostengo que el sector del juego físico sigue siendo sólido y resiliente, con un amplio potencial para un crecimiento y desarrollo continuos en todo el país.

»»» **El juego en casino físico sigue sólido y resiliente, con un amplio potencial para un crecimiento y desarrollo continuos en Colombia.**

¿Cómo ha evolucionado Merkur para afrontar este cambio? ¿Qué ofrece al mercado? ¿A los operadores y al jugador?

En nuestra casa matriz en Alemania, Merkur Gaming ha seguido inyectando e in-

virtiendo importantes recursos en nuestro departamento de Investigación y Desarrollo, para poder ofrecer productos que puedan adaptarse rápidamente a las diversas necesidades del mercado. También entendemos que el servicio posventa local es clave para mantener el perfecto funcionamiento de nuestros productos de manera sostenida en el tiempo. Nuestros productos son conocidos no solo por su alta calidad sino también por su rentabilidad.

¿Qué portafolio de juegos se adapta mejor a Colombia y por qué?

Como mencioné antes, tenemos la versatilidad y flexibilidad para brindar diversas alternativas adaptadas a las diversas regiones del país. En determinadas áreas, el concepto de máquinas multijuego funciona especialmente bien y hemos logrado un gran éxito con nuestra amplia cartera de multijuegos. De igual manera, nuestras máquinas con contenido de jackpot progresivo son muy atractivas en otras regiones.

Como locales, ¿qué productos presentarán en GAT Expo Cartagena?

Estamos muy entusiasmados con nuestra participación en la feria GAT Expo Cartagena, donde mostraremos lanzamientos recientes de productos que han sido excepcionalmente bien recibidos. Estos incluyen el Jackpot progresivo LINK ZONE RUSH, LINK ZONE LOUNGE y RED POKER, así como los recientes lanzamientos de juegos muy atractivos para agregar a nuestro portafolio de multijuegos.

INNOVACIÓN SIN FIN
EN CADA MÓDULO.



¿Listo para llevar la aventura de jugar a un nivel totalmente nuevo? La MOD EX de última generación redefine el entretenimiento en cada tirada. Cuenta con un sistema de carcasa modular que permite un sinfín de personalizaciones y tiene un concepto de iluminación sutil a la par que seductor y un toque futurista gracias a su diseño moderno e íntegro.



SBC | SUMMIT RIO
5-7 MARCH 2024

STAGE SPONSORED BY / PALCO PATROCINADO POR

CLEVER
ADVERTISING



iGaming en Brasil

NUEVO PANORAMA DEL PROCESAMIENTO DE PAGOS

OneKey Payments está liderando las soluciones innovadoras para operadores del juego en línea, ofreciendo respuestas a los desafíos clave que enfrenta el mercado brasileño. Es así que presenta soluciones revolucionarias que están dando forma al futuro de la industria del procesamiento de pagos en Brasil.

En el complejo mundo del iGaming en Brasil, surge una pregunta: ¿Están las empresas de procesamiento de pagos verdaderamente equipadas para abordar las necesidades cambiantes de los operadores? Más allá de simplemente facilitar transacciones financieras, ¿están preparadas para enfrentar desafíos como la optimización de tasas de conversión, la retención de clientes, la prevención del fraude, la implementación efectiva del KYC (Know Your Cliente/Conozca a su cliente) y la integración sin problemas de usuarios locales?

OneKey Payments, consciente de la complejidad y las demandas del mercado de de iGaming en Brasil, expuso en el SBC Summit Río acerca de estos desafíos. Desde la necesidad de mejorar la experiencia del usuario hasta garantizar la seguridad y la legalidad de cada transacción, ya que los operadores se enfrentan a una serie de obstáculos que requieren soluciones innovadoras y prácticas.

En este sentido, OneKey Payments se destaca al presentar soluciones que van más allá de lo convencional. Con un enfoque en la innovación y la adaptabilidad, la empresa, comprometida a proporcionar soluciones que no solo aborden los desafíos actuales, sino que también anticipen y resuelvan los desafíos futuros que enfrentan los operadores, está liderando el camino hacia un nuevo estándar de excelencia en el procesamiento de pagos en el sector



OneKey Payments está liderando el camino hacia una experiencia de usuario superior en el procesamiento de pagos.

del juego en línea en Brasil.

Sin duda, el iGaming en Brasil está experimentando un período de crecimiento y evolución, y las empresas de procesamiento de pagos tienen un papel crucial que desempeñar en este panorama de constante cambio. Con su enfoque proactivo y su compromiso con la excelencia, OneKey Payments está demostrando ser un socio confiable y visionario para los operadores en su búsqueda de éxito y prosperidad en

el emocionante mundo del juego online.

ANALIZANDO LA ACTUALIDAD DEL IGAMING

En una entrevista con Lucas Raldi, vicepresidente de riesgos y pagos de OneKey, se destacan los desafíos y las oportunidades que enfrentan los operadores en el mercado brasileño. Raldi resalta que Brasil ofrece un enorme potencial de crecimiento, pero también está lleno de desafíos,



desde la complejidad del proceso de incorporación hasta la necesidad de cumplir con estrictas regulaciones.

Asimismo, señala que desde este nuevo mercado pueden “crear oportunidades que podemos construir juntos para hacer la vida un poco más fácil a nuestro cliente final y también podemos trabajar codo a codo para abordar algunas inquietudes que todas las empresas tienen en funcionamiento, como transacciones fraudulentas o tasas de conversión, o incluso la experiencia del cliente, ¿por qué no? Entonces esto es lo que queremos. Queremos brindarte herramientas para que puedas construir las mejores soluciones para tu negocio”.

DESAFÍOS EN EL PROCESAMIENTO DE PAGOS

OneKey Payments ha desarrollado soluciones revolucionarias para abordar los desafíos específicos del mercado brasileño del juego en línea. Desde la validación de la información del cliente hasta el pago

»»» El iGaming en Brasil está experimentando un período de crecimiento y evolución, y las empresas de procesamiento de pagos tienen un papel crucial que desempeñar.

rápido sin registro, estas soluciones están cambiando la forma en que los operadores hacen negocios.

Uno de los desafíos principales es garantizar un procesamiento de pagos seguro y eficiente, al mismo tiempo que se cum-

ple con los requisitos de conocimiento del cliente (KYC, por sus siglas en inglés). Raldi destaca que es fundamental tener información precisa sobre los usuarios para prevenir el fraude y garantizar la integridad de las transacciones, pero también facilitar la interacción con el usuario. Además, señala que “los sitios web, ahora mismo, están pidiendo mucha información. De hecho, hay mucha gente que abandonó el proceso de pago porque hay demasiados pasos. Casi dos de cada tres clientes se dan por vencidos porque hay muchos pasos a seguir y muchas comprobaciones de verificación”.

Otro desafío es que muchos operadores enfrentan dificultades para validar la información de sus clientes de manera efectiva y esto es un problema, ya que, como seres humanos, sabemos muy bien que la gente miente y eso puede llevarlo a caer en manos de estafadores.

MEJORANDO LA EXPERIENCIA DE PAGO

Ante estas dificultades, OneKey ha



Redefinir el procesamiento de pagos en el juego online traería múltiples beneficios, como la retención de clientes.



Las novedosas soluciones de pago están cambiando las reglas del juego en el iGaming brasileño.

creado un proveedor de seguridad: API Altus. Este permite a los operadores verificar rápidamente la identidad de los usuarios en tiempo real y validar su información. Esto no solo simplifica el proceso de incorporación, sino que también mejora la experiencia del usuario, al reducir la fricción en el proceso de registro, ya que el cliente no tiene que regresar al sitio web inicial porque toda la información sobre esa persona, como el nombre completo, la fecha de nacimiento, la edad, la situación jurídica, entre otros, se encontrará en la misma pestaña del número de documento.

Además, API Altus ahora tiene nuevas funciones. Está conectado con el Banco Central de Brasil para informar que, si esa persona comete fraude, pueda ser denunciada por las instituciones bancarias. De esta manera se muestra como Altus ayuda a garantizar la seguridad y la integridad de las transacciones en línea.

Otra solución destacada es Quickplay, otra innovación de OneKey Payments, que está transformando la experiencia del cliente en las apuestas en línea. Con esta solución, los usuarios tienen un método de pago rápido y conveniente que elimina la necesidad de registros largos y complicados. Esto mejora significativamente la experiencia del usuario, aumenta las tasas de conversión al facilitar las transacciones y la

EXPLORANDO EL FUTURO DEL IGAMING

A medida que el mercado del juego en línea continúa evolucionando en Brasil, es importante considerar las tendencias emergentes y las oportunidades futuras. Una de las áreas de crecimiento más prometedoras es la integración de tecnologías innovadoras, como la inteligencia artificial y el blockchain, para mejorar aún más la seguridad y la transparencia en el sector. Además, el crecimiento del juego móvil y la expansión de la realidad virtual pueden abrir nuevas fronteras para la industria, brindando experiencias de juego más inmersivas y accesibles para los jugadores brasileños. Además, la colaboración entre los operadores, los reguladores y los proveedores de servicios como OneKey Payments será fundamental para garantizar un crecimiento sostenible y responsable del iGaming en Brasil. Al trabajar juntos para abordar los desafíos y aprovechar las oportunidades emergentes, se podrá construir un futuro vibrante y próspero para la industria del juego en línea en el país.

Si bien hay retos por delante, el futuro de las apuestas en línea en Brasil es prometedor. Con soluciones innovadoras y una colaboración sólida entre todas las partes interesadas, podrán aprovechar al máximo el potencial de este emocionante mercado y ofrecer experiencias de juego excepcionales para los jugadores brasileños.

satisfacción del cliente.

