



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL  
ESTADO DE MÉXICO**



---

**FACULTAD DE ECONOMÍA**

**“ANÁLISIS DEL MERCADO DE JUEGOS Y APUESTAS  
EN LÍNEA EN MÉXICO 2025”**

**TESINA**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:**

**LICENCIADO EN ECONOMÍA**

**PRESENTA:**

**ENRIQUE ANTONIO FUENTES SÁNCHEZ**

**ASESORA:**

**DRA. EN EDU. MA. LUISA HERNÁNDEZ MARTÍNEZ**

**REVISORES:**

**DRA. EN C. EDU. MARÍA DEL CARMEN GÓMEZ CHAGOYA**

**DR. EN EDU. FÉLIX HÉCTOR ALCÁNTARA CRUZ**

**Toluca de Lerdo**

**Marzo de 2026**

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	4
<b>Planteamiento del problema</b> .....	7
<b>Metodología</b> .....	9
<b>CAPITULO I</b> .....	11
<b>MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL</b> .....	11
1.1. Antecedentes de los casinos y apuestas en México .....	11
1.2. Factores contextuales del mercado de juegos y apuestas deportivas en línea en México.....	13
1.3. Teoría de la Competitividad de Michael Porter .....	15
1.4. Diamante de Porter .....	15
Fuente: El Diamante de Porter. Fuente: Porter (1990).....	16
1.4.1. Atributos genéricos del modelo de competitividad de Porter .....	16
1.4.2. Variables ambientales complementarias .....	18
1.5. Teoría de la competencia del mercado .....	19
1.5.1. Mercado de competencia perfecta y la naturaleza del mercado de juegos y apuestas en línea en México.....	19
1.5.2. Mercado de competencia imperfecta y la naturaleza del mercado de juegos y apuestas en línea en México.....	22
1.5.2.1. Monopolio .....	27
1.5.2.2. Duopolio.....	28
1.5.2.3. Oligopolio .....	29
1.5.2.4. Monopsomio .....	35
<b>CAPÍTULO II</b> .....	38
<b>El mercado de juegos y apuestas en línea en México</b> .....	38
2.1 Accesibilidad y usos del internet en México como factores que favorecen al mercado de juegos y apuestas en línea en México. ....	38
2.2 Aspectos asociados al tema del mercado de apuesta en línea en México ..	40
2.2.1. Usuarios de internet según equipo de conexión en México de 2015 a 2023	42
2.2.2. Horas promedio de uso diario de internet en México entre 2015 a 2023 .	43
2.2.3. Principales usos del internet en México. ....	44
2.3 La evolución del mercado de las apuestas deportivas en línea en México ..	44
2.4 Empresas que ofertan servicios de apuestas deportivas en México en el 2025	45

<b>Capítulo III.</b> .....	50
<b>El mercado de los juegos y apuestas deportivas en línea en México: Aspectos legales y su importancia en la economía.</b> .....	50
3.1. Regulaciones de juegos y apuestas en México. ....	50
3.2 Aspectos fiscales de los juegos de azar en México .....	52
3.3 Los juegos y apuestas deportivos en México y su contribución al Producto Interno Bruto .....	53
3.3.1 Los fallos del gobierno .....	54
3.3.2 Análisis de los juegos de apuestas en línea en México de acuerdo al Diamante de Porter .....	56
3.3.3 Análisis de los juegos de apuestas en línea en México de acuerdo a la teoría de la competencia del mercado .....	58
<b>CONCLUSIONES</b> .....	60
<b>REFERENCIAS</b> .....	62

## INTRODUCCIÓN

El análisis del mercado de juegos y apuestas en línea en México representa una temática de creciente relevancia en el ámbito económico, tecnológico y social. En los últimos años, esta industria ha experimentado una expansión acelerada, impulsada por el acceso masivo a internet, el uso generalizado de dispositivos móviles y la digitalización de los servicios de entretenimiento. Esta transformación ha modificado sustancialmente los hábitos de consumo, generando nuevas dinámicas de mercado que requieren ser comprendidas desde una perspectiva económica integral.

La importancia de abordar esta temática radica en su impacto directo en la economía nacional. La industria de las apuestas en línea forma parte del sector servicios, y su contribución al Producto Interno Bruto ha mostrado una tendencia creciente, lo que la posiciona como un componente significativo dentro del sistema económico mexicano. Asimismo, esta actividad genera empleos, fomenta la inversión extranjera y promueve el desarrollo de sectores auxiliares como el software, la publicidad y los servicios financieros.

Desde el punto de vista regulatorio, el estudio del mercado permite identificar los desafíos que enfrenta el Estado mexicano en materia de supervisión, fiscalización y control de operadores, especialmente ante la presencia de plataformas que operan sin autorización oficial. Esta situación plantea la necesidad de fortalecer el marco normativo para garantizar condiciones de competencia equitativas, proteger al consumidor y prevenir prácticas ilícitas.

Además, el análisis de este mercado permite comprender su estructura competitiva, caracterizada por un modelo oligopólico en el que pocas empresas concentran la mayor parte de la oferta. Esta concentración tiene implicaciones relevantes en la fijación de precios, la innovación y la rivalidad entre operadores, aspectos que deben ser considerados para evaluar el grado de eficiencia y transparencia del sector.

Por lo anterior el objetivo que se planteó para esta tesina es: analizar el comportamiento, estructura y relevancia económica del mercado de juegos y apuestas en línea en México durante el año 2025.

En el primer capítulo se toman en cuenta los antecedentes históricos de los juegos de apuestas en México, sus primeras regulaciones y posterior evolución a los mercados que conocemos hoy en día; se incorporan los puntos más relevantes de la teoría de la competitividad de Michael Porter, así como la descripción de un mercado de competencia imperfecta con la existencia de un oligopolio.

En el capítulo dos se hará referencia a los factores que influyen en el funcionamiento del mercado de juegos y apuestas, tales como mercado, empresas gobierno y consumidores, que son quienes definen el rumbo y crecimiento de la industria en general

En el tercer capítulo se consideran las regulaciones tanto legales como impositivas por las cuales está regido este mercado, así como su dimensión respecto a la economía nacional y su relevancia en el sector servicios, se aborda la importancia de los precios (en los límites de retiro) de cada una de las empresas participantes, así como las decisiones de los oferentes, así como las perspectivas de la industria del mercado de juegos en línea.

Finalmente, el estudio de las apuestas en línea también implica reflexionar sobre sus efectos sociales, como el riesgo de adicción al juego y el impacto en poblaciones vulnerables. Por ello, esta investigación no solo busca dimensionar el mercado desde una óptica económica, sino también contribuir al diseño de políticas públicas que promuevan un desarrollo responsable y sostenible de la industria.

## **Planteamiento del problema**

La presente tesina tiene como objetivo analizar el comportamiento, estructura y relevancia económica del mercado de juegos y apuestas en línea en México durante el año 2025. A partir de una revisión documental en bases de datos académicas, páginas oficiales y fuentes especializadas, se examinan los antecedentes históricos, el marco regulatorio vigente, los factores tecnológicos y sociales que han impulsado el crecimiento de esta industria, así como su impacto en la economía nacional.

El estudio parte del análisis teórico de la competencia de mercado, destacando el modelo oligopólico que caracteriza a esta industria, en la cual un número reducido de empresas principalmente extranjeras concentra la mayor parte de la oferta.

En México, para el año 2025, se identifican más de 30 empresas que ofertan servicios de apuestas deportivas en línea, sin embargo, aproximadamente seis de ellas Bet365, Betsson, Betway, Codere, 10BET y Caliente concentran alrededor del 70% de la cuota del mercado. Esta concentración empresarial confirma la estructura oligopólica del sector, en la que las decisiones estratégicas de unas pocas firmas pueden influir significativamente en los precios, las condiciones de acceso y la innovación tecnológica.

Se emplea el Diamante de Porter para identificar los elementos que explican la competitividad del sector, tales como la infraestructura tecnológica, el capital humano, las condiciones de la demanda y el papel del gobierno. La presencia dominante de estas empresas, muchas de ellas con sede en el extranjero, plantea desafíos importantes en términos de regulación, equidad en el acceso a los servicios y sostenibilidad del mercado, lo que justifica la necesidad de un análisis integral desde la perspectiva económica y normativa.

Asimismo, se aborda el papel de la Secretaría de Gobernación como entidad reguladora, evidenciando las limitaciones del marco legal actual, basado en la Ley Federal de Juegos y Sorteos de 1947 y su reglamento de 2004. Se identifican vacíos normativos que han

permitido la operación de plataformas sin autorización, lo que representa riesgos para los consumidores y desafíos para la fiscalización estatal.

Desde una perspectiva económica, se destaca la creciente contribución del sector al Producto Interno Bruto y a la recaudación fiscal, así como su capacidad para generar empleo y atraer inversión. No obstante, también se analizan los efectos sociales negativos, como la ludopatía y el acceso de menores a plataformas de juego.

La investigación concluye que, si bien el mercado de apuestas en línea representa una oportunidad para el desarrollo económico, es indispensable avanzar hacia una regulación más robusta que garantice un crecimiento sostenible, competitivo y que contribuya de manera más ordenada a socialmente responsable

En las últimas décadas, el mercado de juegos y apuestas en línea ha experimentado un crecimiento exponencial a nivel mundial, impulsado por el desarrollo tecnológico, la masificación del acceso a internet y la transformación de los hábitos de consumo digital. México no ha sido ajeno a esta tendencia: el incremento en el número de usuarios de internet y dispositivos móviles ha favorecido la expansión de plataformas de apuestas deportivas y juegos de azar en línea, consolidando una industria que, aunque emergente, ya representa una fuente significativa de ingresos y empleo dentro del sector servicios.

Sin embargo, este crecimiento acelerado ha traído consigo una serie de desafíos que requieren atención desde el ámbito económico, legal y social. En primer lugar, el marco regulatorio vigente, basado en la Ley Federal de Juegos y Sorteos de 1947 y su reglamento de 2004, ha sido señalado como insuficiente y desactualizado frente a las nuevas modalidades digitales de operación. Esta situación ha permitido la proliferación de operadores que funcionan sin autorización oficial, lo que genera riesgos para los consumidores, distorsiona la competencia y limita la capacidad del Estado para fiscalizar adecuadamente la actividad.

En segundo término, la estructura del mercado muestra características propias de un oligopolio, en el que un número reducido de empresas concentra la mayor parte de la

oferta, lo que puede derivar en prácticas anticompetitivas, fijación de precios y barreras de entrada para nuevos participantes. Esta concentración plantea interrogantes sobre la eficiencia del mercado, la equidad en el acceso a los servicios y el impacto en la innovación.

Por último, el crecimiento del mercado de apuestas en línea también ha suscitado preocupaciones sociales, particularmente en torno a la ludopatía y el acceso de menores de edad a plataformas de juego. La falta de mecanismos efectivos de control y prevención, así como la amplia difusión de publicidad relacionada con apuestas, han contribuido a una normalización del juego como forma de entretenimiento, sin considerar sus posibles efectos negativos en la salud mental y el bienestar de los usuarios.

Ante este panorama, surge la necesidad de realizar un análisis integral del mercado de juegos y apuestas en línea en México, que permita comprender su funcionamiento, identificar sus principales actores, evaluar su impacto económico y social, y proponer recomendaciones que contribuyan a su regulación y desarrollo sostenible.

## **Metodología**

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo y documental, con el objetivo de analizar el comportamiento, estructura y relevancia económica del mercado de juegos y apuestas en línea en México durante el año 2025. Para ello, se emplearon métodos de análisis descriptivo y comparativo, que permitieron identificar las características del mercado, sus principales actores, el marco regulatorio vigente y su impacto en la economía nacional.

La técnica principal utilizada fue la revisión documental, que consistió en la búsqueda, selección y análisis de fuentes secundarias disponibles en bases de datos académicas, sitios web especializados en economía y documentos de carácter nacional e internacional, así como la regulación de juegos de azar y apuestas deportivas e informes estadísticos oficiales.

Entre las fuentes consultadas destacan publicaciones del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), el Servicio de Administración Tributaria (SAT), la Secretaría de Gobernación (SEGOB), así como estudios de organismos internacionales y plataformas especializadas como Statista, Compliance Latam y la Asociación de Internet MX.

Asimismo, se recurrió al análisis de contenido de artículos académicos, informes técnicos, legislación vigente y reportes de mercado, con el propósito de identificar tendencias, problemáticas y oportunidades en el sector. Esta técnica permitió establecer relaciones entre variables como el crecimiento del acceso a internet, el número de operadores en el mercado, la regulación estatal y la participación económica del sector en el Producto Interno Bruto.

## **CAPITULO I**

### **MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL**

El juego y las apuestas son dos temas que han sido considerados controversiales por la remuneración económica que hay de por medio, no obstante, tanto el juego como la competencia han formado parte de la humanidad casi desde el principio de la civilización y con ello deben ser estos solo como fines recreativos y hacer de ellos solo competencia y con fines lúdicos.

Para Exactitude Consultancy (2024) los juegos de azar y las apuestas son prácticas en las que las personas ganan dinero u objetos de valor con resultados desconocidos con la intención de aumentar su fortuna. Los juegos online abarcan una amplia gama de actividades de apuestas que se realizan a través de plataformas digitales, incluyendo apuestas deportivas, juegos de casino y loterías. (Martin C. 2022)

#### **1.1. Antecedentes de los casinos y apuestas en México**

En México la historia de los casinos se remonta a finales de los años 20, cuando ciudadanos estadounidenses cruzaban de manera regular la frontera para consumir alcohol en la ciudad de Tijuana, con motivo de la ley seca que prevaleció durante ese tiempo en Estados Unidos, para lo cual gobiernos locales buscaron incentivar la economía local por medio del turismo creando casas de juego como centros recreativos (del Rosario 2016)

En 1937 el presidente Lázaro Cárdenas ordena la prohibición de los casinos y casas de apuestas en todo el territorio nacional, señalando que “por naturaleza propia, son focos de atracción del vicio, de mafias y explotación por parte de apostadores profesionales”; (Reyes T, M 2019); no obstante, pese a su prohibición este era un mercado que se estaba desarrollando apresuradamente en el norte del país, el número de establecimientos dedicados al juego había crecido exponencialmente, operando sin regulación alguna y con múltiples abusos de poder por parte de propietarios

Para el año 1947, bajo la administración del presidente Miguel Alemán, se busca regular la industria del juego, por lo que es el ejecutivo federal quien a través de la secretaria de

gobernación quien tiene la facultad discrecional de autorizar los juegos con apuestas, es entonces promulgada la Ley Federal de Juegos y Sorteos (LFJS) Reyes Tepach, M (2019)

Así mismo, para poder llevar a cabo esta diligencia, es creada igualmente en 1947 la Dirección General de Juegos y Sorteos (D.G.J.S.) como un auxiliar de la secretaria de gobernación quien se encargaría de ejecutar y llevar a cabo el cumplimiento de la ley vigente, con lo cual es el punto de inflexión en que la industria del juego comienza un crecimiento más ordenado y su posterior expansión al resto del país Tepach, M (2019).

