

Fecha: 30-06-2024
Medio: El Mercurio
Supl.: El Mercurio - Cuerpo B
Tipo: Noticia general
Título: **APUESTAS ONLINE: la arremetida publicitaria amparada en la falta de regulación**

Pág.: 2
Cm2: 1.162,8

Tiraje: 126.654
Lectoría: 320.543
Favorabilidad: ☐ No Definida

En abril de 2023, la Corte Suprema declaró ilegales a las casas de apuestas online. Mientras el proyecto de ley que las regulará espera en el Senado, estas siguen operando y proliferan sus anuncios, como *sponsors* de torneos de fútbol, de clubes, *influencers* y rostros de tv. Son cerca de 900 las plataformas advertidas por la autoridad, aunque más de 2.000 disponibles desde Chile.

• GUILLERMO V. ACEVEDO

Los sucesivos dictámenes, incluso de la Corte Suprema, que han declarado a las casas de apuestas online como ilegales en Chile, hoy son mandatos sin efecto.

Los sitios siguen funcionando con normalidad y sus anuncios inundan —cada vez más visiblemente— eventos deportivos, televisión abierta, la radio, YouTube y redes sociales.

Y es que es un negocio más rentable cada año. La plataforma Statista calcula que se gastaron más de US\$ 95.000 millones en las diferentes casas de apuestas en el mundo en 2023. Esto supone un 13% más que en 2022.

El ejemplo más claro es el fútbol. La Copa América y la Eurocopa reactivaron la discusión sobre su legalidad y creciente influencia comunicacional. Además de los campeonatos, son *sponsors* de clubes deportivos, rostros de figuras del fútbol, de los estadios, los medios de comunicación deportivos e incluso creadores de contenido en redes sociales o YouTube.

En todo el entramado hay pagos desde las casas de apuestas. De hecho, algunos anuncios llamaron la atención esta semana por tratarse de promoción de apuestas en televisión abierta y en horario de protección a menores.

“Las casas de apuestas se han aprovechado de la inacción del Ministerio Público, y han continuado operando sin que nadie pueda evitarlo”, señala Carlos Gajardo, abogado de la cadena de casinos Dreams y querrelante contra las plataformas.

Agrega que ha habido diversos pronunciamientos declarando la ilegalidad de estas plataformas. “Lo ha hecho la Superintendencia de Casinos de Juego; el Ministerio de Justicia que ofició a la ANFP; el Servicio de Impuestos Internos que denunció el delito de comercio clandestino puesto que no tienen domicilio ni tributan en el país; y la Corte Suprema, que en un recurso de protección expresamente indicó que estas conductas eran constitutivas de delito”, dice.

Y va más allá. Sobre la publicidad, agrega que el mismo fallo de la Corte Suprema señala que también estarían cometiendo un delito todos quienes posibilitan la actividad. “Con lo dicho en los dictámenes, uno podría entender que toda la difusión también es constitutiva de delito”, sostiene.

Carlos Baeza, abogado y representante de la Agrupación de Plataformas de Apuestas en Línea —que reúne a las empresas Betsson, Betano, Coolbet, Latamwin, Betwarrior y 1xbet—, defiende que la actividad no es ilegal, argumentando que el Ministerio Público ha decidido no perseverar en todas las querrelas presentadas contra estas plataformas.