Como los usuarios deben elegir en qué sitios web depositarán su dinero o apostarán, ellos elegirán aquellas páginas que tengan ancho de banda y experiencia de usuario. “Y esta es la solución en la que estamos trabajando junto con los operadores para simular cómo el cliente ingresaría a un sitio web amigable con el usuario”, revela Raldi.

Estas soluciones no solo benefician a los operadores al aumentar la eficiencia y mejorar la seguridad, sino que también benefician al usuario por los motivos antes mencionados. Al simplificar el proceso de incorporación y mejorar la experiencia de pago, OneKey Payments está allanando el camino para un juego en línea más exitoso y próspero en Brasil.

Marzia Turrini de BMM Testlabs

“PRESTAMOS UN SERVICIO CONSISTENTE EN TODOS LOS MERCADOS”

BMM Testlabs está presente en más de 700 mercados, registrando un crecimiento significativo al asegurar un acceso a todos los mercados regulados, destacando por su excelencia en pruebas y ensayos a nivel mundial.

Con su reciente reestructuración, BMM busca unificar y fortalecer los servicios digitales, enfocándose en la calidad, rapidez y la coordinación global. En entrevista exclusiva con la revista *CASINO*, Marzia Turrini, presidenta de Juego Digital, Seguridad e Inspecciones de BMM Testlabs, destaca el crecimiento de la compañía en los últimos años, resaltando la apertura de un nuevo laboratorio en Brasil y la expansión en Perú. Además, destaca las iniciativas de BMM para ofrecer soluciones integrales de ciberseguridad y formación en cumplimiento normativo.

—¿Cómo entró al sector del juego? ¿Cuál era la situación del mercado del juego en aquel entonces?

Empecé en el sector del juego como gerente de productos y más tarde como gerente de ventas de Atronic. Posteriormente, ocupé cargos de ventas y desarrollo empresarial en CIRSA, Cyberview Technologies y BetStone antes de integrarme en BMM en 2013. El mercado ha cambiado mucho desde que llegué. Cuando me incorporé a Atronic, nuestro sector era mayoritariamente presencial y, a lo largo de mi carrera, he visto la expansión del iGaming y, ahora, de las apuestas deportivas, así como el crecimiento del juego en muchos mercados nuevos de todo el mundo.

—Gracias a su trayectoria en el sector del juego, ¿qué lecciones puede compartir con nosotros?

Recuerdo que me sentí un poco perdida cuando entré en el sector del juego. Provenía de los sectores bancario y de telecomunicaciones, que parecían estar un poco más estructurados y organizados.

Sin embargo, a los pocos meses, sobre todo cuando pasé del área de productos a la de ventas (Atronic Systems), empecé a disfrutar y apreciar de verdad las grandes oportunidades que ofrece este sector.

»»» Continuamos incrementando nuestra presencia en mercados digitales emergentes como Estados Unidos y Latinoamérica.

Nunca me he aburrido en los últimos 21 años. Cada día es un nuevo reto y, lo más importante, nunca dejo de aprender. Este sector es extremadamente dinámico, crece y se desarrolla constantemente junto con la tecnología. Y, sobre todo, este sector es como una gran familia para mí.

—Profesionalmente, ¿qué significa para usted haber recibido la responsabilidad de liderar los negocios digitales en BMM Testlabs?

Estoy muy contenta con mi nuevo cargo en BMM como presidenta de nuestra divi-

sión de Juego Digital, Seguridad e Inspecciones a nivel mundial. El iGaming y las apuestas deportivas se están globalizando desde Europa, y debemos atender a estos grandes clientes digitales de forma consistente y eficaz en todo el mundo. En mi nuevo puesto, me dedicaré a unificar todo eso, bajo mi liderazgo. Con ello sacaremos provecho de la experiencia digital, en seguridad e inspecciones que hemos adquirido a lo largo de años de servicio a nuestros clientes en Europa, a la vez que seguimos incrementando nuestra presencia en mercados digitales emergentes como Estados Unidos y Latinoamérica.

—¿Cómo va a contribuir la nueva reestructuración de BMM Testlabs a su crecimiento y a una relación más estrecha con sus clientes?

Ahora que el juego digital, la seguridad y las inspecciones están centralizados en una estructura a mi cargo, podremos prestar un servicio consistente a nuestros clientes digitales en todos los mercados de juego del mundo, haciendo énfasis en la experiencia, la coordinación, la calidad y, sobre todo, la rapidez.

—BMM Testlabs ha tenido un crecimiento importante en los últimos años. ¿Qué factores considera que han favorecido a este éxito?

BMM ha logrado siete años de aumento récord de ingresos y EBITDA, y 2023 será nuestro año más exitoso hasta el momento. Actualmente, operamos en todos los principales mercados de juego del mundo y realizamos ensayos y certificaciones de



todo tipo de productos de juego regulados. BMM presta servicio a más de 700 mercados, realiza pruebas de todas las normas técnicas adoptadas por cualquier jurisdicción de juego regulada, y hemos registrado un crecimiento extraordinario tras lograr un acceso casi total al mercado en Estados Unidos y demostrar nuestra excelencia en materia de pruebas a nivel internacional.

Nuestro crecimiento puede atribuirse en gran medida a nuestras sólidas relaciones, nuestra competitiva gama de servicios y soluciones y nuestros excepcionales equipos en 15 oficinas repartidas por todo el mundo.

—¿Cuánto han avanzado las tecnologías en este sector y cómo han influido en la forma de ofrecer sus servicios?

Hemos automatizado muchos de nuestros procesos internos para aumentar la calidad y reducir el tiempo de comercialización para nuestros clientes. Esto incluye el uso de IA, herramientas y metodologías de pruebas remotas y aplicaciones avanzadas de pruebas de carga para reducir drásticamente el tiempo y los costos de las pruebas para nuestros clientes.

Además, a medida que las tecnologías emergentes como la IA, las criptomonedas, la blockchain, los NFT y la Web 3.0 (metaverso) empiecen a influir en el diseño de los productos de juego y en la supervisión regulatoria, BMM permanecerá a la vanguardia de este cambio. Desempeñaremos un papel de liderazgo en la colaboración con las autoridades reguladoras, los desarrolladores y los fabricantes del sector del juego para impulsar estas tecnologías emergentes y ayudar a definir cómo se prueban y certifican para que puedan llegar al mercado con mayor rapidez. Nuestros equipos de regulación y gobierno también tendrán un rol fundamental a la hora de ayudar a los reguladores del juego a mitigar riesgos y definir el alcance de estas innovadoras experiencias.

—¿Qué expectativas tiene ante la apertura de la nueva oficina en Brasil? ¿Qué impacto considera que tendrá?

Nos entusiasma ampliar nuestra presencia en Latinoamérica con Brasil, donde



Marzia Turrini aseguró que la compañía está lista para ayudar a lanzar los nuevos programas de juego digital en Perú y garantizar un entretenimiento justo y seguro.

estamos en proceso de abrir un nuevo laboratorio y una oficina para atender a nuestros clientes brasileños. Aunque ya tenemos un laboratorio bien establecido en Perú para atender a nuestros clientes de Latinoamérica y el Caribe, creemos que contar con un laboratorio especializado para atender a Brasil es muy importante debido al tamaño potencial del mercado brasileño. Con las regulaciones del juego en línea y las apuestas deportivas ya en marcha, esperamos que el próximo avance sea un proyecto de ley de casinos físicos para legalizar y regular los casinos físicos, las salas de bingo y las carreras de caballos.

—A principios de año, BMM Testlabs se convirtió en uno de los primeros laboratorios de certificación del mercado peruano. ¿Cómo asume este reto?

BMM fue una de las primeras empresas autorizadas para probar y certificar en el

recién regulado mercado peruano de iGaming y apuestas deportivas, lo que supuso un momento clave para BMM. Estamos listos y deseosos de ayudar a lanzar los nuevos programas de juego digital en Perú y garantizar un entretenimiento justo y seguro para este nuevo mercado regulado. Con un laboratorio y oficina en Lima desde 2007, estamos bien equipados para atender las necesidades físicas y digitales de Perú, el tercer país más grande de Sudamérica. Este logro de BMM pone de manifiesto nuestro compromiso con la prestación de servicios excepcionales de certificación y cumplimiento de productos a nuestros clientes de todo el mundo.

—¿Qué puede esperar el mercado peruano de los demás servicios de iGaming que ofrecerán?

Además de los servicios de pruebas y certificación físicos que BMM ofrece a los operadores de casinos de Perú, hemos

recibido la autorización para ofrecer toda nuestra gama de servicios de iGaming y apuestas deportivas.

Para los programas de iGaming de Perú, podemos realizar evaluaciones de juegos, análisis e informes de ganancias de juegos, evaluaciones del retorno al jugador ("RTP"), evaluaciones matemáticas de juegos, pruebas de RNG, pruebas de RGS y plataformas, auditorías de seguridad, pruebas de penetración y mucho más.

Nuestros servicios de apuestas deportivas incluyen pruebas y certificaciones jurisdiccionales completas, pruebas de geolocalización, pruebas de gestión de transacciones y pagos, y pruebas y auditorías de ciberseguridad para proteger la infraestructura y los datos de los jugadores.

—¿Cuáles son las próximas ferias y exposiciones en las que estarán presentes y cuál es el mensaje para sus clientes?