Es hasta 1953 que se concedió el primer permiso significativo al Frontón México, y en 1973 se inauguraron los primeros centros de apuestas Diaz, P. (2023). El mercado de apuestas deportivas en México tiene una rica historia que se remonta a tiempos prehispánicos, cuando los nativos practicaban juegos ceremoniales como el juego de pelota y el patolli, en los cuales se apostaban riquezas y artesanías. Con la llegada de los colonizadores españoles, se introdujeron nuevas formas de apuestas, como las peleas de gallos y los juegos de naipes, siendo la primera pelea de gallos registrada en Veracruz en 1519.

Durante el Porfiriato (1877-1910), los deportes occidentales como el fútbol, béisbol y las carreras de caballos ganaron popularidad, lo que llevó a la apertura de los primeros casinos y centros de apuestas deportivas en el país.

## **1.2. Factores contextuales del mercado de juegos y apuestas deportivas en línea en México**

En el siglo XX, México adoptó una política de apertura hacia los casinos y casas de juego para atraer turistas, especialmente de Estados Unidos. Sin embargo, en 1938, esta política se revirtió y los casinos fueron cerrados hasta la segunda mitad del siglo. La Ley Federal de Juegos y Sorteos, promulgada en 1947, y su reglamento de 2004, establecieron el marco legal para la regulación de las apuestas en México, a pesar de ser criticadas por ser anticuadas, estas leyes han servido como base para la regulación del mercado (FEM, 2016).

La adopción de smartphones y la disponibilidad de internet de alta velocidad han transformado significativamente el mercado de apuestas deportivas en México, además de que han permitido la expansión de las apuestas en línea, ofreciendo una mayor variedad de opciones y una experiencia más personalizada para los usuarios.

El gobierno mexicano ha implementado leyes y regulaciones para supervisar el mercado de apuestas deportivas, lo que ha atraído a operadores internacionales y ha aumentado la competencia. La regulación de las apuestas deportivas está a cargo de la Secretaría de Gobernación (SEGOB), a través de la Dirección General de Juegos y Sorteos (DGJS). (FEM, 2016)

El mercado de apuestas deportivas en México comenzó a tomar forma en la década de 1990, cuando el país empezó a abrirse a la inversión extranjera y a la modernización de su economía, las primeras empresas de apuestas deportivas que se establecieron en México fueron principalmente operadores internacionales que vieron una oportunidad en el creciente interés por los deportes y la falta de regulación estricta en el país. Éstas comenzaron a operar en centros turísticos como Cancún y la Ciudad de México, donde la afluencia de turistas y la demanda de entretenimiento eran altas. (FEM, 2016)

En 2004, la Ley Federal de Juegos y Sorteos y su reglamento proporcionaron un cambio en el marco legal para la operación de casas de apuestas en México. Esta legislación

permitió la apertura de establecimientos físicos de apuestas deportivas, conocidos como "sportsbooks", en varias ciudades del país. La regulación también atrajo a más operadores internacionales, que vieron en México un mercado emergente con un gran potencial de crecimiento. (FEM, 2016)

La verdadera transformación del mercado de apuestas deportivas en México ocurrió con la llegada de la tecnología digital y el internet, a partir de la década de 2010, las apuestas en línea comenzaron a ganar popularidad, impulsadas por la creciente penetración de internet y el uso de dispositivos móviles (FEM, 2016)

Empresas como "Bet365", "Caliente" y "Codere" fueron algunas de las primeras en ofrecer plataformas de apuestas deportivas en línea en México, permitiendo a los usuarios apostar desde la comodidad de sus hogares, estas plataformas ofrecían una amplia variedad de deportes y eventos en los que apostar, desde fútbol y béisbol hasta deportes menos habituales como el tenis y el boxeo. (FEM, 2016)

El gobierno mexicano ha jugado un papel crucial en la regulación y supervisión del mercado de apuestas deportivas. La Secretaría de Gobernación, a través de la Dirección General de Juegos y Sorteos (DGJS), es la entidad encargada de otorgar licencias y supervisar las operaciones de las casas de apuestas. Esta regulación ayudó a crear un entorno más seguro para los apostadores y a fomentar la competencia entre los operadores, mejorando la calidad de los servicios ofrecidos. (FEM, 2016)

En resumen, las empresas de apuestas deportivas comenzaron a incorporarse en México en la década de 1990, inicialmente en centros turísticos y luego expandiéndose a otras ciudades con la ayuda de un marco legal más claro en 2004 (FEM, 2016)

### **1.3. Teoría de la Competitividad de Michael Porter**

A mediados de 1980 el economista estadounidense Michael Porter busca explicar el grado de éxito que alguna empresa poseía sobre la otra, en su investigación *Ventaja Competitiva: Creación y Sostenibilidad de un Rendimiento Superior*, la aplicación de la ventaja comparativa se vio aplicada, no solo a nivel empresa, sino también a nivel nación u organización (Porter, M. E., 1985)

Michael Porter define la ventaja competitiva como *“la capacidad de una empresa para crear valor superior para sus clientes y, al mismo tiempo, generar retornos superiores para sí misma. Esta capacidad se deriva de la empresa haciendo algo mejor que sus competidores”* Porter, M. E. (1985)

La competitividad se puede definir desde distintos ámbitos: desde la empresa, estado u organización. Para una nación se puede definir la competitividad como *“la unión y capacidad de un país para generar condiciones productivas a partir de la dinámica de las condiciones humanas, logísticas, y de procesos”* (FEM, 2016)

Para la empresa se define como la capacidad de una empresa para crear e implementar estrategias competitivas y mantener o aumentar su cuota de productos en el mercado de manera sostenible, según Ferraz, Kupfer y Haguenaer (1996).

### **1.4. Diamante de Porter**

El diamante de Porter es un esquema gráfico en el cual se relacionan los indicadores a nivel micro que influyen decisivamente para que un país, una región, una comunidad o, incluso, una empresa, sean realmente competitivos. (Pérez, 2021)

El diamante de Porter está integrado por 5 o 6 elementos, dependiendo el autor o el contexto bajo el cual se utilice dicha herramienta:

## Modelo del Diamante de Porter



Fuente: El Diamante de Porter. Fuente: Porter (1990)

### 1.4.1. Atributos genéricos del modelo de competitividad de Porter

El modelo del Diamante de Porter plantea que la competitividad de una industria o nación depende de un conjunto de factores interrelacionados que conforman su entorno económico. Estos elementos, conocidos como atributos genéricos, definen las condiciones bajo las cuales las empresas pueden desarrollar ventajas competitivas sostenibles. El modelo considera cuatro determinantes principales:

1. Condiciones de los factores: Este componente se refiere a la disponibilidad y calidad de los recursos productivos, como la infraestructura tecnológica y la mano de obra especializada. La ventaja competitiva se fortalece cuando estos factores son avanzados y específicos para el sector, y pueden ser heredados, descubiertos o desarrollados por la propia nación.

Para el mercado de apuestas en línea las condiciones de los factores están enfocados principalmente en la infraestructura tecnológica, la disponibilidad de capital humano especializado, la mejora, confianza y eficiencia en los sistemas de pago electrónicos, así como el marco institucional y regulatorio.

2. Condiciones de la demanda: Este atributo se enfoca en la naturaleza de la demanda interna. Cuando los consumidores locales son exigentes y sofisticados, las empresas se ven obligadas a mejorar sus productos y servicios, lo que les permite adquirir una ventaja frente a competidores internacionales.

En el mercado mexicano de juegos y apuestas en línea participan preponderantemente cinco empresas, de las cuales solamente dos son nacionales; estas deben redoblar esfuerzos para permanecer competitivas en el mercado. De manera que los factores de la demanda actúan como catalizadores para que necesariamente las empresas nacionales lleven a cabo la innovación, y mejora constante en la calidad de sus servicios, para permanecer en el mercado.

3. Sectores afines y de apoyo: La presencia de industrias complementarias y proveedores eficientes en el entorno inmediato favorece la competitividad. La interacción entre estos sectores genera lo que Porter denomina *clusters*, es decir, agrupaciones de empresas que se benefician mutuamente mediante relaciones verticales u horizontales, impulsando la productividad y la innovación.

En el mercado de apuestas en línea, los sectores afines y de apoyo se integran por industrias tecnológicas, financieras, de telecomunicaciones y de publicidad que permiten su funcionamiento; el adecuado encadenamiento en sus actividades genera dinamismo en la economía, en el sector y fortalecimiento para cada agente participante.

4. Estrategia, estructura y rivalidad: Este determinante analiza cómo se organizan y gestionan las empresas dentro de un país, así como el grado de competencia entre ellas. Una rivalidad intensa obliga a las empresas a mejorar continuamente, adoptar estrategias globales y expandirse hacia nuevos mercados. En contextos donde la competencia es débil, las empresas tienden a estancarse y perder dinamismo.

En México la estructura competitiva del mercado analizado está determinada principalmente por cómo se comportan y como buscan diferenciarse de entre si los agentes que lo componen; algunas empresas que priorizan el marco regulatorio, la seguridad de sus plataformas y que tanto se han adaptado a las preferencias de los consumidores, lo cual genera una dinámica competitiva

El modelo del Diamante no requiere que todos los atributos estén presentes simultáneamente para que exista competitividad. Lo esencial es la interacción entre ellos, ya que su efecto combinado puede generar ventajas difíciles de replicar por competidores extranjeros.

#### **1.4.2. Variables ambientales complementarias**

Además de los atributos genéricos, Porter reconoce dos variables externas que pueden influir significativamente en la competitividad de un sector:

1. Acontecimientos casuales: Se trata de factores impredecibles y ajenos al control de las empresas o del gobierno, como avances tecnológicos, cambios políticos internacionales o variaciones en la demanda global. Estos eventos pueden alterar la estructura del mercado y abrir oportunidades para nuevos actores, incluso desplazando a empresas previamente consolidadas.
2. Acción del gobierno: Las políticas públicas, regulaciones económicas y decisiones institucionales pueden fortalecer o debilitar la competitividad nacional. Un marco normativo claro, eficiente y orientado al desarrollo puede facilitar la innovación, la inversión y el crecimiento empresarial. Por el contrario, una intervención desarticulada o excesiva puede generar distorsiones y limitar el dinamismo del mercado.

## **1.5. Teoría de la competencia del mercado**

La teoría de la competencia del mercado constituye uno de los pilares fundamentales de la economía, ya que permite analizar cómo interactúan los agentes económicos, productores y consumidores en distintos entornos de intercambio. Esta teoría se divide en dos grandes modelos: la competencia perfecta y la competencia imperfecta, cada uno con características, supuestos y efectos distintos sobre la eficiencia del sistema económico.

La teoría de la competencia del mercado, por tanto, no solo permite comprender el funcionamiento de los mercados en condiciones ideales, sino también identificar las fallas que se presentan en contextos reales. En el caso del mercado de juegos y apuestas en línea en México, resulta importante analizar la concentración de empresas en el mercado, aspectos relacionados con la regulación respecto al giro de análisis, que se desprende de la competencia perfecta e imperfecta y el papel del Estado. (Torres, 2002)

### **1.5.1. Mercado de competencia perfecta y la naturaleza del mercado de juegos y apuestas en línea en México**

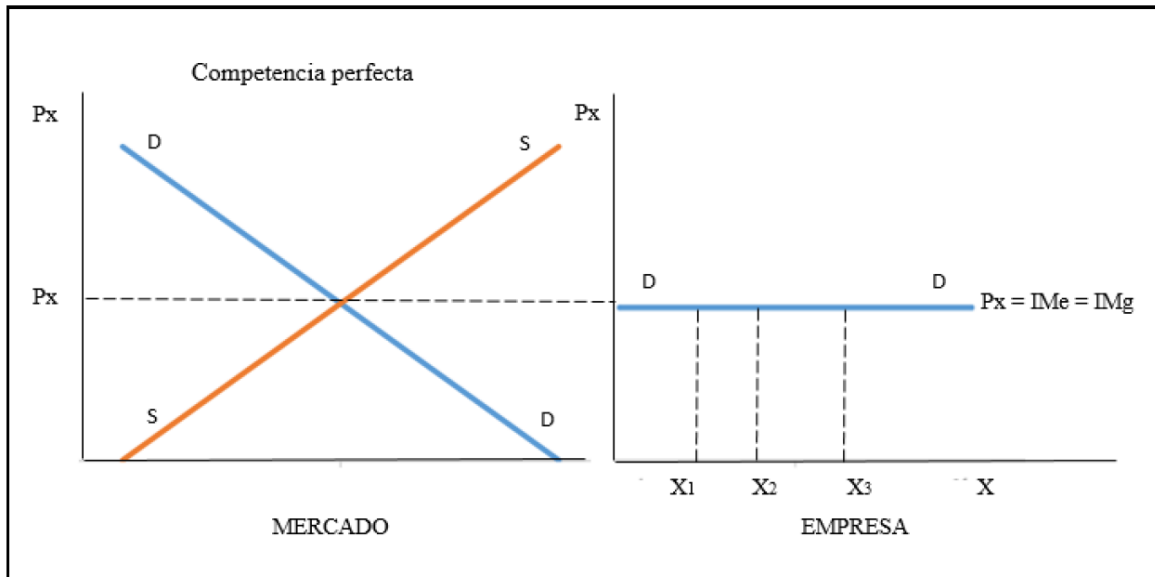
El mercado de competencia perfecta se describe como una estructura teórica ideal en la que se cumplen una serie de condiciones que permiten alcanzar el máximo grado de eficiencia económica y bienestar social.

En este tipo de mercado, las empresas son precio-aceptantes, ya que el precio se determina por la interacción entre oferta y demanda, y no por decisiones individuales. El resultado es un equilibrio eficiente, donde el precio refleja el valor real del producto y se alcanza el óptimo de Pareto, es decir, una situación en la que no se puede mejorar el bienestar de un agente sin empeorar el de otro.