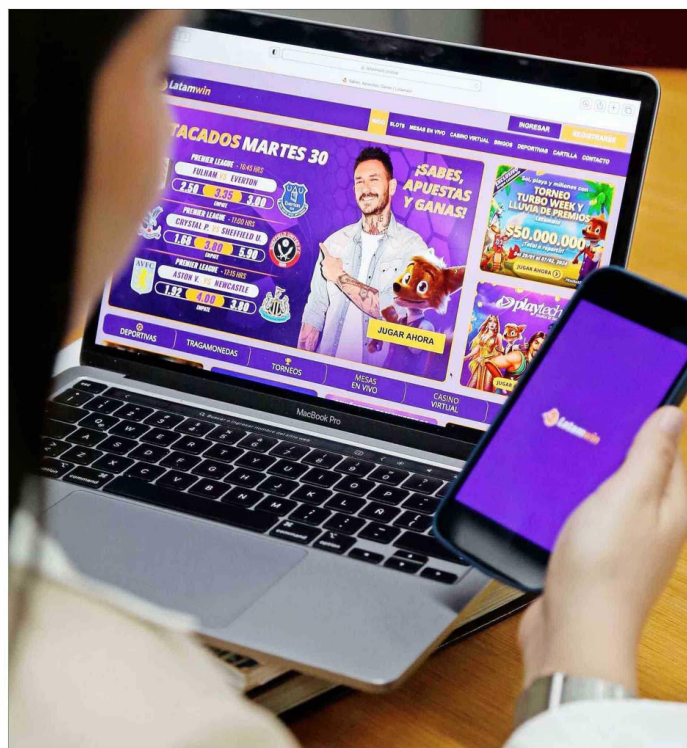
“Las compañías que represento operan en mercados regulados, de modo que no nos oponemos a la ley ni a los impuestos. Los jugadores en Chile están desprotegidos y nosotros estamos empujando para que esto avance”, dice.

Pero desde la Superintendencia de Casinos de Juego (SCJ) rebaten este argumento, sosteniendo que “tiene que ser regulado para poder ser legal”, de modo que al no estarlo, su funcionamiento está prohibido.

Si bien la potestad de la SCJ hoy no abarca a las plataformas online, una vez aprobada la nueva ley será esta institución la encargada de la fiscalización, y cambiará su nombre a Superintendencia de Casinos, Apuestas y Juegos de Azar (SCJA).

Masiva campaña publicitaria

Con la transmisión de campeonatos de



La Copa América y la Eurocopa revivieron el debate APUESTAS ONLINE: la arremetida publicitaria amparada en la falta de regulación

fútbol durante todo el día, los anuncios ya no están excluidos del horario de protección infantil. Con la ley en régimen será deber del medio de comunicación verificar que la plataforma mantiene autorización para operar. Ahora bien, siguiendo disposiciones actuales, la Superintendencia de Casinos sostiene que muchos canales de televisión abierta, sitios web y creadores de contenidos estarían actuando al margen de la ley.

Con respecto a los canales de televisión, personalidades y canales alternativos que mantienen contratos de patrocinio y anuncios, Carlos Gajardo sostiene que “como querrelantes, hicimos una serie de solicitudes a la Fiscalía para que se les tome declaración a las personas que están participando de esta actividad (promocional), para que sean investigados quienes posibilitan que la actividad se lleve a cabo”.

La superintendente de Casinos de Juego, Vivien Villagrán, afirma: “Oficiamos a los canales de televisión (CNTV), a las radios (Archi) y al Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (Conar), haciéndoles ver que difunden una actividad ilegal, pero parece ser que cuando hay mucho dinero, eso a nadie le importa”.

Desde el Consejo Nacional de Televisión explican que durante el 2024 han iniciado 11 procesos de fiscalización, es decir, “el Consejo formuló cargos y tras la recepción de los descargos, acordó aplicar multas de 20 UTM bajo la causal de afectación de la niñez y la juventud, específicamente porque esta publicidad se emitió en horario de



El CNTV ha iniciado 11 procesos de fiscalización durante el 2024 por promoción de plataformas de apuestas en horario de protección a menores.

protección de niños y adolescentes”.

Reconocen, además, que se trata de una actividad de una publicidad ilegal según la Corte Suprema de Justicia por llevarse a cabo fuera

del marco de la Ley N° 19.995. Por otra parte, enfatizan en que el organismo solo puede fiscalizar estos contenidos con posterioridad a la emisión, de modo que su rol carece de un carácter preventivo.