Esperamos poder reunirnos con nuestros clientes en la conferencia SIGMA Américas de Sao Paulo, Brasil, del 23 al 26 de abril; en Perú Gaming Show, el 12 y 13 de junio; y en G2E, Las Vegas, del 7 al 10 de octubre. Nos entusiasma ver a nuestros clien-

tes y socios en estos eventos, en los que hablaremos de la globalización de BMM, de su crecimiento para atender ahora a más de 700 mercados en todo el mundo; de su nueva estructura de líneas de negocio; y de su enfoque para atender a los clientes con calidad, rapidez y consistencia mediante el uso

»»» El crecimiento de BMM responde a sus sólidas relaciones, su competitiva gama de servicios y soluciones, y su gran equipo repartido por todo el mundo.

de tecnologías automatizadas que reducen los costos y el tiempo de comercialización.

—¿Qué le depara a BMM Testlabs el 2024? ¿Cuáles son los objetivos para fin de año?

Empezamos muy bien el año 2024, con la apertura de nuestro laboratorio en Brasil,

la preparación del nuevo mercado regulado de iGaming y apuestas deportivas de Perú y el aprovechamiento de nuestra experiencia en iGaming en Europa para prestar servicio en los nuevos mercados emergentes de Estados Unidos, Latinoamérica, Asia y África, entre otros.

A lo largo del año, también seguiremos impulsando nuestras empresas asociadas BIG Cyber y RG24seven Virtual Training. BIG Cyber, que ofrece soluciones completas de ciberseguridad para el sector del juego, acaba de asociarse con una empresa llamada Maxxsure para ofrecer soluciones de gestión de riesgos de ciberseguridad, incluyendo la única M-Score™ del mundo, una puntuación de ciberriesgo que cuantifica en dólares la exposición al ciberriesgo de una empresa. Indica el grado de preparación y resistencia de una empresa ante un posible ciberataque. RG24seven Virtual Training ofrece la mejor capacitación y formación gratuitas en materia de cumplimiento normativo para empleados de empresas de juego, con cursos virtuales sobre prevención del lavado de dinero, prevención de la trata de personas, responsabilidad social corporativa, pruebas y cumplimiento normativo, y tecnología aplicada a los juegos de casino.



El staff de BMM Testlabs es uno de los grandes soportes del éxito de la compañía.



Brasil PAÍS DE INTERÉS MUNDIAL

La nación carioca se ha posicionado como uno de los mercados más interesantes para la industria del juego por las diferentes oportunidades de crecimiento que pueden presentar las marcas.

Sin lugar a dudas, Brasil es el gigante de Latinoamérica que despierta el interés de la industria del juego. Por ello, en la conferencia realizada por SBC Río 2024 se abordó sobre lo que las marcas internacionales esperan

al ingresar al mercado brasilero, cómo pueden comprender mejor la cultura local, las tendencias de consumo de medios y las estrategias de marketing.

Otro de los temas pilares de la mesa redonda denominada “Operadores In-

ternacionales: Cómo avanzar en Brasil”, fue los derechos del consumidor, una vez que esta industria pase a ser regulada. El panel fue conformado por Cecilia López Boronat, directora de Comunicaciones de Lottofy; Andreas Bardun,

A su vez, aprovechó para aconsejar sobre el jugador brasilero, cómo comunicarse a nivel local, usando el idioma correcto, y el tono de voz adecuado, para realmente comprometerse con la audiencia del país carioca.

“Este no es el mercado esperado para venir empaquetado de Europa y desplegarlo aquí. No va a funcionar aquí de la misma manera porque es una potencia bastante diferente”, consideró.

»»» **“En Brasil todos tienen un equipo de fútbol favorito, caso contrario es lo que ocurre en Europa”.**

DIFERENCIA CRUCIAL

El representante de Brasil Parimatch, por su parte, explicó que, si bien está desde el 2023, ha podido apreciar grandes diferencias que separa el mercado

brasileño de los demás. Mencionó que “en Brasil todo es diferente”, fundamentado en que, por ejemplo, las fuentes de tráfico distan de las europeas. Incluso, que la forma de construir la marca también es diferente, ya que en Brasil se cuenta con gran acogida de la televisión, lo que no se percibe en Europa.

“Así que ahora, en nuestra experiencia, estamos haciendo una gran adaptación de cómo solíamos dirigir el negocio en otras regiones y espero sea exitoso”, sustentó Tsaryk.

Por su parte, Cecilia López consideró que el mercado brasilero es una gran oportunidad y que tiene sus propias peculiaridades que son desafiantes para los operadores internacionales.

“También es muy bueno porque la

fundador de KTO; Alex Fonseca, CEO Brasil de Superbet; Maksym Tsaryk, jefe de Brasil de Parimatch; y como moderador estuvo John Moss, director de 34 Consulting Ltd.

Durante su ponencia, Fonseca aclaró que es importante que Brasil sea visto como un mercado potencia y particular. Explicó que no es igual hacer negocios en dicha nación que en Europa o Estados Unidos.

“Creo que la mayor oportunidad es para los operadores que logren encontrar la mejor cooperación entre el mejor cumplimiento e intercambio y la mejor manera de hacer marketing y negocios en Brasil”, agregó.



El fútbol es el deporte más aclamado en Brasil.



Se considera que los brasileños se diferencian de otras regiones porque viven la pasión del fútbol.

población está realmente interesada en la industria del juego. Realmente conoce el sector y creo que todavía hay muy buenas oportunidades ahí”, agregó López.

Bardum también resaltó que en Brasil todos tienen un equipo de fútbol favorito, caso contrario es lo que ocurre en Europa, donde algunas personas no están interesadas en los deportes. Viendo tal magnitud del asunto, consideró que el mercado publicitario en esta rama está extremadamente lleno.

“Lo que hacemos es mucho más como marketing de base en diferentes tipos de áreas. El año pasado, por ejemplo, creamos nuestro propio festival de rock en Porta Allegra, que llamamos KTO Rock’s. Estamos ideando formas completamente diferentes de hacer marketing”, destacó.

LOCALIZACIÓN COMO CLAVE

Para el CEO Brasil de Superbet, una excelente localización del producto será imprescindible para realmente ganar presencia en el mercado de Brasil. Detalló que no solo se trata de traducción del

producto, sino que también incluye la cobertura que se dan en los mercados o qué tan profundo se entiende a los deportes brasileños.

Explicó que este es un país particular también porque se dan un aproximado de mil partidos de fútbol al año y eso no es común a nivel mundial. “Realmente necesitas tener una cobertura profunda de eso. Métodos de pago rápidos, un producto confiable”, añadió.

»»» **“Creo que la clave de lo que estaba diciendo es que el mercado de Brasil necesita confianza si van a confiar en ti”.**

Diferenció al mercado brasilero del europeo también planteando que en el caso del primero se puede llegar a tener picos de 100 000 clientes conectados,

mientras que en Brasil esta cifra se quintuplicaría (500 000).

“Por último, pero no menos importante, diría que es fundamental aprender a lidiar con el abuso de bonos porque esto se está convirtiendo en un problema real en Brasil. Puede ser bastante perjudicial para todas las marcas que operan aquí”, aconsejó.

Finalizó recomendando que las empresas implementen políticas para prevenir el abuso de bonos de manera rápida, ya que es un gran problema en la sociedad brasileña.

RAÍCES DEL JUEGO

Para Andreas Bardum, fundador de KTO, empresa que tiene unos cinco años aproximadamente en el mercado brasilero, también es fundamental promover la innovación.

“Todo el comercio y el libro de deportes siempre vienen de Europa y ahora, últimamente, un poco más en América”, explicó.

Asimismo, aclaró que antes las empresas internacionales no habían visto al mercado brasilero por diferentes

motivos. Manifestó que antes faltaban jugadores especiales, o porque nadie cuidada de este mercado, y estos 2 eran factores que querían cambiar como empresa.

IMPORTANCIA DEL MERCADO

Tsaryk comentó también que el mercado brasilero es muy abierto y se le puede considerar como uno de los mercados que tiene la competencia más alta globalmente.

“Necesitamos encontrar una manera de atraerlos a la plataforma. Necesitamos luchar por cada cliente. Sabemos con seguridad que los usuarios de Parimatch, Superbet o Betano no usan solo una plataforma. Comparan las cuotas, comparan el rendimiento y toman una decisión de qué plataforma usar para ciertos partidos basados en las emociones y en el momento correcto cuando el partido va a empezar”, agregó.

Por ello, explicó que la competencia es el mayor desafío para las empresas y es la que también termina impulsando

que los propios jugadores tengan una mejor experiencia.

Por su parte, la representante de Lottify consideró que es significativo trabajar de manera estrecha con los socios locales, porque no solo es hacer branding con personas y colores propios del

»»» **Fonseca aclaró que es importante que Brasil sea visto como un mercado potencia y particular.**

país, sino que también será clave conocer lo que realmente les gusta.

“Creo que la clave de lo que estaba diciendo es que el mercado de Brasil necesita confianza si van a confiar en ti. Eso es muy importante en su mercado, les gusta realmente buscar diferentes

ofertas. No es una decisión de compra rápida, invierten mucho tiempo e investigación mirando a través de diferentes ofertas. Esa es la clave principal para mí”, comentó López.

También acotó que es fundamental trabajar de cerca con Influencers, marcas locales y hacerles notar que eres una empresa confiable y que puedes proporcionar un buen valor.

ASPECTO REGULADOR

En la ponencia también se abordó el tema de la regulación y protección al jugador. En esa línea, Fonseca dijo que será crucial que el regulador les brinde seguridad legal que permita operar si tener que lidiar con miles de juicios porque sabes que otra ley dice que tal vez hagas una especie de equivalencia.