Por tanto, un mercado se considera competitivo debido a que cada consumidor o productor constituye una parte pequeña del conjunto de mercado y por lo tanto ejercen una influencia

mínima y casi nula en el precio de mercado, lo que llamamos un mercado de competencia perfecta.

### Demanda Mercado-Empresa en competencia perfecta



Fuente: Microeconomía Básica. Jaén, Carretero, Amate y Piedra 2013

Este modelo se caracteriza por:

- **Muchos compradores y productores**

Una de las condiciones esenciales del mercado de competencia perfecta es la existencia de un número elevado de compradores y vendedores. Esta abundancia de agentes económicos garantiza que ninguno de ellos tenga poder suficiente para influir en el precio del bien o servicio (Peragón, 2019).

**En el contexto del mercado de juegos y apuestas en línea en México**, esta condición no se cumple, ya que el número de personas es limitado y muchos de ellos concentran una gran parte del mercado. Esto genera un entorno oligopólico, donde las decisiones de unas pocas empresas pueden alterar significativamente los precios y las condiciones de acceso al mercado.

- **Productos homogéneos**

En un mercado perfectamente competitivo, todos los productos ofrecidos por las distintas empresas son homogéneos, es decir, idénticos en calidad, características y funcionalidad. Esta homogeneidad implica que los consumidores no tienen preferencia por un proveedor específico, ya que el producto es el mismo sin importar quién lo venda.

**En el mercado de apuestas en línea en México, esta condición tampoco se cumple.**

Aunque muchas plataformas ofrecen servicios similares como apuestas deportivas, juegos de casino o promociones, también existen diferencias en la interfaz, la experiencia del usuario, los métodos de pago y la publicidad. Estas diferencias generan una percepción de valor distinta entre los consumidores, lo que permite a las empresas posicionarse estratégicamente y ejercer cierto poder de mercado. (Peragón, 2019)

- **Información perfecta**

La información perfecta implica que todos los agentes del mercado tanto compradores como vendedores tienen acceso completo, gratuito y sin restricciones a toda la información relevante sobre precios, calidad, condiciones de venta y características del producto (Peragón, 2019).

**En el mercado de apuestas en línea, la información perfecta está lejos de alcanzarse.**

Los usuarios muchas veces desconocen las condiciones reales de retiro, las probabilidades de ganar o los riesgos asociados al juego. Además, la publicidad puede ser engañosa o incompleta, y no todas las plataformas operan bajo los mismos estándares de transparencia.

- **Libre entrada y salida del mercado**

La libre entrada y salida del mercado significa que cualquier empresa puede ingresar o retirarse del mercado sin enfrentar barreras legales, económicas o tecnológicas. Esta condición garantiza que los beneficios extraordinarios se disipen en el largo plazo, ya que nuevos competidores ingresan cuando hay rentabilidad, y las empresas ineficientes salen cuando no pueden sostenerse (Peragón, 2019)

En el mercado mexicano de apuestas en línea, esta condición se ve limitada por la necesidad de obtener permisos de operación por parte de la Secretaría de Gobernación, así como por los altos costos tecnológicos y publicitarios. Además, la presencia de empresas extranjeras con gran capacidad financiera dificulta la entrada de nuevos actores nacionales.

En general, en el modelo de competencia perfecta, se parte de una serie de supuestos ideales: existencia de un número elevado de compradores y vendedores, homogeneidad del producto, libre entrada y salida del mercado, información perfecta y gratuita, y comportamiento racional de los agentes. Bajo estas condiciones, ninguna empresa tendría el poder para influir en el precio, por lo que se comporta como “precio aceptante”. El resultado es un mercado eficiente, donde los recursos se asignan a su uso más valioso y se alcanza el máximo bienestar social, conocido como el óptimo de Pareto. Sin embargo, en la realidad económica, estos supuestos rara vez se cumplen.

### **1.5.2. Mercado de competencia imperfecta y la naturaleza del mercado de juegos y apuestas en línea en México.**

La competencia imperfecta surge cuando alguno de los elementos mencionados en el punto anterior se rompe, dando lugar a estructuras como el monopolio, oligopolio, duopolio o monopsomio. En estos casos, las empresas pueden tener poder de mercado, diferenciar sus productos, establecer barreras de entrada o aprovechar la información imperfecta para

obtener beneficios extraordinarios. Estas distorsiones generan pérdidas de eficiencia, afectan la equidad y requieren mecanismos de regulación para proteger al consumidor y fomentar la competencia. (Mochón, 2000)

Un mercado de competencia imperfecta se define como un mercado donde los productores tienen cierto poder de mercado, lo cual les permite influencia sobre los precios, es también un mercado de competencia imperfecta aquel donde hay una cantidad limitada de productores o consumidores, lo que genera fallas de mercado.

Las principales características de un mercado de competencia imperfecta son:

- **Poder de mercado.**

El poder de mercado se refiere a la capacidad que tiene una empresa para influir en el precio de un bien o servicio, sin que los consumidores puedan recurrir fácilmente a alternativas. En un mercado competitivo, ninguna empresa posee poder de mercado, ya que los precios se determinan por la interacción libre entre oferta y demanda.

Sin embargo, en estructuras de competencia imperfecta como el monopolio, oligopolio o duopolio, las empresas pueden ejercer control sobre los precios, las cantidades producidas y las condiciones de acceso al mercado (Varian, 2006)

Este poder se traduce en la posibilidad de fijar precios por encima del costo marginal, lo que genera beneficios extraordinarios para la empresa, pero también puede provocar una pérdida de eficiencia económica y afectar negativamente al bienestar del consumidor (Zipitria, s.f.)

En el mercado de juegos y apuestas en línea en México, algunas plataformas han adquirido un poder de mercado significativo al concentrar gran parte de la oferta, lo que les permite establecer condiciones comerciales, cuotas de retiro y estrategias publicitarias que limitan la competencia.

La existencia de poder de mercado requiere atención regulatoria, ya que puede derivar en prácticas anticompetitivas, como la colusión o la exclusión de nuevos participantes, afectando la equidad y transparencia del mercado, en México especialmente en la operación de juegos y apuestas virtuales no existe una regulación rigurosa que determine perfectamente el papel y las obligaciones de los agentes que participan en esta actividad, lo que hace que la recaudación de los ingresos fiscales recaudados por el Estado a través de este sector aún sean bajos, además de la falta de una gran claridad en la operación de dicha actividad.

- **Diferenciación de productos**

La diferenciación de productos es una estrategia utilizada por las empresas para distinguir sus bienes o servicios de los ofrecidos por sus competidores. Esta diferenciación puede basarse en características físicas, calidad, diseño, marca, servicio postventa o incluso en la percepción del consumidor. En mercados de competencia imperfecta, la diferenciación permite a las empresas obtener cierto grado de poder de mercado, ya que los consumidores no consideran los productos como sustitutos perfectos (Varian, 2006)

**En el sector de juegos y apuestas en línea en México**, la diferenciación se manifiesta en la variedad de eventos deportivos disponibles, la interfaz de usuario, los métodos de pago, las promociones y la experiencia personalizada. Aunque muchas plataformas ofrecen servicios similares, aquellas que logran posicionarse como únicas o superiores en algún aspecto pueden atraer y retener a más usuarios, incluso si sus precios son más altos.

La diferenciación también puede generar barreras de entrada, ya que las nuevas empresas deben invertir en innovación, publicidad y tecnología para competir con marcas ya establecidas. Si bien esta estrategia puede fomentar la innovación y mejorar la calidad del servicio, también puede limitar de manera importante la competencia efectiva si se combina con prácticas de exclusividad o control de canales de distribución (Rodríguez, 2013).

- **Barreras de entrada**

Las barreras de entrada son obstáculos que dificultan o impiden el ingreso de nuevas empresas a un mercado. Estas pueden ser de naturaleza económica, legal, tecnológica o estratégica, y su existencia es una característica central de los mercados de competencia imperfecta. Entre las barreras más comunes se encuentran los altos costos iniciales, las economías de escala, el acceso limitado a canales de distribución, las patentes, las licencias regulatorias y la lealtad de marca (Varian, 2006)

En el mercado de juegos y apuestas en línea en México, las barreras de entrada incluyen la necesidad de obtener permisos de operación por parte de la Secretaría de Gobernación, el desarrollo de plataformas tecnológicas seguras, la inversión en publicidad y la competencia con empresas extranjeras que ya dominan el sector. Además, la falta de regulación clara puede favorecer a los operadores establecidos, dificultando el ingreso de nuevos competidores que buscan operar legalmente.

Estas barreras no solo afectan la dinámica competitiva, sino que también limitan la innovación y la diversidad de servicios disponibles para los consumidores. Por ello, es fundamental que en México el Estado diseñe políticas públicas que promuevan condiciones de entrada más equitativas, sin comprometer la seguridad ni la calidad del servicio.

- **Información imperfecta**

La información imperfecta se refiere a una situación en la que los agentes económicos, consumidores y productores no disponen de toda la información relevante para tomar decisiones óptimas. En mercados de competencia perfecta, se asume que todos los participantes tienen acceso a información completa y veraz sobre precios, calidad, condiciones de venta y características del producto. Sin embargo, en la realidad, esta condición rara vez se cumple.

En los mercados de competencia imperfecta, la información imperfecta puede generar asimetrías que beneficien a ciertos actores. Por ejemplo, una empresa puede conocer mejor los costos de producción o las preferencias del consumidor que sus competidores, lo que le permite diseñar estrategias más efectivas (Varian, 2006)

En el caso de las apuestas en línea en México, los usuarios no conocen a detalle las condiciones reales de retiro, las probabilidades de ganar o los riesgos asociados al juego, lo que los coloca en una posición vulnerable frente a las plataformas.

La información imperfecta también facilita prácticas abusivas, como publicidad engañosa, cláusulas ocultas o manipulación de datos. Por ello, es esencial que exista transparencia

en la operación de las empresas, así como mecanismos de regulación y protección al consumidor que garanticen el acceso a información clara, completa y verificable.

Existen varios tipos de competencia imperfecta, entre los cuales para fines de la presente tesina se hace énfasis solamente en dos: el monopolio y el oligopolio (Perossa, s.f.)

### **1.5.2.1. Monopolio**

El monopolio es una estructura de mercado en la que una sola empresa controla la totalidad de la oferta de un bien o servicio, sin que existan sustitutos cercanos ni competencia directa. Esta situación otorga al monopolista un poder significativo para determinar tanto el precio como la cantidad de producción, lo que le permite maximizar sus beneficios sin considerar las fuerzas del mercado que normalmente regulan la competencia (Varian, 2006)

En un mercado competitivo, el precio se establece por la interacción entre oferta y demanda. Sin embargo, en un monopolio, la empresa enfrenta toda la curva de demanda del mercado, lo que significa que puede elegir el punto óptimo de producción y precio en función de su estructura de costos y la disposición a pagar de los consumidores.

Esta decisión se basa en la condición de maximización de beneficios, donde el ingreso marginal (IMg) se iguala al costo marginal (CMg). A diferencia de la competencia perfecta, donde el precio es igual al costo marginal, en un monopolio el precio suele ser superior, lo que genera una pérdida de eficiencia conocida como “pérdida de peso muerto” (Pindyck, 2017).

El monopolio puede surgir por diversas razones: control exclusivo de un recurso esencial, concesiones legales o gubernamentales, economías de escala que hacen inviable la competencia, o barreras tecnológicas que impiden la entrada de nuevos competidores. En algunos casos, los monopolios son naturales, como ocurre en industrias donde los costos

fijos son tan elevados que una sola empresa puede atender eficientemente toda la demanda (por ejemplo, servicios públicos como agua o electricidad).

Desde el punto de vista del bienestar social, el monopolio plantea desafíos importantes. Aunque puede generar beneficios para la empresa, también puede perjudicar a los consumidores al ofrecer precios más altos y menor variedad de productos. Además, la falta de competencia puede reducir los incentivos para innovar o mejorar la calidad del servicio. Por ello, en muchos países, los monopolios están sujetos a regulación estatal, especialmente cuando se trata de sectores estratégicos o servicios esenciales.

En el contexto del mercado de juegos y apuestas en línea en México, el monopolio no se presenta en sentido estricto, pero sí existen elementos que podrían favorecer su aparición. (Pindyck, 2017). Por ejemplo, si una sola plataforma lograra concentrar la mayoría de los usuarios, eventos deportivos y medios de pago, podría establecer condiciones de acceso que limiten la competencia. En México, la regulación insuficiente y la falta de supervisión efectiva también pueden contribuir a que una empresa adquiriera una posición dominante, afectando la equidad y eficiencia del mercado.

Para fines de esta tesina el monopolio no es el objeto de estudio, pero es importante tenerlo en cuenta para definir la siguiente estructura, donde también son pocos los oferentes en el mercado, es decir el oligopolio.

### **1.5.2.2. Duopolio**

El duopolio es una forma específica de competencia imperfecta en la que únicamente dos empresas dominan la totalidad o la mayor parte de la oferta de un bien o servicio en el mercado. Esta estructura se caracteriza por una fuerte interdependencia entre los agentes económicos, ya que las decisiones de producción, precios y estrategias comerciales de una empresa afectan directamente a la otra, generando un entorno competitivo complejo y dinámico.

En un duopolio, las empresas pueden optar por competir agresivamente o establecer acuerdos tácitos o explícitos para maximizar sus beneficios conjuntos. Los modelos teóricos más representativos para analizar este tipo de mercado son el modelo de Cournot, en el que las empresas deciden simultáneamente las cantidades a producir, y el modelo de Bertrand, donde la competencia se da a través de la fijación de precios. Ambos modelos permiten comprender cómo se alcanza el equilibrio en un mercado con pocos oferentes y cómo se distribuyen los beneficios entre ellos.

En el contexto del mercado de juegos y apuestas en línea en México, aunque no se configura como un duopolio estricto, existen escenarios en los que dos empresas concentran una proporción significativa del mercado, lo que les otorga poder para influir en las condiciones de acceso, en la innovación tecnológica y en la experiencia del usuario. Esta concentración puede derivar en prácticas anticompetitivas, como la fijación de cuotas mínimas de retiro, la exclusividad de contenidos o el control de canales publicitarios.

El análisis del duopolio resulta relevante en México para identificar riesgos de concentración excesiva y para evaluar la necesidad de políticas regulatorias que promuevan una competencia más equitativa y transparente en el sector.

