

**EN PORTADA**  
EL BOOM DEL AZAR EN INTERNET

# 888: desde Israel hasta Ceuta

La plataforma 888, 'start up' israelí de éxito, se afianza en España para seguir creciendo. Gracias a un software propio, la firma opera en casino, bingo, póquer y apuesta

**Piorgiorgio M. Sandri** | Tel Aviv

La inmensa mayoría de los conductores usan la aplicación Waze para orientarse en las calles de Tel Aviv. Este navegador es uno de los casos empresariales de mayor éxito de Israel, el país con más *start-up* por habitantes del mundo y donde Microsoft está construyendo un edificio acristalado de varias plantas para potenciar su único centro I+D fuera de EE.UU.

En este entorno tecnológico tan dinámico nació en 1997 la plataforma israelí de juego online 888 Holdings, que ahora opera en 11 países y muy centrada en el mercado español. Curiosamente, en Israel este tipo de juego no está autorizado, así que le no quedaba otra que irse fuera.

España (donde 888 opera desde el 2012) ya se ha convertido en su segundo mercado. Representa un 13% de la facturación, el equivalente de 61 millones de euros. Su portal se posiciona en el primer lugar entre los jugadores de casino y en el segundo lugar entre los de póker.

Su presencia en España dará próximamente un salto, porque la empresa abrirá una sede en Ceuta con unos diez empleados. Es una de las consecuencias indirectas del Brexit, ya que antes operaba desde Gibraltar. Uno de los motivos para instalarse en el enclave son los beneficios fiscales que ofrece la ciudad, desde la reducción en un 50% de la tasa de juego y una tributación en el impuesto de sociedades que no excede el 12,5%.

Una idea del gobierno autonómico del Partido Popular, que pretende así atraer inversores extranjeras para dinamizar el territorio. De hecho, 888 ya tiene

centros en ocho países con baja tributación, como Antigua, Jersey, Malta o Irlanda.

El ambiente de la empresa es típico de una tecnológica nacida en la era de internet. Especialmente el departamento creativo, donde se conciben los variados juegos. Sólo este año han salido unos 130, desde tragaperras a juegos de rol virtuales. Su plantilla es joven, vestida informal y hasta cuenta con una diana para lanzar los dardos en las paredes

de la oficina, por si ayuda a encontrar inspiración.

El máximo ejecutivo de la compañía, Itai Pazner, sostiene que el negocio tiene todavía mucho recorrido, a la espera de que se abran nuevos mercados como el estadounidense, ya que varios estados estudian esta posibilidad. Sin olvidar que China sigue cerrado. De momento. "En cinco años, Estados Unidos puede ser como era Europa hace siete u ocho años, en términos de poten-

cial", asegura. Los próximos mercados en abrirse podrían ser Países Bajos y países de Europa del Este. Colombia y Brasil están en la recámara.

Panzer defiende que su compañía está diversificada tanto desde el punto de vista geográfico como en oferta de servicios. El casino es el que le da más negocio y las apuestas deportivas es el segmento que más crece. El directivo se abre a posibles adquisiciones y está convencido de que el modelo de negocio tiene futuro, "ya que en línea puedes manejar mucha más información que en una tienda física o en un salón de juego".

Sin embargo, las empresas de juego online tienen que enfrentarse a las críticas y cierta mala reputación y 888 no es la excepción. Esto les obliga a plantear unas estrategias de comunicación muy agresivas. "En los últimos años hubo grandes cambios en esta industria y hay que saber adaptarse de forma rápida, de otra manera te encontrarás con grandes problemas en el futuro", reconoce Pazner.

La plataforma, que patrocina la Liga Española de Baloncesto, decidió este año no renovar a Carlos Soberas como prescriptor de su campaña de anuncios, a los que se le acusa de promover la ludopatía. En una decisión de Autocontrol de este año, se estableció que dicha publicidad "muestra situaciones de juego repetitivas, con sensación de descontrol y, sobre todo, refleja una actitud compulsiva, que lleva al protagonista a sentir emociones fuertes". Los reclamantes sostenían que el mensaje generaba "ansiedad, malestar y nerviosismo".

**Hai Pazner,**  
consejero delegado  
de 888 Holdings



ARCHIVO H.



**3,3%**

**De los jugadores**  
lo hace en línea. La mayoría aún gasta dinero en soporte físicos, en loterías(32%) o tragaperras (27%)

**724**

**millones de euros**  
Es el gasto real de los clientes en España en el juego online, cantidades apostadas menos premios.

## Apostar es una forma de relación

→ más de la mitad del juego se basa en las apuestas deportivas.

José Antonio Gómez Yáñez, profesor de Sociología de la Universidad Carlos III y director del estudio, sostiene que el juego en el mundo digital han encontrado su entorno natural. "El formato permite al jugador demostrar a los demás de que sabe del asunto, por ejemplo de un determinado deporte. Es esta su principal motivación para jugar, más que ganar dinero", afirma. Y claro, demostrar a mucha gente de que se tienen conocimientos supone un aliciente formidable.