Los expositores también concordaron que el tema del juego responsable es fundamental para el país y para ellos como empresa. Asimismo, anunciaron que están a la espera de que la regulación incluya este tema dentro de los ítems.



Para el éxito de las marcas será fundamental tener en cuenta la preferencia y comportamiento del jugador brasileño.

Don Manuel San Román

UNA VIDA DEDICADA AL SERVICIO

El regulador cuya vida profesional destacó por impulsar la industria del juego transparente, legal y responsable. Sus acciones y su legado quedarán grabados en la historia del sector en el Perú.

John C. Maxwell decía que “el legado de un hombre vive después de él, no solo en las cosas que dejó atrás, sino en las vidas que tocó”. Quizás esa frase resume de la mejor manera la

trascendencia de Don Manuel San Román para la industria del juego en el Perú y para quienes tuvieron la suerte de conocer “el otro lado” del querido y destacado funcionario.

Tras dejar este mundo el pasado 3 de marzo, han sido innumerables las muestras de cariño y agradecimiento hacia una persona que marcó un antes y un después del sector, y cuya encomiable labor ha sido reconocida tanto en el país como, especialmente, en el extranjero.

EL RETO DE LA FORMALIZACIÓN

En setiembre de 2006, el ing. Manuel San Román es designado, a través de una resolución ministerial, como director general de Juegos de Casino y Máquinas Tragamonedas (DGJCMT) del Mincetur. Su primera y gran tarea consistió nada

menos que en formalizar a un sector de juegos que se encontraba en pleno crecimiento en el Perú.

Para ello, el gobierno de turno aprobó la Ley 28945, Ley de Reordenamiento y

Formalización de la actividad de explotación de juegos de casino y máquinas tragamonedas. Esta norma buscaba que los operadores pudieran acceder al marco legal vigente. San Román y su equipo tenían una tarea tan grande como la expectativa que se había creado en todo el país.

Yuri Guerra, quien actualmente se desempeña como titular interino de la DGJCMT, trabajó más de 15 con Don Manuel San Román en este organismo. Cuenta que, precisamente, en esos primeros años “coincidió con el inicio exitoso del proceso de formalización”.

“Durante ese tiempo, nos enseñó a trabajar en equipo para consolidar las metas propuestas, sacando lo mejor de cada uno de nosotros, convirtiéndonos así, en profesionales más competitivos, listos y

»»» **“El desafío de la formalización fue el más grande reto que enfrentamos. Felizmente se pudo sacar adelante con el esfuerzo de todo el equipo y el liderazgo que mostró el Ing. San Román desde el principio”.**

Augusto Paulet, ex titular de la Dirección de Autorización y Registro de la DGJCMT

dispuestos para asumir los retos que había trazado para el sector del juego a futuro. Esto a través del adecuado conocimiento de la realidad del sector, de los estándares técnicos de la industria y de una articulada relación con la empresa privada, quienes, para él, eran socios estratégicos al generar empleo y desarrollo económico para el país”, recuerda.

Para Augusto Paulet, ex titular de la Dirección de Autorización y Registro del ente



regulador, la clave de la formalización del sector fue el liderazgo que el Ing. Manuel San Román mostró desde el principio de sus funciones. “A pesar de que se trataba de una actividad que al inicio no conocía, pasado el tiempo, con la dedicación y el entusiasmo que lo caracterizaba llegó a dominarla muy bien”, sostuvo.

Según Paulet, uno de los rasgos más destacados de este liderazgo era su habilidad para adaptarse y comportarse de ma-

nera acorde a cada circunstancia. “Aprendí mucho de él, e intento llevarlo a la práctica”, reconoce.

IMPULSANDO EL CRECIMIENTO DEL SECTOR

Las acciones de Don Manuel San Román al frente de la Dirección General de Juegos de Casino y Máquinas Tragamonedas repercutieron en una sólida base de la cual se ha continuado construyendo en

pro del sector. “Otro de los grandes logros de su gestión fue la implementación del Sistema Unificado de Control en Tiempo Real (SUCTR), realizada en el 2010, la cual impactó directamente en el aumento de la recaudación tributaria para el Estado peruano”, destacó Yuri Guerra.

El actual Director interino de la DGJCMT consideró que, gracias a este trabajo, junto con la formalización del sector, el organismo fue considerado

a nivel internacional como uno de los mejores reguladores en la industria del juego.

Don Manuel San Román nunca perdió su norte en todos estos años de gestión. El cambio constante de autoridades administrativas fue uno de los retos que logró sobreponerse. “Supo mantenerse estable emocionalmente, mostrando profesionalismo y responsabilidad”, señaló Augusto Paulet.

»»» **El ing. San Román dejó una parte de sí en cada uno de nosotros. Su ejemplo y guía nos impulsa a seguir trabajando por el Perú, continuando el camino que el trazó y avizó en el año 2006, en busca del fortalecimiento y consolidación del sector juego en el país.**

Yuri Guerra, titular interino de la DGJCMT

DE LA MANO CON LOS EMPRESARIOS

San Román es recordado también por su acercamiento y compromiso por el desarrollo del sector empresarial en el país, así como por su capacidad de consenso. “El ‘Ingeniero San Román’, como tantas veces lo nombramos y escuchamos llamarlo, fue protagonista importante liderando a su equipo en la DGJCMT, en la recuperación, el desarrollo y el crecimiento de este sector”, sostuvo Fernando Calderón, presidente de la Sociedad Nacional de Juegos de Suerte y Azar.

El líder gremial recuerda que esta relación no estuvo exenta de algunas posiciones encontradas. “A pesar de tener ideas diferentes en varias ocasiones, su dedicación orientada al servicio y a solucionar situaciones adversas, ha permitido el fortalecimiento del sector”, admitió.



Yuri Guerra Padilla-Director General (e) de la Dirección General de Juegos de Casinos y Tragamonedas.

amiento del sector”, admitió.

Para Fernando Calderón, la figura de Don Manuel San Román es ejemplo de dedicación, empatía, integración y servicio, lo cual permitió una relación fluida de comunicación entre los empresarios y el ente supervisor en todo nivel. “Esto generó que el Estado conozca y entienda la realidad del administrado y que se puedan establecer puentes y alternativas constantes de diálogo. Todos lo hemos escuchado decir permanentemente: ‘Tengo políticas de puertas abiertas para los administrados’. Esta frase la cumplió en todo momento”, enfatizó el líder de SONAJA.

UN LEGADO QUE TRASCIENDE

Tal vez uno de los grandes logros de Don Manuel San Román fue conseguir que el gobierno y el sector privado puedan reconciliarse para sacar adelante a la industria del juego. “Recuperé la confianza de los empresarios sobre la DGJCMT. Esta confianza, permitió generar que los operadores se sientan respaldados. Se instauró políticas de puertas abiertas, a través del diálogo alturado y respetuoso. No había problema o inquietud pequeña que no era atendida”, destacó Yuri Guerra.

La firmeza en sus decisiones y una lucha perseverante para la concreción de los proyectos que tenía trazado para el sector

de juegos es otra de las grandes virtudes del ingeniero, según sostiene el titular interino del ente regulador. “Siempre de la mano con la honestidad, humildad, transparencia, sencillez y carisma que lo caracterizaba, y que conllevó que el equipo de profesionales de la DGJCMT se comprometiera con las labores que realizan, lo que evidencia el gran legado personal que ha dejado tanto en la DGJCMT, el Mincetur y el sector del juego”, enfatizó.

Fernando Calderón considera que el mayor aporte de Don Manuel San Román fue su participación y sentido de pertenencia y compromiso por el sector. “Formó un equipo, una familia en su Dirección (...) podemos hablar de muchos de sus logros, pero sin lugar a dudas sus características personales, su don de gente y su personalidad son el mejor aporte para el sector del juego en el Perú”, concluyó.

Y no es para menos, si hay algo que siempre ha destacado a Don Manuel San Román en todos estos años ha sido su amabilidad y cordialidad, siempre esbozando una cálida sonrisa, que quizás poco se suele ver en un funcionario de su rango.

Los hombres pueden partir de este mundo, pero sus ideas perduran; y el ing. Manuel San Román dejó muchas lecciones para aquellos que aspiran, desde algún cargo público, hacer del Perú un lugar mejor. Un país con una fuerza empresarial importante, que trabaja incansablemente por su desarrollo y sostenibilidad en el tiempo.



Don Manuel San Román recibiendo un reconocimiento de PGS, Rubén Solórzano y Joe Lopez.



Fernando Calderon-Presidente de SONAJA.

»»» **“Su nombre no representa un significado en el pasado, su nombre tiene y tendrá una presencia permanente en todo el sector. El ing. San Román es protagonista importante liderando a su equipo en la DGJCMT en la recuperación, el desarrollo y el crecimiento de esta industria”.**

Fernando Calderón, presidente de SONAJA



Cristian Robalino, Vice Presidente SBC SUMMIT - Foto cortesía de Soloazar.

SBC Summit Río

LA FIESTA DE RÍO



Augusto Pesoa, Raivis Zile y Maksims Rutenbergs-SoftGamings.

Más de 4000 ejecutivos, especialistas, autoridades y los principales actores del juego participaron en la edición del SBC Summit Rio 2024 que tuvo como centro de agenda toda la actualidad y futuro del juego en Brasil.

Esta edición, que superó largamente las expectativas, presentó ponencias de primer nivel como la regulación de las apuestas y casinos en línea en Brasil, tecnología, marketing, publicidad, afiliados, entre otros.

