

Fecha: 29-01-2026
 Medio: Las Últimas Noticias
 Supl.: Las Últimas Noticias
 Tipo: Noticia general
 Título: "Esa cantidad de plata no la puede poner cualquier empresa"

Pág.: 16
 Cm2: 638,8
 VPE: \$ 3.512.910

Tiraje: 91.144
 Lectoría: 224.906
 Favorabilidad: ☐ No Definida

El misterio de Apuestas Royal en Chile: Llegó este año y ya auspicia a 11 de 16 clubes en primera división

"Esa cantidad de plata no la puede poner cualquier empresa"

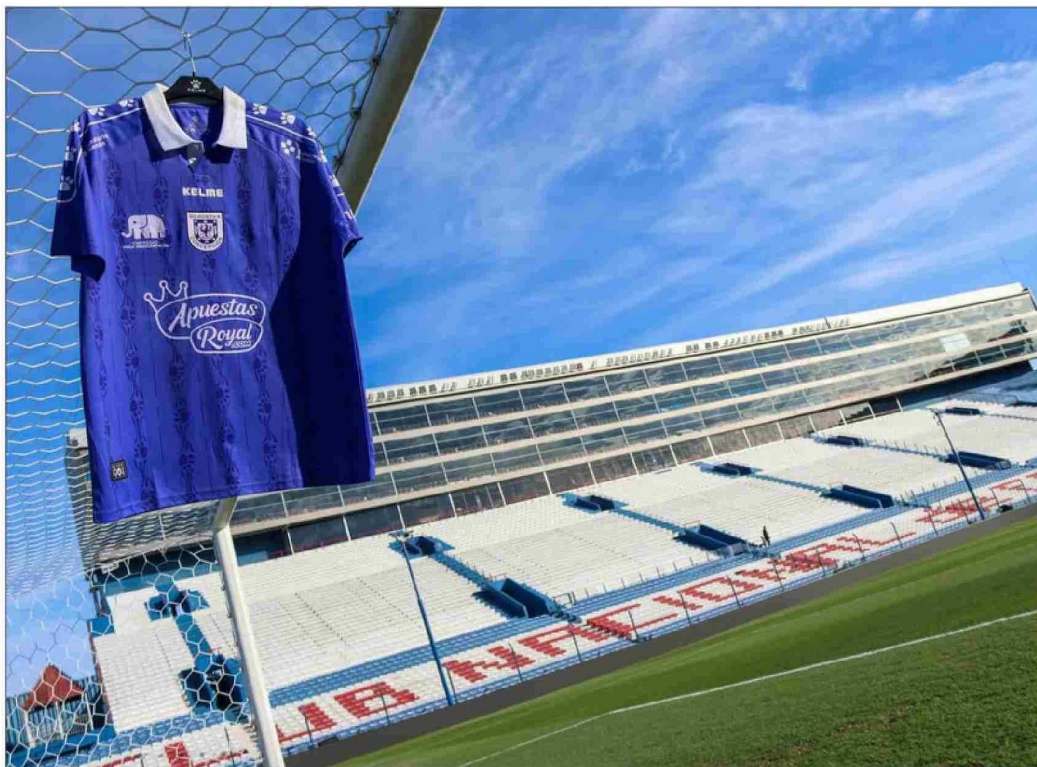
La casa de apuestas online tiene su origen en Venezuela. Dos dirigentes del fútbol local explican el negocio. Con quién firmaron contrato y por qué.

MIGUEL VILLARROEL M.

El primer equipo del fútbol chileno que reveló a Apuestas Royal como su auspiciador principal fue Audax Italiano, con una publicación en sus redes sociales oficiales que mostraba la camiseta modelo 2026 del equipo. Fue el viernes 2 de enero. Y así, como una bola de nieve, semana tras semana nuevos equipos fueron presentando a la misteriosa casa de apuestas como el sponsor que lucirán esta temporada.

Así el número llegó a once clubes en primera división, de un total de dieciséis. Ocho de ellos con el logo bien grande en el pecho de la tricota, a un lado del escudo del equipo. A saber: Audax Italiano, Cobresal, Deportes Concepción, Huachipato, Limache, Nublense, Universidad de Concepción y Unión La Calera. Los otros tres, como sponsor secundario, lo llevan en una manga o en un rincón más escondido de la polera. Se trata de Everton, La Serena y Palestino. El año pasado, Apuestas Royal no auspició a ningún equipo nacional. Un salto de cero a once: el 68,7% de la primera división chilena.

Dirigentes de dos de estos clubes contaron este miércoles algunos detalles de su relación comercial con la emergente casa de apuestas. "Yo personalmente me acerqué a Apuestas Royal. Les hablé porque me enteré de que estaban tratando de ingresar al mercado local. Y como nosotros teníamos varias casas de apuestas en carpeta, la oferta de Apuestas Royal fue la mejor. Prefiero no mencionar el monto, pero es mucho más alto que lo que puede ofrecer una empresa de otro rubro. Esa cantidad de plata no la pone cualquiera. Los montos para mantener a un equipo son muy grandes y los que pueden poner ese volumen de dinero son las casas de apuestas", contó Diego Livingstone, presidente de Deportes Concepción, durante el lanzamiento del Campeonato Nacional de Primera División 2026.



La camiseta de Deportes Concepción, con la corona de Apuestas Royal en grande al medio del pecho. Su presidente explicó este miércoles el nexo con la casa de apuestas.



Audax Italiano fue el primer equipo que presentó a la empresa nacida en Aragua como su sponsor principal.

Lo que se sabe de Apuestas Royal es que es una casa de apuestas nacida en Venezuela, al alero de la Lotería de Aragua, pero con sede comercial en Curazao, paraíso fiscal formado por dos pequeñas islas pertenecientes al Reino de Países Bajos y que se encuentra geográficamente a 60 kilómetros de la costa venezolana.

Aunque en los últimos días se habló de la figura de Andrés Galperin como rostro de Apuestas Royal, el presidente de Concepción asegura que jamás tuvo contacto con él. "Yo conversé con uno de los dueños, que se llama Alejandro Balak. Él vive en Asia, cuando habló conmigo estaba en Dubai, y no estoy seguro de su nacionalidad, pero es como el representante de la empresa para el mundo. Con él vimos toda la parte legal y también con Luis Quintana para firmar el contrato, él es venezolano", agregó Livingstone.

Otro club que firmó contrato por un año con la casa de apuestas nacida en Aragua es Universidad de Concepción. Su director ejecutivo, René Rosas, explicó que no se con-

tactaron directamente con la empresa de apuestas deportivas, sino que por medio de una empresa externa. "Nuestro club tiene tercerizada el área comercial y de marketing. Es la misma empresa de nuestro sponsor técnico (Capelli Sport). Entonces no tenemos contacto directo con los sponsor. Si nos informan de los avances que tienen con una u otra marca. Y en el caso de Apuestas Royal no nos llamó la atención porque, en el estudio del costo-beneficio, sabíamos que tenía un gran volumen de clubes y nuestro sponsor anterior también era una casa de apuestas", dijo Rosas.

Diego Livingstone, de Deportes Concepción, aseguró que también realizaron un estudio legal antes de sellar el acuerdo. "Nosotros hicimos todo el análisis legal antes de firmar el contrato. Conversamos con ellos e hicimos toda la asesoría legal para asegurarnos de que está bien hecho. Son un mercado que no está bien regulado, pero las casas de apuestas no se van a ir, hay que regularlas, tal como pasó con Uber o con Netflix", señaló.