### **1.5.2.3. Oligopolio**

Son estructuras de mercado en las que un número reducido de empresas dominan la oferta de algún producto, son capaces de fijar niveles de producción o precios y todas tienen una interdependencia respecto de sus competidores Varian, H. (2006).

Los oligopolios surgen a partir de factores tales como barreras de entrada, acceso a tecnologías avanzadas, etc. e impiden la coexistencia de más industrias oferentes en el mercado.

Para un mercado oligopolístico el producto puede estar o no diferenciado; algunas empresas obtienen considerables beneficios a largo plazo pues las barreras de entrada dificultan o impiden la entrada de otras (Pindyck & Rubinfeld, 2017).

Para un mercado monopolístico parte del supuesto que el equilibrio puede pactarse por medio de tres distintos escenarios:

- **Modelo de Stackelberg**

El modelo de Stackelberg es una estructura de competencia oligopólica que se distingue por su carácter secuencial. Fue desarrollado por Heinrich von Stackelberg en 1934 y plantea que una empresa, denominada líder, toma primero la decisión sobre la cantidad a producir, mientras que las demás empresas, denominadas seguidoras, ajustan su producción en función de la decisión inicial del líder. Esta dinámica contrasta con el modelo de Cournot, donde las decisiones se toman de manera simultánea.

La ventaja estratégica del líder radica en su capacidad para anticipar la reacción de los seguidores y maximizar sus beneficios considerando dicha respuesta. En este sentido, el líder actúa con conocimiento de causa, sabiendo que su decisión condicionará el comportamiento de sus competidores. Esta anticipación le permite ocupar una posición dominante en el mercado, lo que se traduce en una mayor participación de mercado y, en muchos casos, en mayores beneficios.

Desde el punto de vista matemático, el modelo se resuelve mediante inducción hacia atrás: primero se determina la función de reacción del seguidor, y luego se optimiza la decisión del líder incorporando dicha función. El resultado es un equilibrio de Nash secuencial, en el que el líder produce más que en Cournot y el seguidor menos, lo que genera una mayor cantidad total en el mercado y un precio más bajo que en el equilibrio simultáneo. (UIR, 2022)

Este modelo es especialmente útil para analizar mercados donde existe una clara jerarquía entre los competidores, como ocurre en sectores tecnológicos o digitales, donde empresas con mayor capacidad de innovación o reconocimiento de marca pueden actuar como líderes. Un ejemplo contemporáneo es el caso de Microsoft en los años noventa, cuya posición dominante en el mercado de sistemas operativos

condicionaba las decisiones de otras empresas desarrolladoras de software. (Schotte, 2022)

En términos de eficiencia, el modelo de Stackelberg puede generar resultados más competitivos que Cournot, siempre que las empresas sean simétricas en costos. Sin embargo, si el líder es menos eficiente que el seguidor, el modelo puede favorecer a una empresa con mayores costos, lo que plantea interrogantes sobre su conveniencia desde una perspectiva de bienestar social. (Schotte, 2022)

- **Equilibrio de Cournot**

El modelo de Cournot, formulado por Antoine Augustin Cournot en 1838, es uno de los pilares de la teoría de la competencia imperfecta. Este modelo describe un escenario en el que dos o más empresas compiten en cantidades, es decir, cada una decide cuánto producir suponiendo que la cantidad producida por su competidor es fija.

Las decisiones se toman de manera simultánea, y el equilibrio se alcanza cuando ninguna empresa tiene incentivos para modificar su nivel de producción, dado el comportamiento de la otra.

Los supuestos básicos del modelo incluyen la existencia de bienes homogéneos, costos idénticos entre empresas, y racionalidad en la toma de decisiones. Las empresas buscan maximizar sus beneficios, considerando que su producción afecta el precio de mercado. A medida que una empresa aumenta su producción, el precio disminuye, lo que afecta los ingresos de todas las participantes. (Quiroa, 2022)

El equilibrio de Cournot se caracteriza por una producción total inferior a la que se observaría en competencia perfecta, pero superior a la que se daría en un monopolio. Por tanto, se considera un punto intermedio entre ambos extremos. En términos de bienestar, este modelo permite analizar cómo la interdependencia estratégica entre empresas influye en la asignación de recursos y en la eficiencia del mercado.

Un ejemplo clásico es el de dos empresas embotelladoras de agua mineral que compiten en un mercado. Si una empresa produce más, la otra ajusta su producción para maximizar sus beneficios. Este proceso iterativo lleva a un equilibrio en el que ambas empresas producen una cantidad que les permite obtener beneficios sin que ninguna tenga incentivos para cambiar su estrategia.

El modelo de Cournot también ha sido aplicado en el análisis de mercados digitales, y en México también se presentan características similares en el de las apuestas en línea, donde las plataformas compiten por volumen de usuarios y eventos disponibles.

- **Equilibrio de Bertrand**

El modelo de Bertrand, desarrollado por Joseph Bertrand en 1883, plantea una forma de competencia imperfecta en la que las empresas compiten fijando precios, en lugar de cantidades. A diferencia del modelo de Cournot, donde la variable estratégica es la producción, en Bertrand las empresas ofrecen productos homogéneos y los consumidores eligen al proveedor que ofrezca el precio más bajo.

Los supuestos del modelo incluyen la existencia de al menos dos empresas, productos no diferenciados, capacidad ilimitada de producción y decisiones de precios tomadas simultáneamente. En este contexto, si una empresa fija un precio más bajo que su competidor, captará toda la demanda del mercado.

Esta dinámica lleva a una guerra de precios que, en equilibrio, conduce a que el precio se iguale al costo marginal, eliminando cualquier margen de ganancia. (Coloma, 2009)

Este resultado, conocido como la “paradoja de Bertrand”, implica que incluso con solo dos empresas, el mercado puede alcanzar un resultado similar al de competencia perfecta. Sin embargo, en la práctica, este modelo presenta limitaciones. Por ejemplo, si los productos están diferenciados o si existen restricciones de capacidad, el precio no necesariamente se iguala al costo marginal. Además, factores como los costos de búsqueda de los consumidores o la fidelidad a la marca pueden alterar el equilibrio.

En el mercado de apuestas en línea, el modelo de Bertrand puede aplicarse parcialmente, especialmente en plataformas que ofrecen servicios similares. La competencia por precios puede ser intensa, pero las empresas también buscan diferenciarse mediante promociones, experiencia de usuario o exclusividad de eventos. Por tanto, aunque el modelo clásico de Bertrand ofrece una visión útil, debe adaptarse a las condiciones reales del mercado (Coloma, 2009).

- **Colusión**

La colusión es una práctica que se presenta en mercados de competencia imperfecta, particularmente en estructuras oligopólicas, donde un número reducido de empresas domina la oferta de un bien o servicio.

En este contexto, las empresas pueden optar por colaborar en lugar de competir, estableciendo acuerdos formales o informales para fijar precios, limitar la producción o repartirse el mercado. El objetivo principal de estos acuerdos es maximizar los beneficios conjuntos de las empresas participantes, reduciendo la incertidumbre y evitando guerras de precios que erosionen sus márgenes de ganancia.

Desde el punto de vista económico, la colusión representa una distorsión del mercado, ya que impide que los precios se determinen libremente por la interacción entre oferta y demanda. En lugar de competir, las empresas actúan como un cartel, simulando el comportamiento de un monopolio. Esto genera pérdidas de eficiencia, perjudica al consumidor que enfrenta precios más altos y menor variedad y limita la innovación, al reducir los incentivos para mejorar productos o servicios (Rodríguez, 2013)

Existen dos formas principales de colusión: la explícita y la tácita.

La colusión explícita implica acuerdos directos entre empresas, como los que se observan en los cárteles internacionales del petróleo o en casos documentados por autoridades de competencia. Por otro lado, la colusión tácita ocurre cuando las

empresas adoptan comportamientos coordinados sin necesidad de comunicación directa, como seguir el precio de una empresa líder o evitar estrategias agresivas de mercado.

En el modelo de Bertrand, por ejemplo, la competencia por precios puede llevar a un equilibrio en el que el precio se iguala al costo marginal. Sin embargo, si las empresas coluden, pueden mantener precios por encima de ese nivel, obteniendo beneficios similares a los de un monopolio.

Este tipo de comportamiento ha sido ampliamente estudiado en la teoría de juegos, donde se analiza cómo las empresas pueden sostener acuerdos colusorios en escenarios repetidos, siempre que exista un mecanismo de castigo creíble ante desviaciones.

En el mercado de juegos y apuestas en línea en México, la posibilidad de colusión no puede descartarse, especialmente considerando que pocas empresas concentran la mayor parte de la oferta. La similitud en los servicios, las cuotas de retiro, las promociones y la publicidad puede ser indicio de una coordinación estratégica que, aunque no necesariamente ilegal, podría limitar la competencia efectiva.

La falta de regulación clara y la escasa supervisión también contribuyen a que este tipo de prácticas pasen desapercibidas. (Programa UC Libre Competencia, 2022).

#### **1.5.2.4. Monopsomio**

El monopsomio es una estructura de mercado caracterizada por la existencia de un único comprador frente a múltiples oferentes. A diferencia del monopolio, donde una sola empresa domina la oferta, en el monopsomio el poder de mercado lo ejerce el comprador, quien puede influir significativamente en el precio y las condiciones de adquisición de los bienes o servicios.

Esta situación genera una asimetría en la relación comercial, ya que los vendedores se ven obligados a aceptar las condiciones impuestas por el comprador dominante para poder participar en el mercado.

En términos económicos, el monopsomio puede provocar distorsiones en el equilibrio del mercado, al reducir el precio de compra por debajo del nivel competitivo, lo que puede desincentivar la producción y limitar la innovación.

Además, esta estructura puede generar una asignación ineficiente de recursos, afectando tanto a los productores como al bienestar general de los consumidores.

Aunque el mercado de juegos y apuestas en línea en México no se configura como un monopsomio en sentido estricto, es importante considerar este modelo teórico para comprender posibles escenarios en los que un único actor, por ejemplo, una entidad reguladora o una plataforma dominante en la adquisición de servicios tecnológicos o de publicidad pueda ejercer un poder desproporcionado sobre los proveedores.

Este tipo de concentración puede tener implicaciones relevantes en la dinámica competitiva del sector, especialmente en lo que respecta a la negociación de contratos, la fijación de comisiones y la selección de contenidos.

La comprensión del monopsomio permite ampliar el análisis de las estructuras de mercado más allá de los modelos tradicionales de competencia perfecta o imperfecta, incorporando perspectivas que explican fenómenos de concentración y poder de mercado desde el lado de la demanda (Varian, 2006)

**Tabla 1**

**Comparación de estructuras de mercado**

Aspecto	Competencia perfecta	Monopolio	Oligopolio	Competencia monopolística
Número de empresas	Muchas	Una sola	Pocas	Muchas
Existencia de competencia	Sí	No	Muy intensa	Muy intensa
Influencia sobre precio/cantidad	No puede influir	Controla precio o cantidad	Influencia condicionada por acciones de competidores	Limitada, basada en diferenciación
Tipo de producto	Homogéneo	Irrelevante	Homogéneos y diferenciados	Diferenciados
Transparencia del mercado	Total	Nula	Nula	Nula
Barreras de entrada/salida	No existen	Elevadas	Elevadas	No existen

Fuente: Elaboración propia, extraído de Pindyck y Rubinfeld (2013).

## CAPÍTULO II

### El mercado de juegos y apuestas en línea en México

#### 2.1 Accesibilidad y usos del internet en México como factores que favorecen al mercado de juegos y apuestas en línea en México.

La digitalización generalizada de todo tipo de actividades humanas ha traído consigo el uso creciente y cada vez más demandante de internet, y es vía online que el público de todas las edades satisface necesidades de comunicación, información entretenimiento, streaming, videojuegos, apuesta online. En México el incremento de personas que tienen acceso a internet ha ido al alza por casi 10 años, según la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares 2024 (ENDUTIH) del año 2015 al 2024 ha habido un incremento del casi 35% en los hogares que tienen acceso a internet

**Tabla 2**  
**Hogares con acceso a internet 2015-2024**

Año	Total Hogares	Hogares con internet	Porcentaje
2015	12,568,849	4,913,045	39%
2016	15,366,229	7,200,390	47%
2017	17,055,332	8,642,782	51%
2018	17,974,537	9,438,582	53%
2019	19,690,264	10,987,393	56%
2020	21,388,838	12,820,360	60%
2021	24,327,913	16,163,494	66%
2022	25,750,938	17,639,738	69%
2023	27,677,834	19,832,143	72%
2024	28,772,674	21,178,258	74%

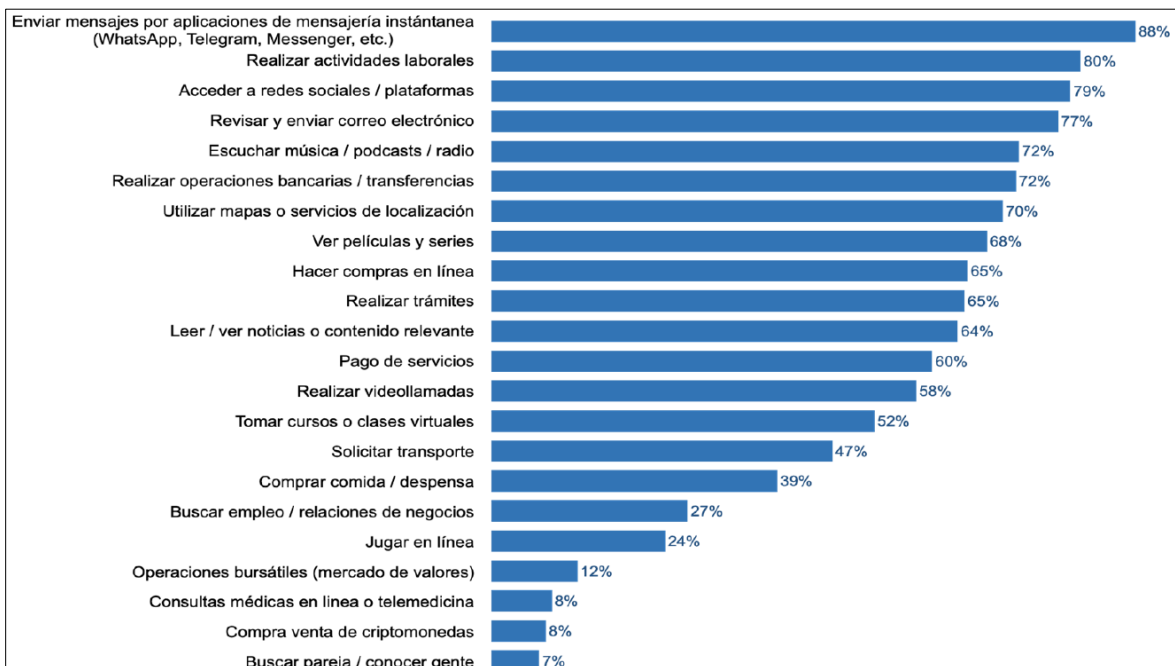
Fuente: Elaboración propia con datos de la ENDUTIH, INEGI 2024

En México, en el mercado de juegos en línea se incluyen las: apuestas, juegos de casino, concursos, etc. Las apuestas en línea han tenido un crecimiento sin precedentes en el país. Durante el periodo de aislamiento por la contingencia sanitaria de COVID 19, la actividad económica en el país se desaceleró significativamente resultado de la

suspensión de todas aquellas actividades consideradas como no esenciales. Esquivel, G. (2020), mientras que el entretenimiento en línea incrementó aproximadamente un 26.10% respecto a 2019 debido a las restricciones sanitarias según datos de la Asociación de Internet MX.