SBC Events confirmó que la próxima cita será los días 25, 26 y 27 de febrero del próximo año, una fecha que coincidirá con el inicio de los Carnavales, los cuales ofrecerá a todos los visitantes una experiencia inolvidable en Río de Janeiro.



Stand de GLI.



Fernando Martinez y Alonso Jibaja-Betgenius.



Tony Salor, Diego Verano y Pedro Extremera.



Julia Foganholy, Evans Concha y Claudio Correo - PRONTO PAGA.



Natalia Nogues_Control F5.



Peterson Baungartner, Jose Carlos Baungartner y Mike De Paula.



Georges Didier, Valter Delfrano Jr y Karen Sierra.



Gina Macheri- Salsa Technology.



Camilo Millon, Enrique Romero y Jorge Morales.



Fabricio Murakami y Fernando Garita.



Pietro Fiorito_Quinel.



El equipo de SIS, liderado por Michele Fischer.

SBCEVENTS 2024

El evento líder del juego y las apuestas en Norteamérica

SBC | SUMMIT NORTH AMERICA

7-9 DE MAYO

Meadowlands Exposition Center, New Jersey

El Futuro del Juego

CASINO BEATS SUMMIT

21-23 DE MAYO

InterContinental Malta

El Evento Principal del Juego y las Apuestas de Canadá

CANADIAN GAMING SUMMIT

18-20 DE JUNIO

Metro Toronto Convention Center, Toronto

La conferencia principal de juego online y apuestas deportivas para Europa Oriental y Asia Central

SBC | SUMMIT TBILISI

25-26 DE JUNIO

Sheraton Grand Tbilisi Metechi Palace, Tbilisi

El show global del juego y las apuestas

SBC | SUMMIT

24-26 DE SEPTIEMBRE

Feira Internacional de Lisboa (FIL), Lisbon

Conectando los Mercados de Juegos y Apuestas Deportivas en Latinoamérica

SBC | SUMMIT LATINOAMÉRICA

29-31 DE OCTUBRE

Seminole Hard Rock Hotel & Casino, Miami

HAY OPORTUNIDADES DISPONIBLES PARA PATROCINIOS Y EXPOSICIÓN

– cualquier consulta, por favor, contar a sales@sbcgaming.com

Para más información, visite sbcevents.com o escanee el Código QR





Corte de Cinta.

SAGSE Latam 2024

EL EPICENTRO DEL JUEGO

El Hilton Hotel & Convention Center de Buenos Aires fue el escenario de la edición número 32 de SAGSE Latam 2024, que convocó a todos los representantes de la industria del entretenimiento a participar de exposiciones,

conferencias, charlas y mesas redondas. Los organizadores se mostraron conforme con el impacto generado entre todos los asistentes. Y no es para menos, durante los días 20 y 21 de marzo tanto la exposición como las conferencias presentaron un número

importante de asistentes quienes aprovecharon al máximo del formato presentado. Por último, Monografie adelantó las fechas de la próxima edición de SAGSE Latam, que se realizará los días 19 y 20 de marzo del 2025.



Andriele Dias-Pragmatic Play.



Christopher Smith-Creedroomz y Hannah Aghabekyan-Pascal.



Daniel Magariños-BMM Testlabs.



Dario Montero-Casino Buenos Aires y Carlos Carrion-Aristocrat.



Gina Macheri Figuerola y Eliane Nunes-Salsa Tech.



Equipo Air Dice.



Equipo Amusnet.



Equipo IGT y Leonardo Sosa-KONAMI.



Equipo Dayco.



Evert Montero Cárdenas-FecolJuegos.



Karen Sierra Hughes-GLI y Andres Troelsen-Belatra.



Fabian Grous y Max Bauer-Novomatic.



Stand de EVOLUTION.



Javier CiccioMessere-Golden Race.



Nestor Cotignola-ENREJA SALTA.



Hannah Aghabekyan-Pascal Gaming



Gustavo Sanchez-XLima_ Gevorg Rushanyan-Digitain y Gonzalo Pérez-Apuesta Total.



Rubén Solórzano y Joe Lopez-Peru Gaming Show (PGS).



Sergio Longo-Betconstruct.

Perspectivas del mercado de apuestas deportivas

PROYECCIÓN Y OPORTUNIDADES DEL JUEGO EN LÍNEA

La Asociación Internacional para la Integridad en las Apuestas (IBIA), H2 Gambling Capital y el Instituto Brasileño de Juego Responsable (IBJR), tras una ardua investigación, presentaron las tendencias y proyecciones del mercado de apuestas deportivas en el panorama global del juego, junto con las oportunidades y desafíos que enfrentan los operadores y reguladores del sector.

La Asociación Internacional para la Integridad en las Apuestas (IBIA), H2 Gambling Capital y el Instituto Brasileño de Juego Responsable (IBJR) realizaron el estudio titulado "Disponibilidad de productos de apuestas deportivas: un análisis económico y de integridad", con la finalidad de proporcionar evidencia basada en datos para que se pueda emitir juicios más informados sobre la disponibilidad de productos de apuestas deportivas regulados y la mejor manera para responder a la creciente demanda de estos productos por parte de los consumidores, reforzar la supervisión del mercado terrestre y la lucha contra el arreglo de partidos.

El estudio analizó y comparó la disponibilidad de productos de apuestas deportivas, especialmente online, en 12 jurisdicciones, donde actualmente existe una amplia variación de enfoque regulatorio. Estos son: Australia, Brasil, Canadá, Dinamarca, Alemania, el Reino Unido, Italia, Países Bajos, Ontario, Portugal, España y Suecia.

Existe una serie de jurisdicciones que están avanzando en la regulación de sus mercados de apuestas deportivas en línea para abrirlos a mercados internacionales, particularmente en América Latina. También se están llevando a cabo debates en toda América del Norte para aquellos estados que aún no han regulado en los EE. UU., y también provincias canadienses fuera de Ontario. Al otro lado del mundo, los mercados europeos que han retenido proveedores monopolistas del juego, como



Noruega y Finlandia también están debatiendo una nueva estructura regulatoria que incluya compañías privadas.

Pero, el que genera gran interés es el cambio regulatorio del juego en Brasil, ya que proporciona un estudio de caso útil, aunque el análisis es igualmente aplicable a otros mercados reguladores.

CRECIMIENTO DEL JUEGO

El estudio encontró que, en los últimos cinco años, las apuestas deportivas online han crecido a un ritmo más de cinco veces superior al de las apuestas realizadas por operadores físicos (22.7% frente a 4.3% CAGR). Este año las apuestas deportivas globales reguladas tendrán un valor de 94 000 millones de dólares en ingresos brutos del juego (GGR), con el 65% (61 000 millones de dólares) generado a través de apuestas en línea, y se prevé que alcance aproximadamente 132 000 millones de dólares para el 2028, con más del 70% (93 000 millones de dólares) en línea.

De igual manera, se estima que aproxi-

madamente el 47% de todas las apuestas deportivas en línea se realizarán en tiempo real para este año, y que las apuestas en directo alcanzarán los 47 000 millones de dólares en el 2028, lo que representa el 51% de todo el mercado mundial de apuestas deportivas.

»»» H2 Gambling estima que a nivel mundial el 83% de todas las apuestas deportivas se realizarán con licencia onshore.

H2 Gambling estima que a nivel mundial el 83% de todas las apuestas deportivas se realizarán con licencia onshore, a diferencia de los operadores con licencia en jurisdicciones fuera de donde el consumidor final tiene su sede, frente al 63%

que se presentaba en el 2018. Eso indica que alrededor del 17% aún permanece con operadores offshore autorizados. Es importante destacar que esto no tiene en cuenta a los operadores del mercado negro que no tienen licencia en ninguna jurisdicción, que son particularmente frecuentes en mercados como Asia. Por eso, identificar y calcular cualquier actividad del mercado negro con cualquier exactitud es por su propia naturaleza problemática.

DIRECCIÓN DE LA REGULACIÓN

El informe analizó también el rendimiento de diferentes enfoques regulatorios para abordar esta creciente demanda. Se encontró que las jurisdicciones que permiten una amplia variedad de opciones de apuestas, como Gran Bretaña (con un 97% de canalización de consumidores hacia el mercado regulado), superan significativamente a países que restringen el acceso a ciertos mercados de apuestas importantes, como Portugal (con un 79%, restringiendo el fútbol y el tenis), Australia (con un 75%,



Se pronostica que las apuestas deportivas globales reguladas alcanzarán un valor de 94 mil millones de dólares en ingresos brutos del juego (GGR) en 2024.

prohibiendo el juego en línea) y Alemania (con un 60%, restringiendo el fútbol, el tenis y las apuestas en tiempo real).

Es así que se prevé que los principales mercados de apuestas de fútbol (resultado, hándicap y goles) generen un volumen de negocio de más de 500.000 millones de dólares en el 2024, de los cuales 370.000 millones de dólares procederán de las apuestas online. Mientras que, los mercados secundarios del fútbol (las tarjetas y

los saques de esquina) representan unos 70.000 millones de dólares en volumen de negocio y 7.000 millones de dólares en ingresos imponibles en todo el mundo.

En América del Norte se estima que experimente un crecimiento significativo de hasta el 65% en juego para el 2028. Casi la mitad (47%) prevé que todas las apuestas deportivas en línea se realicen en vivo durante los eventos deportivos de este año (frente al 24% y 1.400 millones

de dólares en el 2010), y que los eventos previos al partido logren generar 28.400 millones de dólares en ganancias brutas a nivel mundial.

