

## El juego online en España sufre caídas en el volumen de negocio que cronifican la evolución negativa del sector y penalizan la recaudación fiscal

La Asociación Española de Juego Online analiza los resultados del primer trimestre publicados por la DGOJ

**Barcelona, 23 de junio de 2022** – Los resultados del primer trimestre de 2022 del mercado español de juego online publicados por la DGOJ muestran una evolución negativa del sector, que pierde interés dada la incertidumbre que lo rodea.

A pesar de un leve incremento trimestral del GGR 16,25%, el volumen de negocio desciende prácticamente un -15% en comparación con el mismo periodo de 2021 y acumula cuatro trimestres seguidos con caídas anuales. Asimismo, el número de jugadores, tanto de cuentas activas (-8,9%) como de cuentas nuevas (-55,92%) ha caído respecto a 2021. Esta evolución incrementa la sensación de inestabilidad e incertidumbre que ya imperaba en el sector, especialmente tras la aprobación del Real Decreto de Comunicaciones Comerciales de Actividades de Juego.

Consecuencia de esta regulación, destaca el desplome de la inversión en marketing, que cae un -27,7% en tasa interanual; y en publicidad, que apenas supera los 34 millones de euros, un 52% menos que hace un año. La inversión en patrocinios ha quedado limitado a 630.000 euros, un 93,25% menos que en el primer trimestre de 2021. Este descenso no solo está afectando a los operadores de juego, sino también a clubes deportivos y medios de comunicación, que de acuerdo con InfoAdex, ingresaron 121,3 millones de euros procedentes de operadores de juego en 2021, un 16,8% menos que en 2020.

“El ecosistema del juego online regulado en España está experimentando una cronificación de la tendencia negativa en la que está sumido, lo cual genera preocupación entre los agentes implicados”, señala **Jorge Hinojosa, director general de Jdigital**. “La disminución del volumen de negocio no solo perjudica a las empresas que operan con licencia en el país, que ven además como en paralelo estaría creciendo el mercado ilegal, sino al propio Estado, que en 2021 recaudó 7 millones menos a través de las tasas fiscales aplicadas a la actividad del juego”, añade.

Finalmente, desde la asociación recalcan que “el compromiso del sector con una regulación justa y equilibrada del negocio, que permita el desarrollo del mismo y siempre protegiendo a los colectivos más vulnerables”.

Jdigital es una asociación sin ánimo de lucro, que representa al 80% de las empresas vinculadas al sector del juego online regulado en España, y cuyo principal objetivo es promover entornos y condiciones seguros y responsables para la actividad del juego online, como forma responsable de entretenimiento.

Para más información:

Alba Castro – Kreab – [acastrot@kreab.com](mailto:acastrot@kreab.com)