Otro aspecto detrás del crecimiento del juego online es el aspecto social. Un buen ejemplo de ello es el póquer. Hasta hace poco, España

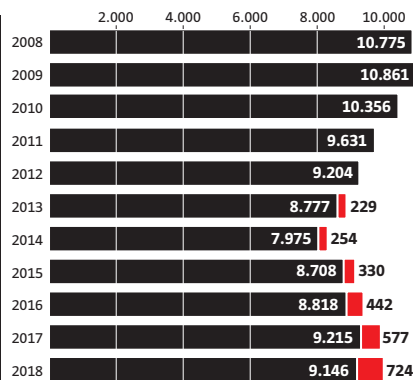
### Juego real

En millones de euros

● Juego presencial  
● Juego online

Juego online

ANUARIO DEL JUEGO



era un mercado cerrado, pero se acaba de introducir la liquidez compartida con Francia y Portugal, con lo que las apuestas con las cartas (virtuales) se ha extendido, desde los 60 millones de euros del 2017 a los 81 millones del año pasado. "El juego online es esencialmente un juego de relación, porque genera amistades globales", dice Yáñez.

La inversión publicitaria y el patrocinio es la principal herramienta de comunicación de estas empresas, ya que estas plataformas (hay hasta 81 operadores autorizados en España) carecen de redes comerciales o tiendas físicas. Además, la lealtad de los clientes es baja y los anuncios sirven para fidelizar, de otra manera los clientes no tienen

## EN PORTADA

### EL BOOM DEL AZAR EN INTERNET



ILAN SHACHAM / GETTY

♥  
Vista del distrito  
empresarial de  
Tel Aviv

→ Por ello, los ejecutivos de la compañía ya están poniendo a punto una campaña basada en el juego responsable, ante el más que previsible cambio legal sobre la publicidad que se vislumbra en España. De hecho, la plataforma 888 en su cuenta de resultados reconoce que el marco regulatorio en el Reino Unido, Italia, Dinamarca y Rumanía “pueden suponer un factor negativo para la rentabilidad y el crecimiento”.

Asimismo, para luchar contra la posible dependencia creada por el juego, 888 tiene un departamento que se dedica a vigilar el comportamiento de los jugadores y, si ve síntomas de algún tipo de trastorno, por ejemplo, apuestas compulsivas en todo tipo de deportes, no tiene reparos en cerrar la cuenta. En la empresa confiesan que han llegado a cerrar “miles”, aunque no aportan la cifra exacta. Eso sí, el número de alertas se ha disparado un 140% en el último año, señal de que los controles se están intensificando. “Quiero darme una pausa: por favor desactiven mi cuenta”, llegó a decirle al equipo de 888 un cliente enganchado al juego.

Una de las claves reside en la prevención: a la hora de inscribirse hay chequeos informáticos no sólo sobre la identidad, sino sobre la solvencia. “Jugar en sí mismo no es que sea algo malo”, dice Sivan Shalev, vicepresidente de la compañía. “Lo que no queremos es que los clientes jueguen endeudándose. No está en nuestros intereses”, subraya. 888 se centra ahora en promover el entretenimiento saludable. Una apuesta arriesgada, pero de eso se trata, ¿no? ●



# 163

millones de euros

Es lo que se recauda en España en un año en concepto de impuestos y tasas especiales en el juego online

# 286

millones de euros

Es el importe total de gastos en publicidad y patrocinios de las firmas de juego online en España

problemas para saltar de un sitio a otro. Este año, el gasto en promoción va camino de romper la barrera de los 300 millones de euros, más de tres veces el presupuesto que destinan en este área las loterías gestionadas por el Estado.

Sin embargo, las presiones de la opinión pública, alarmada por los riesgos de ludopatía, con toda probabilidad harán cambiar la regulación de este pujante sector. Existe en España un proyecto para limitar la publicidad, tanto en franjas horarias como en soportes, especialmente aquella más agresiva, como la que se lleva a cabo en el intermedio de los partidos con el apoyo de figuras públicas.

El reciente estudio sobre adiccio-

nes del Ministerio de Sanidad reconoce que el 3,5% de la población ha jugado dinero online en los últimos doce meses pero que la cantidad máxima jugada en un solo día se mueve en una horquilla de entre 6 y 30 euros. Según sus cálculos, apenas el 0,4% de la población podría catalogarse de jugadores problemáticos y sólo el 0,3% presentaría posibles trastornos.

No obstante, un informe de la Asociación Catalana de Adicciones Sociales (Acencas) es más alarmista. La mediana de edad del jugador es de 28 años y tarda cuatro años en desarrollar adicciones. “Este tipo de jugadores apuesta más dinero, dedica más horas y acumula más deudas que los que usan las tragape-

**Cientes activos**  
En miles

1.000

900

800

700

600

500

400

300

200

100

0

2012

2013

2014

2015

2016

2017

2018

2019

ANUARIO DEL JUEGO

rras tradicionales”. Su presidente, Francesc Perendreu, sostiene que en las apuestas online es muy común que aparezcan “fantasías de profesionalidad que te hacen creer que puedes así ganar la vida”.

Según Yáñez, España tiene una peculiaridad: la población está socializada más en la lotería, que gestiona el Estado, que en las apuestas, como ocurre en el Reino Unido. Y los estudios certifican que en estos casos, como el español, es más fácil perder el control a la hora de apostar que comprando un décimo. Sin olvidar que en promedio, de 100 euros de apuestas online, en premios se recibe, en el mejor de los casos, unos 97. Siempre se acaba perdiendo. Así funciona el negocio. ●