SITUACIÓN DEL JUEGO EN BRASIL

Según detalla el estudio, en algunos países la situación del juego puede volverse más compleja con variaciones entre diferentes regiones. El éxito percibido al adoptar un modelo de regulación está abierto a diferentes interpretaciones basadas en el enfoque de la política. Sin embargo, el enfoque político fundamental es tener control y supervisión del mercado, entonces el cumplimiento de los consumidores con esa política puede considerarse un indicador central del éxito.

En el caso de Brasil, según la evaluación de la IBIA, prevé que el escenario brasileño adopte un enfoque más permisivo, lo que podría conducir a una mayor canalización de las apuestas hacia el mercado local y a una devolución de impuestos estimada en 2.300 millones de dólares para el 2025. De acuerdo con las estimaciones de H2 Gambling Capital, este enfoque podría traducirse en un volumen de negocio de apuestas deportivas de 34.000 millones de dólares y ganancias brutas onshore de 2.800 millones de dólares para el período que va hasta el 2028.

Pero, si se establecieran normas estrictas de productos en Brasil daría lugar a apuestas en el extranjero por un valor de 18.000 millones de dólares al año y más de 1.000 millones de dólares en impuestos sobre el juego perdidos entre 2025 y 2028.

André Gelfi, CEO de IBJR, subrayó que "la experiencia internacional ya ha demostrado que las restricciones y prohibiciones en diferentes mercados de apuestas deportivas, como los saques de esquina y las tarjetas amarillas, por ejemplo, son grandes desafíos para la recaudación de impuestos (...) Cuando hablamos de la integridad del deporte, tenemos que pensar más allá de la prohibición de determinadas categorías para garantizar la aplicabilidad de un entretenimiento eficaz y seguro en Brasil".

Por su parte, David Henwood, director de H2 Gambling Capital, señaló que "siem-



Según la IBIA, el entorno regulatorio en Brasil se volvería más flexible, lo que posiblemente resulte en un mayor flujo de apuestas hacia el mercado nacional y en una devolución estimada de impuestos de 2.300 millones de dólares para el año 2025.



Según las proyecciones, se espera que Norteamérica genere alrededor de 5.400 millones de dólares en ingresos brutos de juego (GGR) derivados del baloncesto para el año 2028.

pre recurrimos a los datos. Hay muchas hipótesis de que una de las principales razones por las que los clientes recurren a los sitios de apuestas extraterritoriales es porque ofrecen una gama de productos más amplia que la disponible en el territorio regulado. Los resultados del estudio refuerzan esta opinión. Limitar la oferta de tipos de apuestas onshore, incluidas las apuestas en directo, es básicamente contraproducente". Además, agregó que "a diferencia de los mercados con más éxito en la limitación del juego extraterritorial, evidenciado por una tasa de canalización superior al 90%, son los que, en general, han abierto su oferta extraterritorial a una amplia gama de productos. Hay mucho que aprender aquí en términos de regulación de mejores prácticas".

RECOMENDACIONES A SEGUIR

Este estudio ha logrado que, tras una ardua investigación, se determine las siguientes conclusiones: El análisis evalúa el impacto en el mercado derivado de la disponibilidad de los principales productos de apuestas deportivas, utilizando datos

de H2 Gambling Capital, datos operativos reales y alertas proporcionadas por IBIA. La red de monitoreo y alertas de IBIA cubre un volumen de apuestas B2C global de más de 273.000 millones de dólares para el 2023, que asciende a más de 300.000 millones de dólares si se incluyen los miembros B2B de IBIA, y se basa en datos de

»»» **Según la evaluación de la IBIA, se prevé que el escenario brasileño adopte un enfoque más permisivo.**

monitoreo transaccional por cuenta.

Además, los datos de este estudio muestran que las restricciones del mercado de apuestas deportivas impactan negativamente la canalización en tierra, y eso a su vez tiene consecuencias negativas para los

reguladores, supervisión e ingresos disponibles. Un mercado que busca maximizar el impacto económico y la protección social logradas a través de un marco regulado en tierra requieren un amplio producto de apuestas deportivas disponibles

También se anticipa que Norteamérica alcanzará aproximadamente 5.400 millones de dólares en ingresos brutos de juego (GGR) provenientes del baloncesto en el 2028, seguido por un crecimiento significativo en Europa y Asia, con aumentos de más del 20% y el 30% en GGR respectivamente, alcanzando los 2.300 millones de dólares y 3.200 millones de dólares proyectados en este período. Por ende, es sensato suponer que las apuestas de apoyo en los juegos de la NBA y la NCAA fuera de los Estados Unidos podrían superar a las realizadas en cualquier estado del país norteamericano que prohíba dicha actividad.

Sin duda, estos hallazgos destacan la importancia de políticas regulatorias adecuadas y la diversificación de productos para impulsar el crecimiento sostenible en el mercado de las apuestas deportivas a nivel global.

Chile EN BUSCA DE LA REGULACIÓN ONLINE

Se han presentado diversas posturas en cuanto a la regulación de la industria en línea. ¿Cuál es la posición del Senado, la Fiscalía y el sector privado al respecto?

Chile es uno de los países latinoamericanos potencia en la industria del juego. Tiene una regulación sólida y un crecimiento constante; pero esto no queda solo con el juego offline, sino que también el juego en línea tomado mayor popularidad.

Si bien la regulación de este tipo de industria todavía es controversial, a inicios de marzo, el Senado de Chile volvió a abordar el tema del proyecto que normaliza el juego online. Para ello, recibió a diferentes representantes, tanto del sector público como privado.

“No existe ninguna disposición en el ordenamiento jurídico chileno que impida el desarrollo de las apuestas online”, consideró Carlos Baeza, abogado y portavoz de las compañías Betsson, Betano, Coolbet, Latamwin, BetWarrior y 1xBet.

En su presentación, también resaltó que el proyecto de Ley que se está promoviendo fija una alta carga tributaria elevada a nivel mundial, considerada incluso como la más alta de la región, al alcanzar el 38%. Hizo referencia que Colombia (16.2%), Brasil (12%) y Perú (12%) tienen otros porcentajes.

“La relación de la carga tributaria y la canalización de jugadores es un factor

clave en la formulación de políticas regulatorias en la industria del juego. Reducir la carga tributaria es una estrategia efectiva para aumentar la canalización, fortalecer la regulación, proteger los intereses de los usuarios y la recaudación fiscal”, manifestó.

POSICIÓN SCJ

La representante de la Superintendencia de Casinos (SCJ), Vivien Villagrán, también estuvo presente en la reunión, y afirmó que sin una regulación legal expresa, la explotación de los juegos de azar en el país es ilegal, y, además, “constitutiva de delito”.

Durante su ponencia, también se explicó que “se observa una fuerte expansión en la oferta de juego, y que se estima un crecimiento anual del 10% en 5 años”.

En tal sentido, manifestó que en la regulación propuesta en el Proyecto de Ley “se busca establecer una normativa que incentive a empresas y clientes/as a participar en un mercado formal; y que, a la vez, desincentive y disuada la explotación ilegal del juego en línea, con el objetivo de desarrollar una industria formal en la que se reduzcan las externalidades negativas asociadas a esta actividad”.

»»» Se observa una fuerte expansión en la oferta de juego y se estima un crecimiento anual del 10% en 5 años.



Desde la entidad también se explicó sobre aumentar la percepción fiscal. De acuerdo con el Informe Financiero, el proyecto de ley en régimen recaudaría \$84.090 millones al año.

A su vez, se aclaró que entre los objetivos generales están el proteger la salud y la seguridad de los jugadores y jugadoras (“Política de Juego Responsable”), y transparentar los orígenes y el destino de los recursos obtenidos a través de estas plataformas.

POLLA CHILENA

Por su parte, la Polla Chilena de Beneficencia, liderada por Macarena Carvallo

también mostró su punto de vista frente a la normativa propuesta. Durante su presentación, Carvallo expresó su preocupación de que la institución continúa siendo considerada simplemente como otra participante en el marco propuesto por el proyecto de ley, lo cual les obligaría a solicitar una licencia al igual que los operadores internacionales.

“No obstante, Polla cuenta con una plataforma online creciendo con el tiempo y cuando tiene los incentivos adecuados, cosa que hoy no tiene”, explicó.

Defendieron su posición argumentando que la Polla no opera como una plataforma

en línea, sino más bien como una lotería con una red de agencias (contando con 2.350 agencias oficiales y más de 6.000 agentes POS).

ENTIDADES GUBERNAMENTALES

El Servicio de Impuestos Internos (SII) mostró su posición frente a las críticas sobre el pago de impuestos retroactivo y carga tributaria que se está imponiendo a las plataformas de apuestas online. De acuerdo a la entidad, lo que se espera es que se declaren los tributos pendientes y no castigar a los operadores.

“Lo que pretende esta norma transitoria

es hacer el cobro de un impuesto único y sustitutivo por aquellos impuestos que no han sido declarados en estos periodos en que sí han operado”, explicó el subdirector normativo del SII, Simón Ramírez.

Asimismo, detalló que, “desde una perspectiva tributaria, lo que la ley grava son fenómenos económicos y que hay un fenómeno que, más allá de que esté o no regulado, se les exige pagar este impuesto único y sustitutivo por estos periodos en que sí han operado”.

Por su parte, tomando como referencia el fallo de la Corte Suprema sobre declarar ilegal a más de 20 operadores de apuestas



Mauricio Fernández, director de la ULDDCO, en su presentación ante la Comisión de Economía.

deportivas en línea, la Fiscalía Nacional del Ministerio Público expuso que la ilegalidad no es sinónimo de delito.