La población comienza a demandar los servicios de entretenimiento que eran frecuentados presencialmente tales como casinos y casas de apuestas. En su modalidad online, las casas de apuestas han logrado atraer un mercado más diversificado, mediante métodos de pago cómodos y accesibles, la variedad de juegos disponibles y la no necesidad de desplazarse a un establecimiento físico fueron los factores que determinaron su éxito de Souza (2024).

**Grafica 1: Incremento de las actividades que se realizan en internet**



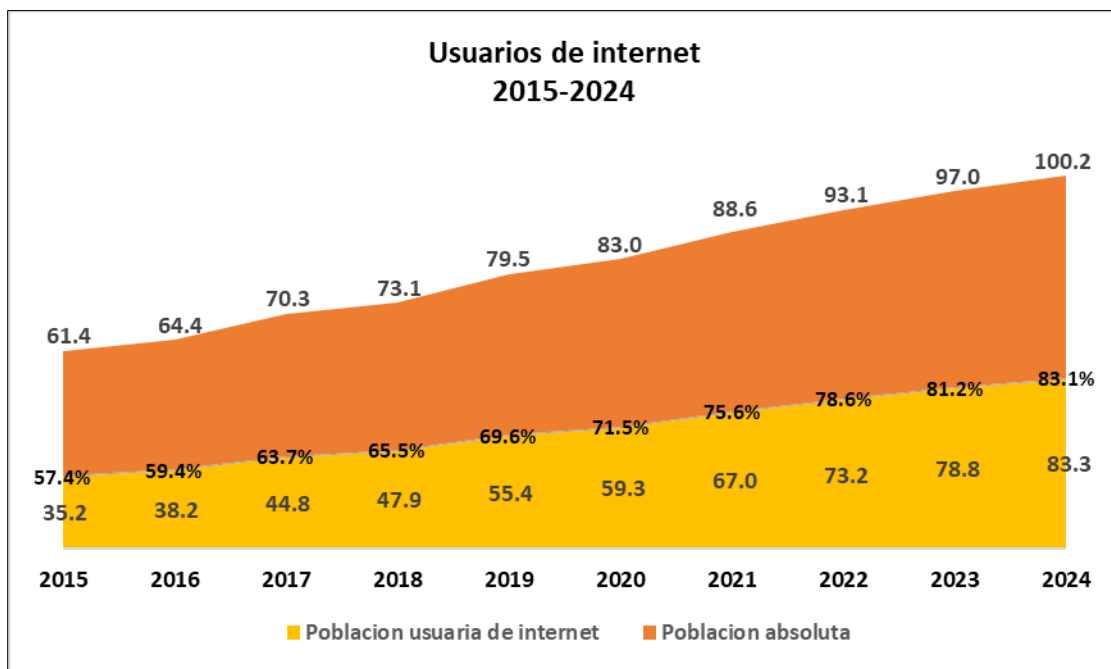
Fuente: 20° estudio sobre los hábitos de usuarios de internet en México 2024

## 2.2 Aspectos asociados al tema del mercado de apuesta en línea en México

De acuerdo con la ENDUTIH 2024 se pueden encontrar cuatro aspectos asociados al tema del mercado de apuesta en línea, y éstas son:

1. Para 2024, la ENDUTIH consideró una población de 100,249.527 millones, de los cuales el 83% son considerados usuarios de internet.

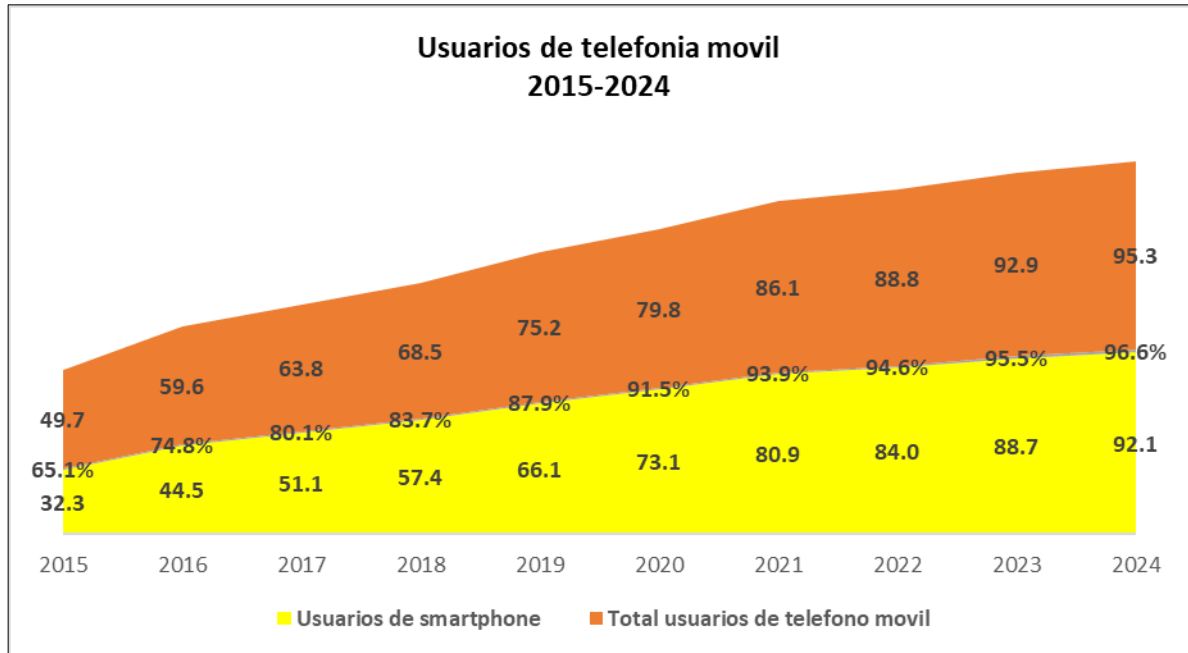
**Gráfico 2.**  
**Usuarios de internet 2015 a 2024**  
(millones de personas)



Fuente: Elaboración propia con datos de la ENDUTIH, INEGI 2024

2. En 2024 considerando una población total de 95,260,288 de usuarios de telefonía celular, la ENDUTIH registró que el 97% de esta población hace uso de un teléfono inteligente (smartphone) con el cual el acceso a Internet es casi absoluto.

**Gráfico 3.**  
**Usuarios de telefonía celular de 2015 a 2024.**  
 (millones de personas)



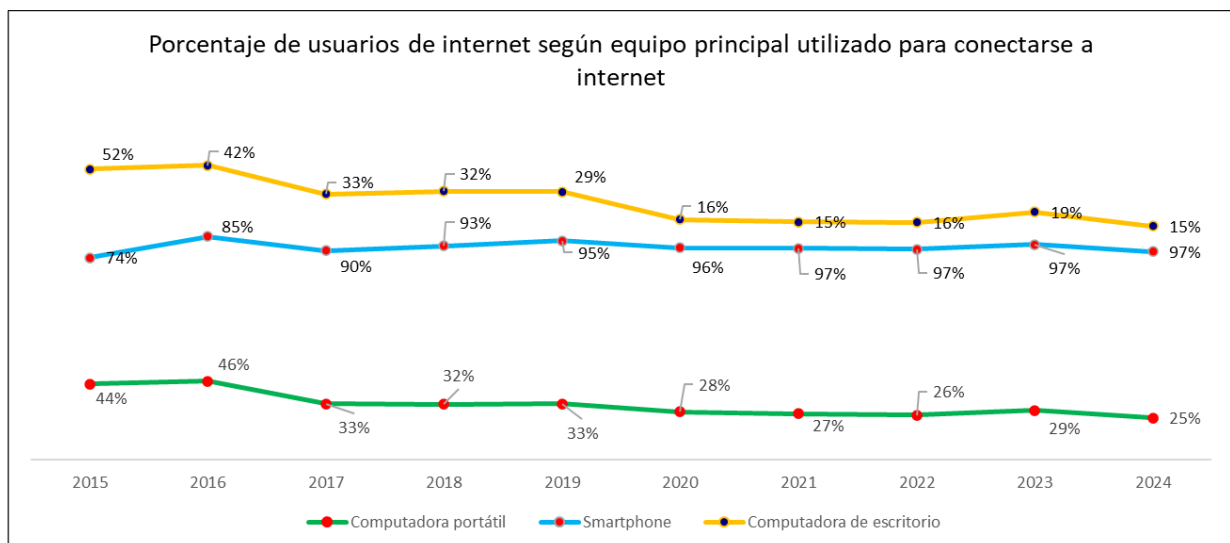
Fuente: Elaboración propia con datos de la ENDUTIH, INEGI 2024

### 2.2.1. Usuarios de internet según equipo de conexión en México de 2015 a 2023

En México, la proliferación masiva de teléfonos inteligentes *smartphones* han permitido la conexión instantánea a todo tipo de contenido en línea, lo que favorece al mercado de entretenimiento online.

De 2015 a 2024, el porcentaje de usuarios *smartphone* como medio de conexión a internet incrementó 23%, siendo este el principal canal de acceso a los juegos de apuestas online. Mientras que el uso de una computadora portátil o una PC ha disminuido cerca de un 19%.

**Gráfico 4.**  
**Usuarios de internet según equipo de conexión**  
**2015 a 2024.**



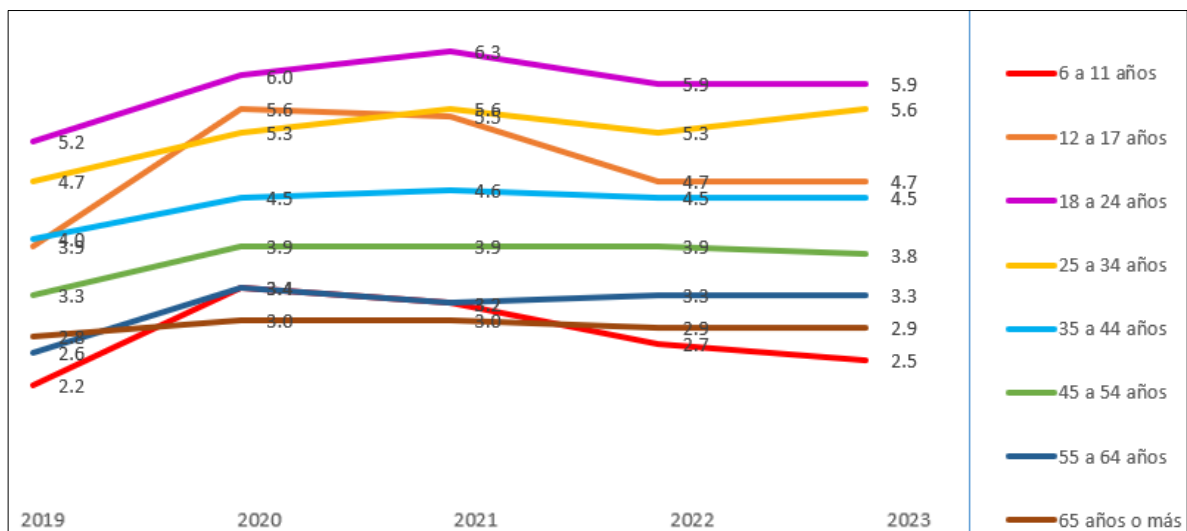
**Fuente:** Elaboración propia con datos de la ENDUTIH, INEGI 2024

## 2.2.2. Horas promedio de uso diario de internet en México entre 2015 a 2023

El incremento en las horas promedio de uso diario de internet entre 2015 a 2023 según grupos de edad, es:

- De 6 a 11 años, de 2.2 a 2.7 horas.
- De 12 a 17 años 3.9 horas a 4.7 horas.
- De 18.24 años de 5.2 a 5.9 horas.
- De 25 a 34 años de 4.7 a 5.3 horas.
- De 35 a 44 años, que pasó de 4.0 a 4.5 horas.
- De 45 años a 54 años de 3.3 a 3.9 horas.
- De 55 años a 64 años uso de 2.6 a 3.3 horas.
- De 65 años en adelante entre 2.8 y 2.9 horas.