Para tener una idea de cuán beneficioso es el patrocinio de esta industria tenemos el caso de la ANFP. En 2023 puso término al contrato de naming del campeonato de fútbol por orden del Ministerio de Justicia.

Cerca de US\$ 200 millones recauda Colombia por impuestos a las casas de apuestas en línea, reguladas desde 2015.

Antes, la AFP Plan Vital había pagado US\$ 500.000 en 2022 por ese contrato, según Emol. En el caso de Betsson, este ascendió a US\$ 2,5 millones.

La dimensión tributaria

Una parte importante del proyecto de ley tiene relación con la recaudación fiscal. La Subsecretaría de Hacienda plantea que de acuerdo al Informe Financiero, la ley en régimen ingresaría \$88.167 millones anuales. Los principales acápite que componen la recaudación, son el Impuesto a los Ingresos, que sería de 20%, y del IVA a la actividad, de un 19%.

Baeza comenta que desde la industria proyectan que la recaudación va a ser mucho mayor. Pese a que no comparten la información comercial o de participación de mercado, porque quienes componen la Agrupación son competencia entre sí, menciona ejemplos importantes.

En el caso de Colombia, que reguló esta actividad en 2015, el aporte por contribuciones alcanza los US\$ 200 millones anuales, afirma.

En Argentina, solo la empresa Betwarrior habría aportado cerca de US\$ 150 millones al fisco en 2023, esto es, casi el doble de lo proyectado por Hacienda por concepto de impuestos a todas las empresas que se registren.

Ahora bien, cuánto será la carga tributaria definitiva, aún debe discutirse. Según datos de un estudio encargado a Deloitte, dice Baeza, el promedio de la carga tributaria a la actividad en el mundo es 22%.

En Chile, explica el abogado, al incluir el IVA (19%) al 20% de impuesto a los ingresos (más otras consideraciones), dejaría al impuesto a las casas de apuestas en cerca de 37,8%.

La SCJ afirma que hay que considerar que este 19% correspondiente al IVA no es un descuento rígido, pues permite descontar gastos. Como otras actividades económicas, indica la superintendencia, podría descontar el IVA, por lo que el total del impuesto no es un 37,8% efectivo.

Y desde aquí surge el problema de la “canalización”. En los países exitosos en su regulación, del 100% del mercado, un 85% de los usuarios ingresarían a páginas reguladas, y el 15% restante operarían en sitios ilegales, según Baeza.

La Agrupación advierte que este porcentaje de éxito es proporcional a los impuestos: mientras más alta es la carga tributaria, más baja es la canalización hacia plataformas reguladas. Además, esto desincentivaría a las plataformas a regularizarse, y en un mercado digital, es aún más difícil controlarlo, indica.

Proyecto de ley en pausa

En 2023 se activó el proyecto de ley en el Congreso y en abril de este año se paralizó. A la vez perdió el carácter de urgente, por lo que hoy se encuentra en la comisión de Hacienda del Senado, a la espera de la discusión. Luego pasaría a la comisión de Economía, y luego a Sala.

Esto pese a que todos los organismos a quienes les compete

están de acuerdo en que aprobar esta ley es urgente.

Desde la Subsecretaría de Hacienda, que está a cargo del proyecto de ley, destacan que la importancia de esta legislación radica en que actualmente “no existe trazabilidad respecto de los propietarios de las plataformas ni del origen de los fondos. Esto representa riesgos en materia de lavado de activos y financiamiento del terrorismo”.

En la comisión de Economía de la comisión de Deportes, se informó que serían más de 900 las plataformas de apuestas online que operan en el país. Carlos Baeza, en tanto, afirma que serían cerca de 2.000.

De ellas, la SCJ calcula que son 190 las que operan “orientadas hacia el mercado chileno”. Esto es, con uso de símbolos nacionales, sus dominios son “.cl”, aceptan pagos en pesos chilenos, o contratan a rostros de televisión o deportivos del país.