»»» **Se considera que Chile tiene una alta carga tributaria a nivel regional, al alcanzar el 38%.**

“No es tan automático el decir que, porque la sala constitucional [Corte Suprema] ha dicho que hay ilegalidad y la reconoce, se zanje el debate respecto de la existencia de delitos en relación a las apuestas online”, explicó el director de la Unidad Especializada en Delitos Económicos, Medioambientales, Cibercrimitos y Lavado de Activos Asociados del Ministerio Público (ULDDCO), Mauricio Fernández.

Asimismo, precisó que sí existen otros delitos que están siendo investigados, como el de apuestas en línea vinculados al tema de apuestas hípcas y la investigación por delitos tributarios.



Si bien se declararon ilegales a más de 20 operadores de sports betting online, la Fiscalía manifestó que la ilegalidad no es sinónimo de delito.

BET ON A WINNING MARKET

23-25 APRIL 2024
SÃO PAULO - BRAZIL
 TRANSAMERICA EXPO CENTER

Brazilian iGaming Summit **SIGMA AMERICAS**

The leading and largest event for the iGaming, Bettech's and Sports Betting ecosystem in Brazil & Latin America

10.000 ATTENDEES	250 EXHIBITORS	20.000 SQM VENUE	GLOBAL SENIOR LEADERS	+120 SPEAKERS	INDUSTRY AWARDS

TAKE ADVANTAGE OF EARLY BIRD PRICES. BOOK AND REGISTER NOW!

»»»» brazilianigamingsummit.com ««««



ofreciendo una amplia gama de contenidos que van desde series y películas hasta transmisiones en vivo de videojuegos, tutoriales de belleza, y mucho más.

En esa línea, las marcas han encontrado también una sinergia con estos personajes y los diferentes eventos que se realizan para entretener a un público joven.

PANORAMA DIGITAL

La preferencia por el streaming es indiscutible. De acuerdo a Motion Picture Association, en 2020, el número de suscriptores superó los 1.1 mil millones a nivel mundial; y, para el 2025, Research and Markets consideró que la cifra podría alcanzar los 330.51 mil millones.

Sin embargo, a fines del 2023, se vio un crecimiento de costos en plataformas como Netflix y Disney+, esto como respuesta a la gran demanda que tiene este tipo servicios en la sociedad. Para el 2024, se pronosticaba que dicha situación no generaría inconvenientes y que el incremento de suscriptores se mantendría en alza.

Detrás de toda esta nueva corriente

están los conocidos como “Influencers” o creadores de contenido, quienes han sabido aprovechar su potencial para construir comunidades alrededor de sus producciones, jugando un papel crucial en este crecimiento.

A través de plataformas como Twitch y YouTube, han creado espacios únicos donde no solo comparten contenido, sino que

también interactúan directamente con su audiencia, generando un nuevo tipo de relación entre creadores y espectadores, más cercana y personal.

»»» **Los españoles tienen predilección por consumir contenidos enfocados en entretenimiento y humor (65%), videojuegos (51%).**

IMPACTO EN EL JUEGO

Al ver la creciente acogida que tienen estos personajes, el sector del entretenimiento

ha visto aquí una gran ventana para sus estrategias de marketing, ya sea porque estos tienen amplia audiencia o porque también le dan un soporte de credibilidad y atractivo al juego.

Se debe destacar también que los creadores de contenido no solo proporcionan características del producto, sino que, en diversas ocasiones, hacen demostraciones de las jugadas, brindan consejos

Creadores de contenido SINERGIA EN EL STREAMING

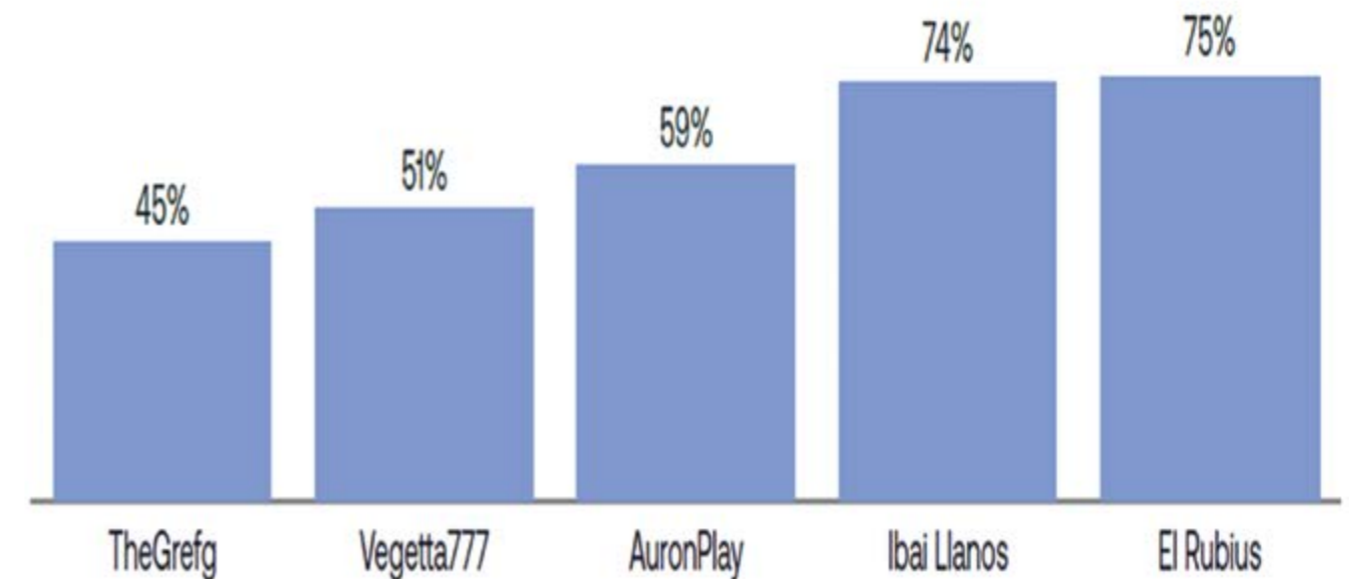
La gran acogida que han tenido los creadores de contenido está sirviendo de vitrina para las marcas del sector del juego. En países como España y Estados Unidos ya se encuentran invirtiendo en este rubro.

El mundo se encuentra transitando por una evolución constante, en el que la adaptación juega un rol fundamental para cualquier empresa. Las plataformas y formatos novedosos cada vez más sofisticados responden a las necesidades del público.

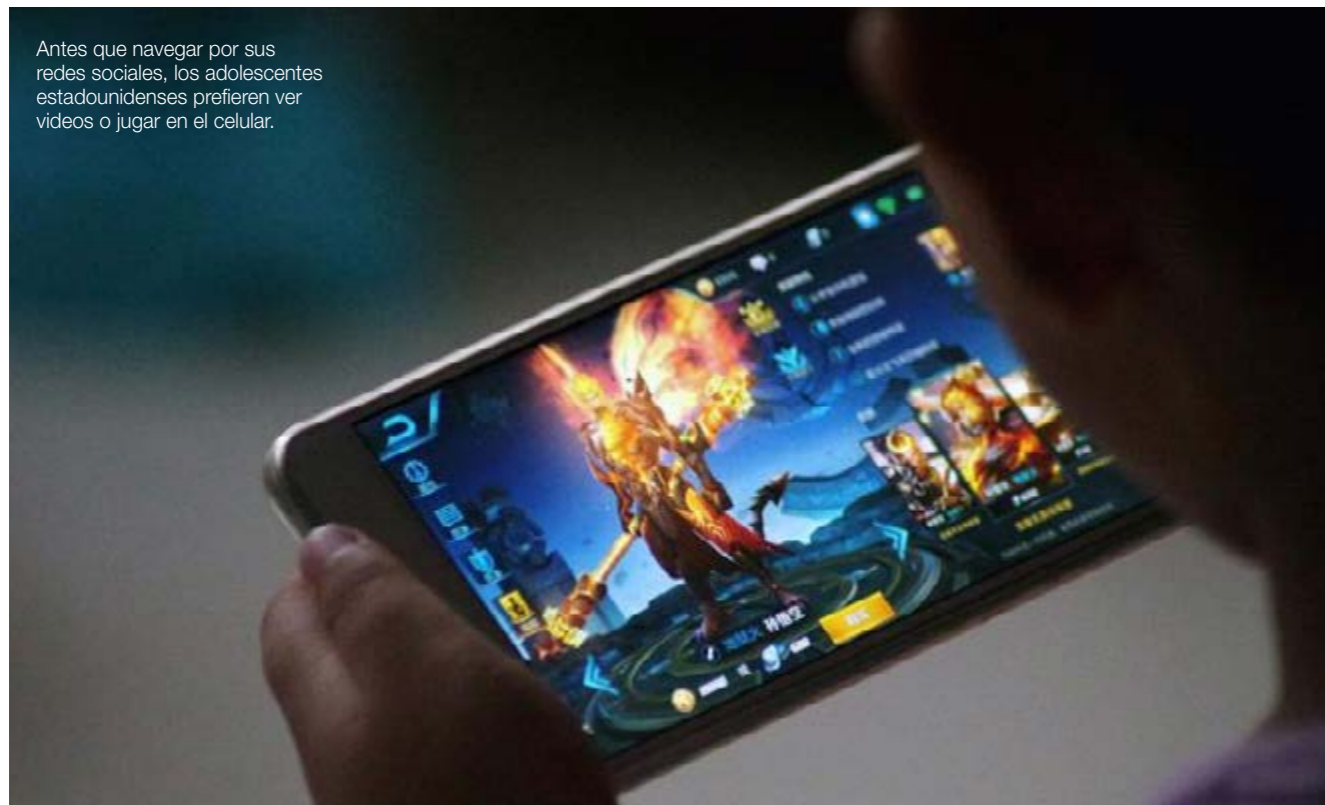
Más participación, comunicación e interacción son algunas exigencias que han sido cubiertas por uno de los nuevos canales de información como es el streaming. Lo que no solo ha sido de gran atractivo para la comunidad joven, sino que también está presentándose como una ventana de

oportunidad para las marcas.