**Gráfico 5.**  
**Horas promedio de uso de internet, según rangos de edad**  
**2019 a 2023**

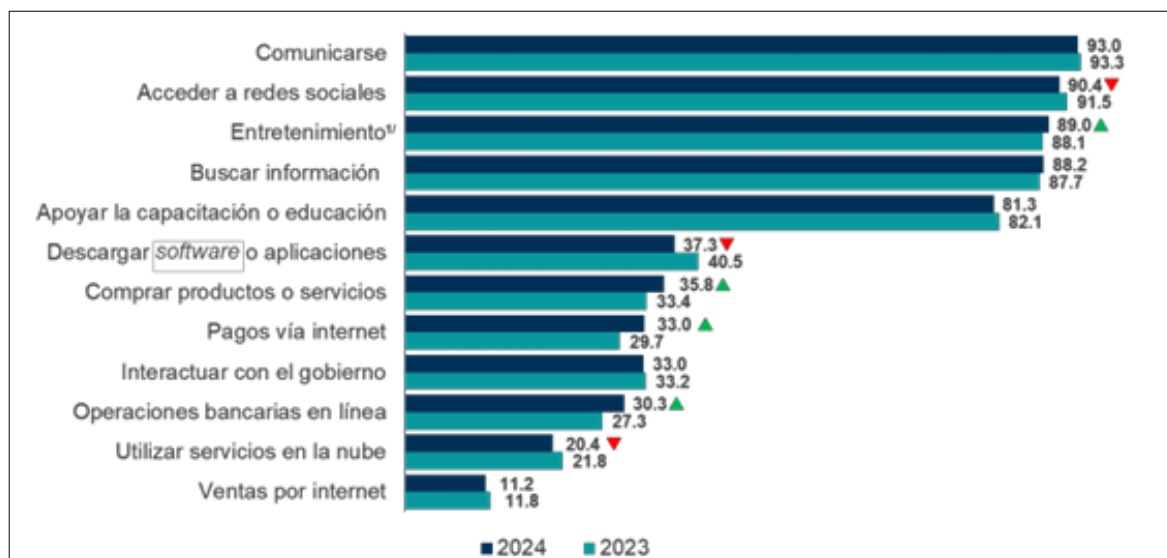


**Fuente:** Elaboración propia con datos de la ENDUTIH, INEGI 2023

### 2.2.3. Principales usos del internet en México.

En 2024 el uso principal que se le da al internet se distribuye en: Comunicación (93%), uso de redes sociales (90.4 %) y para el entretenimiento (89 %).

**Gráfico 6. Usuarios de internet según tipo de uso 2023 a 2024.**



▲ Diferencia porcentual mayor a 1.0 % estadísticamente significativa respecto a 2024

▼ Diferencia porcentual menor a -1.0 % estadísticamente significativa respecto a 2024

**Fuente:** Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías, INEGI 2024

### 2.3 La evolución del mercado de las apuestas deportivas en línea en México

El avance tecnológico ha propiciado la evolución del mercado de las apuestas deportivas en línea, donde se ha dejado de lado el establecimiento físico tradicional para acudir para realizar cualquier tipo de apuesta, ahora gracias a algún teléfono inteligente o una conexión a internet se tiene acceso todos los servicios que ofrece este sector del entretenimiento 24/7; hoy en día una persona que se encuentra en México puede estar apostando en vivo ante un evento que se desarrolla en Asia o bien algún evento que se está llevando a cabo en África y puede ser fácilmente especulado desde algún punto de Sudamérica.

En México es común encontrar anuncios de casas de apuestas, su difusión masiva a través de eventos deportivos, televisión, publicidad en redes sociales han logrado que sean conocidas por gran parte de la población.

El acceso generalizado a Internet ha permeado todos los niveles sociales en México, y el uso frecuente de teléfonos inteligentes ha consolidado al país como un mercado importante para la industria del juego en línea, solo superado por Brasil en América Latina (France, 2024). En 2023, la industria del juego en línea en Brasil generó aproximadamente 27,000 millones de dólares, impulsada por la alta demanda de estos servicios de entretenimiento. Esta demanda se debe en parte a la gran pasión por el fútbol, que es un factor clave en el crecimiento de este sector. (France, 2024).

#### **2.4 Empresas que ofertan servicios de apuestas deportivas en México en el 2025**

En México para el año 2025 existen más 30 empresas que ofertan servicios de apuestas deportivas en vivo o en establecimientos físicos, y otros juegos de azar ya sea de manera presencial o vía remota; entre los cuales destacan los siguientes por ofrecer una serie de servicios de entretenimiento similares en cuanto a contenido y accesibilidad.

En la tabla 2 se observa que dichas empresas (en su mayoría están constituidas en el extranjero y es en México donde están autorizadas a operar bajo una razón social, a la cual se le otorga un permiso por parte de la Secretaría de Gobernación para su operación.

**Tabla 3**  
**Empresas que ofertan servicios de apuestas deportivas en México en el 2025**

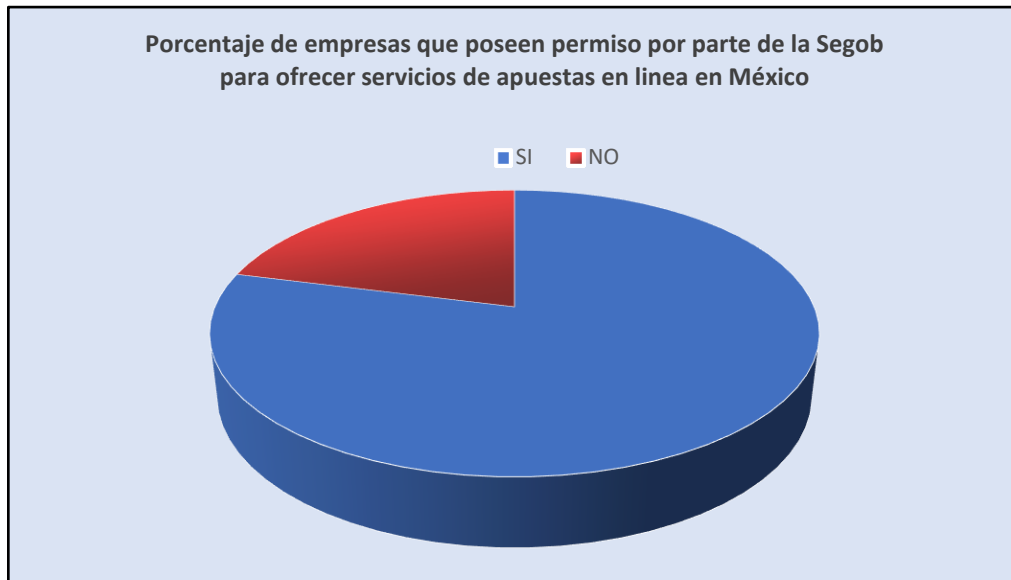
Nombre	Razón Social en México	Permiso de Segob	País de Origen	Tipo de Servicio	Operaciones
10 BET	Sao Paulo Entretenimiento, S.A. DE C.V.	SI	Reino Unido	Virtual	Todo México
1XBET	Espectáculos Deportivos de Occidente, S.A. de C.V.	SI	Rusia	Virtual	Todo México
888SPORT	888 online Games España S.A.	NO	Gibraltar	Virtual	Todo México
BET365	Ganador Azteca, S.A.P.I. de C.V.	SI	Reino Unido	Virtual	Todo México
BETANO	Operadora Ganador Tv Azteca, S.A. de C.V.	SI	Grecia	Virtual	Todo México
BETFLAIR		NO	Reino Unido	ND	ND
BETSSON	Sport Betsson S.A.C.	SI	Suecia	Virtual	Todo México
BETWAY	Espectáculos Deportivos Frontón México S.A. de C. V.	SI	Reino Unido	Virtual	Todo México con oficinas en Tlalnepantla
CALIENTE	Grupo Caliente S.A. de C.V. (México)	SI	México	Virtual y Física	Todo México con oficinas en Baja California, Sonora, Michoacán y Ciudad de México
CAMPOBET	Producciones Móviles, S.A. de C.V.	SI	Chipre	Virtual	Todo México
CODERE	Libros Foraneos, S.A. DE C.V.	SI	España	Virtual y Física	Todo México
MEGAPARI		NO	Chipre	ND	ND
I CASINO COOLBET	Producciones Móviles S.A. de C.V.	SI	Estonia	Virtual	Todo México
NOVIBET	Operadora de Entretenimiento del Bajío, S.A. de C.V.	SI	Grecia	Virtual	Todo México
PLAYUZU	Producciones Móviles S.A. de C.V.	SI	Reino Unido	Virtual	Todo México
SPORTIUM	Operadora de Clubes San Ángel, S.A. de C.V.	SI	España	Virtual y Física	Todo México
STRENDUS	ATRACCIONES Y EMOCIONES VALLARTA, S.A. DE C.V.	SI	México	Virtual y Física	Todo México
WILLIAM HILL		NO	Reino Unido	ND	ND
WINNER	Tecnología en Entretenimiento Caliplay, S. de R.L. de C.V.	SI	Reino Unido	Virtual	Todo México

ND\* No disponible

Elaboración propia con información proveniente de cada una de las páginas oficiales de cada una de las empresas.

Es importante señalar que cerca del 20% son servicios que no están regulados o permitidos en México por la autoridad competente; gran parte de esto se ha suscitado por el fácil acceso a las plataformas de apuestas vía Internet. (Compliance Latam, s.f.), ver gráfica

**Gráfico 7.**  
**Empresas con permiso por parte de la Secretaría de Gobernación (Segob) en México.**



*Elaboración propia con información proveniente de cada una de las páginas oficiales de las empresas.*

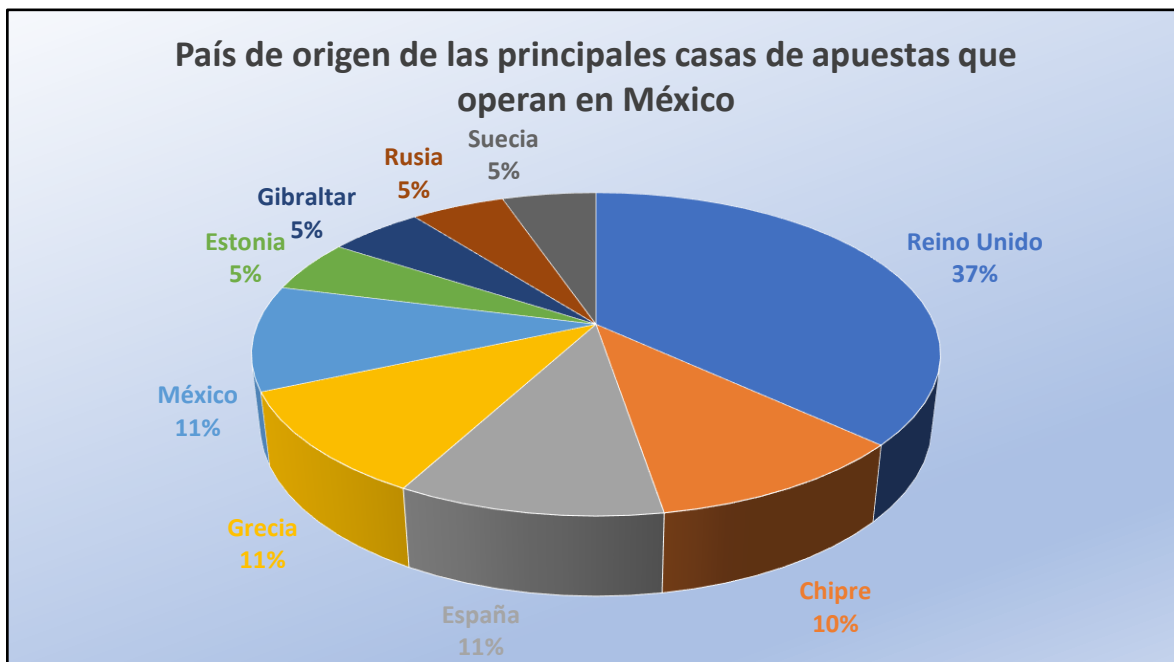
En contraste, en otros países sí existe una regulación más estricta para los servicios de apuestas deportivas. Por ejemplo, en Estados Unidos, la regulación de las apuestas deportivas es responsabilidad de cada estado, y actualmente 34 de los 50 estados permiten esta actividad bajo ciertas normas. (Compliance Latam, s.f.)

En Argentina, cada una de las 24 provincias tiene autonomía para legislar las apuestas según su propio criterio, lo que ha permitido el desarrollo de plataformas de apuestas online en algunas regiones. En Bolivia, una modificación de las leyes en 2021 permitió la legalización de las apuestas online, siempre y cuando las empresas cuenten con la debida autorización. (Compliance Latam, s.f.)

En España, la existencia del juego online va acompañado de una estricta regulación la cual responde a criterios establecidos por la Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ), los cuales van desde licencia legal, protección al jugador, juego justo, medidas antiblanqueo, normas publicitarias, protección de fondos resolución de disputas y la protección de datos. (Compliance Latam, s.f.)

Por otra parte, en la gráfica 7 se observa que el mercado de las apuestas en línea en México es dominado ampliamente por la inversión extranjera. De acuerdo con varias páginas especializadas en apuestas deportivas, se deduce que la mayor cuota de mercado está concentrada aproximadamente en 6 empresas, las cuales ofertan prácticamente los mismos servicios y todas ellas cuentan con un registro vigente ante la Secretaría de Gobernación.

**Gráfico 8.**  
**País de origen de las principales casas de apuestas en línea que operan en México**



*Elaboración propia con información proveniente de cada una de las páginas oficiales de las empresas.*

Lo anterior lleva a considerar que el modelo de mercado bajo el cual se desarrollan las empresas que ofertan juegos de apuestas en línea en México corresponde al de un oligopolio, puesto que integra casi todas las características de dicho modelo.

Un oligopolio es una forma de mercado en la que un número reducido de empresas controla la oferta de un bien o servicio, lo que les permite influir en los precios y en las condiciones del mercado. Samuelson y Nordhaus (2010)

La interacción estratégica entre las empresas es un rasgo distintivo, ya que cada una debe anticipar las reacciones de sus competidores ante sus propias decisiones. Samuelson y Nordhaus (2010)

**Tabla 4.**  
**Empresas con mayor cuota de mercado de las apuestas deportivas en línea en México**

Rank	Nombre
1	BET365
2	BETSSON
3	BETWAY
4	CODERE
5	10 BET
6	CALIENTE

Elaboración propia, fuente: Online Sports Betting Market

## **Capítulo III.**

### **El mercado de los juegos y apuestas deportivos en línea en México: Aspectos legales y su importancia en la economía.**

#### **3.1. Regulaciones de juegos y apuestas en México.**

En 1947 durante el sexenio del presidente Miguel Alemán Valdés se promulgo la Ley Federal de Juegos y Sorteos (L.F.J.S) cuyo objetivo es regular y supervisar casas de apuestas y casinos que operaban sin regulación alguna. En esta ley se prohibía en el artículo 1° todo tipo de juegos de azar y con apuestas salvo permiso o autorización.

En su artículo 4° se instruyó que sería la Secretaría de Gobernación quien establecería requisitos y condiciones para la operación de casinos y establecimientos relacionados al giro.

A sí mismo en 1947 la Secretaría de Gobernación crea la Dirección General de Juegos y Sorteos (D.G.J.S.), un auxiliar de la misma secretaria de gobernación quien está facultada para supervisar y aplicar el cumplimiento de la L.F.J.S., dicha ley se integra de 17 artículos donde se prohíbe todo juego de azar y apuestas salvo permiso o autorización L.F.J.S (1947).