Uno de los fenómenos más resaltantes en este ámbito es que emergieron diferentes creadores de contenido, formando comunidades comprometidas en las diferentes plataformas como Twitch, YouTube, TikTok, y Netflix han liderado este cambio,



* YouTubers o streamers más reconocidos en España. Fuente: Appinio



Antes que navegar por sus redes sociales, los adolescentes estadounidenses prefieren ver videos o jugar en el celular.

de apuestas o comparten sus experiencias personales con el juego.

Es tal el impacto que han generado que Ninja, reconocido streamer de videojuegos, actualmente cuenta con un promedio de 16 millones de seguidores en Twitch. PewDiePie no se queda atrás. En su cuenta de YouTube ha logrado tener unos 110 millones de suscripciones.

Sin embargo, según el informe "80 Estadísticas del Marketing de Influencers para el 2024", de Influencer Marketing Hub, "la lista de las personas influyentes en los medios sociales está cambiando constantemente. Él que hoy lo es, mañana podría no serlo. Es importante que las marcas se mantengan actualizadas con quienes son los influencers en la actualidad. Incluso PewDiePie podría resultar antiguo algún día".

PREFERENCIAS ACTUALES

La importancia de buscar oportunidades en esta nueva tendencia también recae en el ámbito económico. En el estudio se aprecia que las empresas ganan 5.78 dólares por cada dólar gastado en el marketing de influencers.

"6 de cada 10 suscriptores de YouTube seguirían el consejo sobre qué comprar de sus creadores favoritos por encima de sus celebridades favoritas de la TV o el cine", detalla el estudio.

Los adolescentes estadounidenses promedio pasan la mayor parte del tiempo frente a la pantalla viendo videos y juegos.

Influencer Marketing Hub también destacó que son los jóvenes los que utilizan un gran porcentaje de su tiempo para mirar videos. "The Washington Post informó que, en promedio, los estadounidenses de 8 a 12 años pasaban 4 horas y 44 minutos frente a una pantalla todos los días. Y

los adolescentes promedian 7 horas y 22 minutos, sin incluir el tiempo que pasan usando pantallas para la escuela o la tarea", precisó.

También se remarcó que, en su mayoría, "los adolescentes promedio pasan la mayor parte del tiempo frente a la pantalla viendo videos, seguido de juegos y luego en las redes sociales".

CASO ESPAÑOL

En un reciente estudio de Appinio, en colaboración con Play the Game Agency, titulado "Creadores de contenido y marcas", se tomó como ejemplo a españoles y sus conocimientos sobre de qué tratan los streamers y youtubers, lo que arrojó que al menos el 86% sí ve contenido proveniente de estos personajes al menos una vez al mes vía YouTube.

También se pudo apreciar que los españoles tienen predilección por consumir contenidos enfocados en entretenimiento y humor (65%), videojuegos (51%), música (46%) y viajes (37%), dejando en último lugar al tema noticioso y político (25%). De acuerdo al documento, son las mujeres las que consumen más el primer ítem (68%), comparado con los hombres (61%).

PGS LIMA 2024
FERIA LATINOAMERICANA DE JUEGOS

12 Y 13 JUNIO 2024

LA FERIA MÁS ESPERADA



EXPO



NEGOCIOS



CONFERENCIAS



ENTRETENIMIENTO



+51 981 262 041

info@amgsac.pe

WWW.PERUGAMINGSHOW.COM

Síguenos @perugamingshow



Respecto al impacto que pueden tener los creadores de contenido en la cultura española, el 22% consideró que tiene algo de impacto, el 28% que tiene mucho impacto y el 43% que tiene impacto; es decir, el 93% aproximadamente tiene la perspectiva que sí tiene influencia.

Asimismo, más de la mitad de encuestados manifestó que están al tanto de los premios o reconocimientos que otorgan a los creadores de contenido, y hasta un 45% reveló que les gusta que las marcas patrocinen dichos acontecimientos.

PERSONAJES RECONOCIDOS

En el análisis se evidenció también quiénes son los youtubers o streamers más conocidos en España. Encabezando la lista está El Rubius (75%) e Ibai Llanos (74%), los siguen: AuronPlay (59%), Vegetta777 (51%) y TheGrefg (45%).

Sobre la pregunta de si conocen el concepto de la colaboración entre marcas, el 72% manifestó que sí saben del tema. En tal sentido, destacaron marcas como Burger King y Doritos (61%) o Estrella Galicia y Netflix (57%).

A su vez, se dejó claro que un 59% prefiere que se promuevan más sorteos, mientras que, en igual porcentaje, se ubican los descuentos exclusivos y los premios en metálico (55%). En las dos últimas posiciones están los productos exclusivos (43%) y las experiencias interactivas (29%).

PREMIOS ESLAND

Dentro del estudio también se analizó



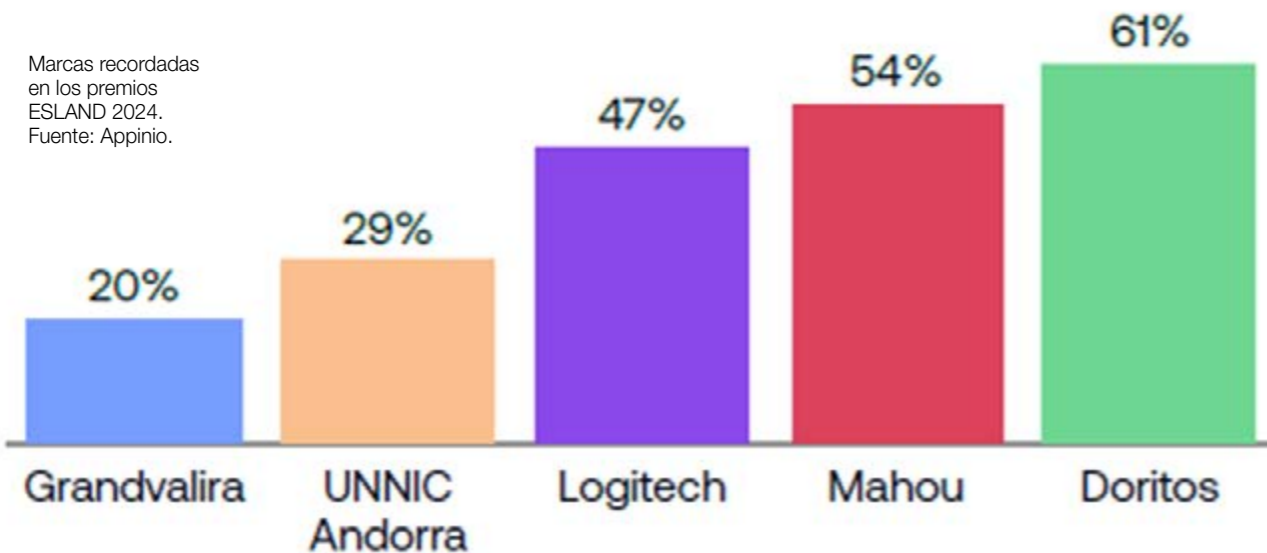
Se espera que la sinergia formada incremente la acogida de los juegos.

los Premios ESLAND, ceremonia que se realizó el 17 de febrero y que celebra logros en el entretenimiento digital y videojuegos, centrada en la comunidad de habla hispana.

En el análisis se aclaró que el 57% conoce sobre esta ceremonia porque pueden ver distintas categorías de los premios (40%), ven a los influencers que más les gustan

(37%) y son capaces de votar en unos premios relacionados con las RRSS (17%).

También se expuso que Doritos, Mahou y Logitech fueron las marcas más recordadas por los espectadores del evento, y que la participación del público en iniciativas de las compañías ha estado claramente dividida.



Marcas recordadas en los premios ESLAND 2024. Fuente: Appinio.

REVISTA **Casino** TURISMO Y ENTRETENIMIENTO

More than 20 years informing in Latin America

Join us and make your best move!

CÓMO **ALPHA ODDS** DE SPORTRADAR SUPERA LÍMITES DE RENDIMIENTO

COBERTURA

(previo al partido y en vivo):



FÚTBOL



TENIS



BALONCESTO*

MÁS DE

150.000



PARTIDOS IMPULSADOS
POR ALPHA ODDS

MÁS DE

60

CASAS DE APUESTAS
ACTIVAS ACTUALMENTE

(Base de clientes global Alpha)



MÁS DE
100
MILLONES DE
ENTRADAS
ACEPTADAS



11%



DE AUMENTO EN
LA EFICIENCIA

AUMENTO DE

1,5

PUNTOS
PORCENTUALES
EN EL MARGEN



10% DE AUMENTO
DE GANANCIAS



Los KPI representan cifras promedio para 2023

*Próximamente baloncesto

¿QUIERE MAXIMIZAR SUS GANANCIAS?

¡Visite nuestro sitio web sportradar.com/alpha-odds y solicite una demostración con nosotros hoy mismo!