Esta ley había permanecido sin cambio alguno hasta 2004, durante el sexenio del presidente Vicente Fox, donde se intentó promulgar una nueva ley ante el congreso de la unión y al no resultar posible deriva en un reglamento con 153 artículos (R.L.F.J.S.) (Becerra, 2020)

Es en el capítulo IV del ya mencionado reglamento donde con la reforma implementada en 2013 se especifican cuáles son las actividades permitidas por la ley con los artículos 76, 77, 78 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89 y 90 (L.F.J.S. 2023), así como los requisitos y obligaciones para la operativa de este tipo de establecimientos.

A partir de este momento, el mercado de juegos y apuestas se comienza a desarrollar dentro de un marco regulatorio (una mayor confianza en el entorno de la inversión) lo que

conlleva a que México sea considerado un mercado emergente atractivo para la inversión en materia de juegos de azar. (Becerra, 2020).

A su vez existen normatividades las cuales son aplicables a la industria del juego:

- Ley Orgánica de la Administración Pública Federal (L.O.A.F.P.) y el Reglamento Interior de la secretaria de Gobernación (R.I.S.E.G.O.B.) los cuales establecen el régimen de facultades de la SEGOB y sus unidades administrativas.
- Ley Federal para la Prevención e Identificación de Operaciones con Recursos de Procedencia Ilícita (LFPIORPI) cuya función es la de regular los actos u operaciones económicas considerados propensos a la captación de recursos de procedencia ilícita, para financiar el crimen organizado, así como al terrorismo, SAT (2024)

No obstante, en México el juego online no está del todo regulado, y solo aquellas empresas que cuenten con permiso por parte de la SEGOB tienen oportunidad ofrecer servicios de apuestas en línea pagando un 5% sobre el total de los ingresos por esta vía, Ríos, G. (2017)

Así pues, pese al marco legal vigente, aún existen empresas sin permiso alguno emitido por la SEGOB. En este sentido podemos observar que, en materia de regulación de juegos y apuestas remotos, el mercado líder se encuentra en Europa, ya que han sido países como Reino Unido y España quienes han ejercido por medio de organismos autónomos la regulación, ordenanza y tributación de la industria en general de los juegos de azar.

### 3.2 Aspectos fiscales de los juegos de azar en México

En México los juegos online están ligados al permiso que otorga la secretaria de Gobernación y tributan como si se tratara de una sala física, de esta forma, la industria de los juegos y sorteos está gravada por la federación, dos impuestos el ISR y el IEPS, y se encuentra exento de IVA. Ríos G. (2017).

El instrumento fiscal puede tanto generar ingresos para el Estado y esto a su vez, puede incentivar el cambio de conductas de los agentes económicos. Para fines prácticos en esta tesina solo tomaremos en cuenta los gravámenes y aprovechamientos federales, los cuales son:

- ISR: dedicado a gravar exclusivamente los ingresos que obtiene el jugador ganador del premio o sorteo.
- IEPS: dedicado a gravar a la organización que celebra el juego sin ningún tipo de traslado al jugador.
- Aprovechamiento: corresponde a una participación de la secretaria de gobernación.

**Tabla 5**  
**Ingresos tributarios netos, e ingresos por concepto de ISR, IVA E IEPS**  
**(cifras en MDP)**

Año	Total de Ingresos tributarios	Impuesto Sobre la Renta (ISR)	Impuesto al Valor Agregado (IVA)	Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS)
2017	2,849,529	1,568,237	816,048	367,834
2018	3,062,334	1,664,552	922,238	347,435
2019	3,202,651	1,687,830	933,327	460,496
2020	3,338,943	1,762,913	987,525	460,674
2021	3,566,622	1,895,696	1,123,699	399,154
2022	3,812,520	2,273,840	1,221,803	117,533
2023	4,517,730	2,507,231	1,366,583	445,102
2024	4,835,536	2,624,066	1,390,160	585,464
2025	5,351,680	2,889,032	1,499,451	671,271

Fuente: elaboración propia con datos del SAT

### 3.3 Los juegos y apuestas deportivos en México y su contribución al Producto Interno Bruto

#### La importancia de los juegos en línea en la economía

De acuerdo con el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN) del INEGI la industria del juego se considera dentro del grupo correspondiente a Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos, cuya actividad económica es registrada bajo el nombre de Casinos, loterías y otros juegos de azar.

Los datos del INEGI indican que la actividad económica de la industria del juego se ha mantenido en un rango aproximado de 15,000 a los casi 30,000 millones de pesos durante 6 años

**Tabla 6**  
**Cuadro 2: PIB total del sector servicios**

Año	TOTAL PIB (base 2018)	TOTAL ACTIVIDADES TERCIARIAS	Servicios de entretenimiento en instalaciones recreativas y otros servicios recreativos	Casinos, loterías y otros juegos de azar
2018	96,706,682	57,317,643	225,866	28,685
2019	96,326,924	57,446,787	221,341	29,951
2020	88,279,739	52,779,780	111,661	15,387
2021	93,619,324	55,760,635	157,307	20,938
2022	121,422,400	57,465,115	220,927	27,218
2023	100,108,836	59,379,063	233,873	28,577
2024	101,460,883	60,771,972	239,124	30,670
2025	75,900,917	45,696,317	175,544	SD*

\*ULTIMO DATO DISPONIBLE EN EL SCNM  
Fuente: elaboración propia con datos del SCNM del INEGI

Ahora, la participación de los juegos y sorteos dentro del PIB nacional, así como del sector servicios ha adquirido mayor relevancia y se ha mantenido dentro de un rango constante en los últimos cinco años que son el periodo de referencia.

**Tabla 7**  
**Porcentaje del PIB que significa la actividad de los juegos y sorteos en México**

Año	%% del PIB	%% de la Actividad Terciaria	%% del sector servicios de esparcimiento, culturales, deportivos
2018	3.0%	5.0%	12.7%
2019	3.1%	5.2%	13.5%
2020	1.7%	2.9%	13.8%
2021	2.2%	3.8%	13.3%
2022	2.2%	4.7%	12.3%
2023	2.9%	4.8%	12.2%
2024	3.0%	5.0%	12.8%

**Fuente: elaboración propia con datos del SCNM del INEGI**

En México los ingresos del mercado de apuestas en línea ascienden a unos 1,240 millones de dólares en julio de 2024 según la plataforma Statista (2024), de las cuales provienen de un número reducido de empresas.

### **3.3.1 Los fallos del gobierno**

El crecimiento del mercado de juegos y apuestas en línea en México ha superado con creces la capacidad del Estado para regularlo de manera efectiva. A pesar de que esta industria representa una fuente importante de ingresos y empleos, el marco legal vigente basado en la Ley Federal de Juegos y Sorteos de 1947 y su reglamento de 2004 resulta insuficiente para atender las complejidades del entorno digital actual. (Golpe político, 2025)

Uno de los principales errores del gobierno ha sido mantener una legislación desactualizada que no contempla las particularidades de las plataformas en línea. Esta omisión ha permitido que numerosas empresas operen sin autorización oficial, lo que

genera un entorno de competencia desleal y deja a los consumidores en una situación de vulnerabilidad. (El imparcial, 2025)

De acuerdo con datos de *Compliance Latam*, aproximadamente el 20% de los servicios de apuestas en línea en México no cuentan con permiso de la Secretaría de Gobernación, lo que evidencia una falla estructural en los mecanismos de supervisión y control.

Además, la fiscalización de estas plataformas presenta serias deficiencias. Aunque el Servicio de Administración Tributaria (SAT) ha comenzado a rastrear las ganancias no declaradas por los jugadores, muchas empresas extranjeras no retienen impuestos ni reportan ingresos, lo que representa una pérdida significativa para las finanzas públicas. Esta falta de coordinación entre las autoridades fiscales y regulatorias ha dificultado la implementación de sanciones efectivas y ha permitido que el mercado informal se consolide. (MP, 2025)

En un intento por corregir estas fallas, el gobierno ha propuesto reformas al Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS), elevando la tasa aplicable a las apuestas en línea del 30% al 50%. También se ha planteado el bloqueo de plataformas que no cumplan con sus obligaciones fiscales, siguiendo el ejemplo de otras industrias digitales como el streaming y el hospedaje en línea. Sin embargo, estas medidas han sido objeto de críticas, ya que podrían incentivar el uso de servicios no regulados, profundizando los problemas existentes. (Noreste, 2025)

Otro aspecto que merece atención es la falta de una política pública integral que articule los intereses económicos, sociales y tecnológicos del sector. La regulación actual no contempla mecanismos efectivos para prevenir la ludopatía, proteger a los menores de edad ni garantizar la transparencia en las condiciones de juego. Tampoco se han establecido criterios claros para la publicidad de estos servicios, lo que ha contribuido a su normalización sin una evaluación adecuada de sus riesgos.

Derivado de lo anterior, los fallos del gobierno en la regulación del mercado de apuestas en línea en México se manifiestan en tres dimensiones: una legislación obsoleta, una

fiscalización débil y una ausencia de visión estratégica. Superar estos desafíos requiere una reforma profunda del marco normativo, así como una mayor coordinación interinstitucional y diálogo con los actores del sector. Solo así será posible garantizar un desarrollo ordenado, competitivo y socialmente responsable de esta industria. (Forbes, 2024)

### **3.3.2 Análisis de los juegos de apuestas en línea en México de acuerdo al Diamante de Porter**

El modelo del Diamante de Porter permite analizar la competitividad de una industria a partir de cuatro factores clave: condiciones de los factores, condiciones de la demanda, sectores relacionados y de apoyo, y estrategia, estructura y rivalidad. Aplicar este enfoque al mercado de juegos y apuestas en línea en México permite identificar las fortalezas y debilidades que influyen en su desarrollo y posicionamiento dentro del sector servicios. (Porter, 1990)

#### **Condiciones de los factores**

México cuenta con una infraestructura tecnológica en constante expansión. El acceso a internet ha crecido de manera sostenida en la última década, alcanzando más del 70% de los hogares en 2022 (INEGI, 2022). La masificación de los teléfonos inteligentes ha sido determinante para el auge de las apuestas en línea, ya que más del 97% de los usuarios se conectan a internet a través de estos dispositivos. Además, el país dispone de una base de capital humano joven y cada vez más familiarizado con las plataformas digitales, lo que facilita la adopción de nuevas tecnologías y modelos de negocio.

#### **Condiciones de la demanda**

La demanda interna ha mostrado una evolución significativa. El público mexicano, especialmente los jóvenes entre 18 y 34 años, ha adoptado las apuestas en línea como una forma de entretenimiento habitual. La creciente sofisticación de los consumidores, que buscan plataformas con mayor variedad de juegos, mejores interfaces y promociones atractivas, ha obligado a las empresas a mejorar sus servicios constantemente. Esta

presión por parte del mercado ha incentivado la innovación tecnológica y la personalización de la experiencia de usuario. (Pérez, 2021)

### **Sectores relacionados y de apoyo**

El ecosistema digital mexicano incluye sectores complementarios que han contribuido al crecimiento del mercado de apuestas en línea. Empresas de desarrollo de software, servicios financieros digitales, publicidad en redes sociales y plataformas de pago electrónico han facilitado la operación de las casas de apuestas. La interacción entre estos sectores ha generado sinergias que fortalecen la competitividad del mercado, aunque aún existen áreas de oportunidad en términos de seguridad cibernética y protección de datos personales. (Pérez, 2021)

### **Estrategia, estructura y rivalidad**

El mercado mexicano de apuestas en línea presenta una estructura oligopólica, donde pocas empresas concentran la mayor parte de la oferta. Bet365, Caliente, Codere, Betway, Betsson y 10BET dominan aproximadamente el 70% del mercado (Statista, 2024). Esta concentración ha generado una competencia estratégica intensa, en la que las decisiones de una empresa influyen directamente en las acciones de sus competidores. La rivalidad se manifiesta en la oferta de promociones, cuotas de retiro, exclusividad de eventos deportivos y mejoras en la experiencia de usuario. Sin embargo, esta misma concentración puede limitar la entrada de nuevos actores, afectando la diversidad y la innovación en el sector. (INEGI, 2023)

### **Variables complementarias**

Además de los cuatro factores principales, Porter considera dos elementos externos que pueden alterar la competitividad: los acontecimientos casuales y la acción del gobierno. En el caso mexicano, la pandemia de COVID-19 fue un catalizador para el crecimiento del mercado digital, incluyendo las apuestas en línea. Por otro lado, la acción del gobierno ha sido limitada y poco articulada. La falta de una regulación moderna y eficaz ha generado incertidumbre jurídica, lo que representa un obstáculo para la inversión nacional y extranjera.

A pesar de algunos intentos por actualizar el marco legal, como las reformas al IEPS y propuestas de bloqueo a plataformas no autorizadas, aún no existe una política pública integral que promueva un desarrollo competitivo y responsable del sector. (INEGI, 2023)

### **3.3.3 Análisis de los juegos de apuestas en línea en México de acuerdo a la teoría de la competencia del mercado**

La teoría de la competencia del mercado permite comprender cómo interactúan los agentes económicos en distintos entornos, desde mercados perfectamente competitivos hasta estructuras de competencia imperfecta como el monopolio, el oligopolio o el duopolio. En el caso del mercado de juegos y apuestas en línea en México, esta teoría resulta especialmente útil para analizar su estructura, comportamiento y efectos sobre la eficiencia económica y el bienestar social.

En un mercado de competencia perfecta, se espera la existencia de numerosos oferentes y demandantes, productos homogéneos, información perfecta y libre entrada y salida. Sin embargo, estas condiciones no se cumplen en el mercado mexicano de apuestas en línea. Por el contrario, se observa una clara estructura oligopólica, donde pocas empresas concentran la mayor parte de la oferta.

Bet365, Caliente, Codere, Betway, Betsson y 10BET dominan aproximadamente el 70% del mercado, lo que les otorga poder para influir en precios, condiciones de acceso y estrategias comerciales (Statista, 2024).

Este poder de mercado permite a las empresas fijar cuotas de retiro, establecer promociones diferenciadas y controlar canales de publicidad, lo que limita la competencia efectiva. Además, la diferenciación de productos como la interfaz de usuario, los métodos de pago o la exclusividad de eventos deportivos refuerza su posición dominante y dificulta la entrada de nuevos competidores (Rodríguez, 2013).

Las barreras de entrada también son significativas. Las empresas que desean operar legalmente deben obtener permisos de la Secretaría de Gobernación, invertir en tecnología, cumplir con requisitos fiscales y competir con marcas extranjeras

consolidadas. Esta situación restringe la participación de nuevos actores nacionales y reduce la diversidad de opciones para los consumidores (Rosales, 2025).

Otro elemento relevante es la información imperfecta. Muchos usuarios desconocen las condiciones reales de retiro, las probabilidades de ganar o los riesgos asociados al juego. La publicidad, en ocasiones engañosa o incompleta, contribuye a una percepción distorsionada del servicio, lo que afecta la toma de decisiones racionales por parte del consumidor (Perossa & Waldman, s.f.).

En este contexto, la competencia imperfecta genera pérdidas de eficiencia económica, ya que las empresas pueden obtener beneficios extraordinarios a costa de precios más altos y menor transparencia. Además, se corre el riesgo de que se presenten prácticas anticompetitivas, como la colusión tácita, en la que las empresas coordinan sus estrategias sin necesidad de acuerdos explícitos, afectando la equidad del mercado (Programa UC Libre Competencia, 2022).

Por lo tanto, el análisis del mercado de apuestas en línea en México desde la teoría de la competencia revela un entorno con fallas estructurales que requieren atención regulatoria. La existencia de poder de mercado, la diferenciación excesiva, las barreras de entrada y la información asimétrica son elementos que limitan la competencia y afectan tanto a los consumidores como al desarrollo sostenible del sector.

Para avanzar hacia un mercado más eficiente y equitativo, es necesario fortalecer los mecanismos de supervisión, promover la transparencia en las operaciones y facilitar la entrada de nuevos competidores. Esto no solo mejoraría la calidad del servicio, sino que también contribuiría a una mayor innovación y a una distribución más justa de los beneficios económicos.

## CONCLUSIONES

El análisis del mercado de juegos y apuestas en línea en México permite comprender la complejidad y dinamismo de una industria que ha experimentado un crecimiento acelerado en los últimos años, impulsada por el avance tecnológico, de manera especial por el número de smartphones y computadoras con las que cuenta cada una de las personas en México, de ahí que haya un acceso masivo a internet y la transformación de los hábitos de consumo digital.

Este sector, que anteriormente se encontraba limitado a espacios físicos, ha evolucionado hacia plataformas virtuales que operan las 24 horas del día, con una oferta cada vez más diversificada y accesible para amplios segmentos de la población.

Desde una perspectiva económica, se ha evidenciado que el mercado de apuestas en línea representa una fuente significativa de ingresos, tanto para las empresas operadoras como para el Estado, a través de la recaudación fiscal. Su inclusión dentro del sector servicios y su contribución al Producto Interno Bruto nacional reflejan su creciente importancia en la estructura económica del país.

No obstante, el estudio también ha puesto de manifiesto diversos desafíos que enfrenta esta industria. Entre ellos destacan la concentración del mercado en pocas empresas, muchas de ellas extranjeras, lo que configura un modelo oligopólico con implicaciones en la competencia, la innovación y la regulación poco clara e inconsistente, casi nula en comparación con otros países desarrollados. Asimismo, se identificó la existencia de operadores que funcionan sin autorización oficial, lo que evidencia vacíos normativos y la necesidad de fortalecer los mecanismos de supervisión por parte de las autoridades competentes.

En el plano social, el acceso irrestricto a plataformas de apuestas plantea riesgos importantes, como el desarrollo de conductas adictivas y el impacto en grupos vulnerables, especialmente jóvenes. Por ello, resulta indispensable avanzar hacia una regulación más

robusta, que garantice la protección del consumidor, promueva la competencia leal y fomente prácticas responsables dentro del sector.

En suma, el mercado de juegos y apuestas en línea en México representa una oportunidad para el desarrollo económico, pero también exige una atención crítica y multidisciplinaria que permita equilibrar sus beneficios con los riesgos que conlleva. Esta investigación contribuye a ese propósito, ofreciendo un panorama integral que puede servir de base para futuras propuestas de política pública, regulación y análisis académico.

## REFERENCIAS

- Asociación de Internet MX. (2023). 19° Estudio sobre los hábitos de usuarios de internet en México 2023 <https://irp.cdn-website.com/81280eda/files/uploaded/19%20Estudio%20sobre%20los%20Habitos%20de%20Usuarios%20de%20Internet%20en%20Mexico%202023%20.pptx.pdf>
- Asociación de Internet MX. (2023). 20° Estudio sobre los hábitos de usuarios de internet en México 2024 [https://irp.cdn-website.com/81280eda/files/uploaded/20\\_Habitos\\_de\\_Usuarios\\_de\\_Internet\\_en\\_Mexico\\_2024\\_VP.pdf](https://irp.cdn-website.com/81280eda/files/uploaded/20_Habitos_de_Usuarios_de_Internet_en_Mexico_2024_VP.pdf)
- Becerra H. [Justicia para Todos]. (2020, 14 de octubre). Juegos y Sorteos en México. [Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=YnKRSInK2fE>
- Cesar Martin Barletta. (2022). Las apuestas online bajo la lupa de la UNLP. INVESTIGA AGENCIA CYT UNLP. <https://unlp.edu.ar/investiga/bajolalupa/las-apuestas-on-line-bajo-la-lupa-de-la-unlp-80261/>
- Coloma, G. (2009). *Equilibrios competitivos y de Bertrand, con y sin diferenciación de productos*. *Economic Analysis Review*, 24(1), 43–53. Recuperado de <https://www.scielo.cl/pdf/rae/v24n1/art03.pdf>
- Compliance Latam. (n.d.). *América Latina: Regulaciones actuales de la industria del gambling*. Compliance Latam. Recuperado de <https://compliancelatam.legal/america-latina-regulaciones-actuales-de-la-industria-del-gambling>
- de Souza. (2024). El boom de los juegos de azar en México. Trurora. <https://blog.truora.com/es/juegos-de-azar-mexico>
- del Rosario. (2016, agosto). Situación del problema de la ludopatía en monterrey, n.l.: estudio de casos desde la comunicación. [tesis doctoral o de maestría, universidad autónoma de nuevo león facultad de ciencias de la comunicación]. <http://eprints.uanl.mx/13914/1/1080218559.pdf>

- Diaz, P. (2023). Surgimiento de casinos en todo el país, ¿riesgo para los jóvenes? EXCELSIOR, pp. 14
- Economipedia. (s.f.). Oligopolio: Qué es, características y ejemplos. Economipedia. Recuperado el 7 de febrero de 2025, de <https://economipedia.com/definiciones/oligopolio.html>
- El Imparcial. (2025, septiembre 10). *Golpe fiscal a las apuestas en línea: Gobierno sube impuesto al 50% y va tras plataformas sin permiso*. <https://www.elimparcial.com/mexico/2025/09/10/golpe-fiscal-a-las-apuestas-en-linea-gobierno-sube-impuesto-al-50-y-va-tras-plataformas-sin-permiso/>
- Esquivel, Gerardo [2020], "Los impactos económicos de la pandemia en México", EconomíaUNAM, 17(51): 28-44, México, Facultad de Economía, septiembre-diciembre, <http://revistaeconomia.unam.mx/index.php/ecu/article/view/543/576>
- Exactitude consultancy 2024. Mercado de juegos de azar y apuestas por tipo de producto (juegos de casino, apuestas deportivas, juegos sociales, deportes de fantasía, otros juegos) por dispositivo (escritorio, móvil) y región, tendencias globales y pronóstico de 2024 a 2030 Exactitude consultancy
- Ferraz, J., D. Kupfer y L. Haguenaer (1996), Made in Brazil: desafíos competitivos para a indústria, Río de Janeiro, Campus
- Forbes México. (2024, diciembre 12). *Reforma a la Ley Federal de Juegos y Sorteos que propone la Segob busca combatir el mercado ilegal y atraer inversiones: AIEJA*. <https://forbes.com.mx/reforma-a-la-ley-federal-de-juegos-y-sorteos-de-la-segob-busca-combatir-el-mercado-ilegal-y-atraer-inversiones-aieja/>
- Foro Económico Mundial. (2016, octubre 12). *¿Qué es la competitividad?* Foro Económico Mundial. Recuperado de <https://es.weforum.org/stories/2016/10/que-es-la-competitividad/>
- France 24. (2024, octubre 13). *El gobierno de Brasil busca ponerle freno a la fiebre de las apuestas online*. France 24. <https://www.france24.com/es/am%C3%A9rica-latina/20241013-el-gobierno-de-brasil-busca-ponerle-freno-a-la-fiebre-de-las-apuestas-online>
- Golpe Político. (2025, septiembre 29). *Apuestas Online en México: ¿Un Vacío Legal Millonario o la Próxima Batalla Regulatoria?*

<https://golpepolitico.com/2025/09/29/apuestas-online-en-mexico-un-vacio-legal-millonario-o-la-proxima-batalla-regulatoria/>

- Gómez R., E. L., & Guerrero M., H. A. (s.f.). Los algoritmos genéticos en el modelo de Cournot. UNAM. Recuperado de <http://economia.unam.mx/publicaciones/econinforma/378/03elsy.pdf>
- Hernández, M. & Montaner, M.. (2003). Racionalidad y conducta del consumidor: el impacto de la utilidad de transacción y el peso de referencia. [Tesis doctoral o de maestría, Universidad de Chile]. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/108225>.
- igaming (10 de septiembre de 2024) Los mejores casinos online en España <https://www.igaming.com/mejores-casinos-online/>
- INEGI (2022) Encuesta nacional sobre disponibilidad y uso de tecnologías de la información en los hogares (endutih) 2023
- Ley Federal de Juegos y Sorteos [L.F.J.S.], Reformada, Diario Oficial de la Federación [D.O.F.], 16 de noviembre de 2023, (México).
- Ley Federal de Juegos y Sorteos, [L.F.J.S.], Reformada, Diario Oficial de la Federación [D.O.F.], 18 de mayo de 2022, (México).
- Mochón, F. (2000). *Economía. Teoría y Política*. McGraw-Hill.
- Mordor Intelligence. (2022). Análisis de participación y tamaño del mercado de apuestas deportivas en línea tendencias y pronósticos de crecimiento (2024-2029) <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/online-sports-betting-market>
- Municipios Puebla. (2025, octubre 30). *Cómo las casas de apuestas online están remodelando el ocio en México: crónica y preguntas abiertas*. <https://municipiospuebla.mx/nota/nacion/como-las-casas-de-apuestas-online-estan-remodelando-el-ocio-en-mexico-cronica-y-preguntas>
- Noroeste. (2025, mayo 23). (México) *Jugadores en línea en riesgo: el SAT rastrea ganancias de casino no declaradas*. <https://www.noroeste.com.mx/hubnegocios/mexico-jugadores-en-linea-en-riesgo-el-sat-rastrea-ganancias-de-casino-no-declaradas-BC13112267>
- Peragón Montoro, C. (2019). *Tipos de mercado: la competencia imperfecta* [Trabajo Fin de Máster, Universidad de Jaén]. Centro de Estudios de Postgrado.

- Perez, A. (2021). \*OBS Business School <https://www.obsbusiness.school/blog/diamante-de-porter-componentes-usos-y-beneficios>
- Pérez, Germán & Velásquez, Diego. (2023). Aproximación al fenómeno de las apuestas deportivas desde una óptica económica. Universidad Antonio Nariño. Recuperado de [https://repositorio.uan.edu.co/bitstream/123456789/9319/1/2023\\_germanperezdydiegovelasquez.pdf](https://repositorio.uan.edu.co/bitstream/123456789/9319/1/2023_germanperezdydiegovelasquez.pdf)
- Perossa, M. L., & Waldman, P. (s.f.). *El impacto de la asimetría de la información en los precios de mercado*. Universidad de Buenos Aires. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9164514.pdf>
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2017). *Microeconomía* (8ª ed.). Pearson Educación.
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2017). *Microeconomics*. Pearson Education.
- Portas, E. (2024). Apuestas Deportivas Online en México, Perfil del Usuario, Motivaciones y Posibles Rasgos de Comportamiento Ludopático. Hitpoint MX. <https://hitpoint.mx/2024/03/18/apuestas-deportivas-online-en-mexico/>
- Porter, M.E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. The Free Press, New York, NY.
- PROCESO. (2024). Cómo son y qué buscan los jugadores de apuestas online en México. PROCESO NOTICIAS. <https://www.proceso.com.mx/brand-studio/2024/1/25/como-son-que-buscan-los-jugadores-de-apuestas-online-en-mexico-322776.html>
- Programa UC Libre Competencia. (2022). Colusión: Análisis económico y principales variables de competencia. Universidad Católica de Chile. Recuperado de [https://librecompetencia.uc.cl/images/AAA/EPP/EPP\\_5\\_-\\_Mayo.pdf](https://librecompetencia.uc.cl/images/AAA/EPP/EPP_5_-_Mayo.pdf)
- Quiroa, M., & Ludeña, J. A. (2022). Modelo de Cournot. Economipedia. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/modelo-de-cournot.html>
- Reyes Tepach, M (2019). Análisis de las iniciativas en materia de juegos con apuestas presentadas al congreso de la unión. Juegos de azar. Una visión

multidisciplinaria. Biblioteca jurídica virtual del instituto de investigaciones jurídicas de la UNAM

- Ríos, G. (2017). Diagnóstico del marco normativo y tributario de los juegos con apuestas. Capítulo segundo: Marco tributario. Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM
- Rodríguez, C. E. (2013). La competencia imperfecta. Universidad Católica Argentina. Recuperado de <https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/5802/1/competencia-imperfecta-carlos-rodriguez.pdf>
- Rosales, M. I. (2025). *Barreras de entrada: definición, qué son y ejemplos*. Economía360. Recuperado de <https://www.economia360.org/barreras-de-entrada/>
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2010). *Economía* (19ª ed.). McGraw-Hill.
- Schotte, S., & McKenzie, T. (2022). Competencia de Stackelberg. INOMICS. Recuperado de <https://inomics.com/es/terms/competencia-de-stackelberg-1526239>
- Servicio de Administración Tributaria (23 de octubre de 2024) Conoce la Ley Antilavado <https://www.sat.gob.mx/consulta/10022/conoce-la-ley-antilavado#:~:text=Cumpliendo%20con%20la%20Ley%20Federal,contribuyes%20a%20la%20econom%C3%ADa%20nacional.>
- STATISTA. (2024). Online Gambling. STATISTA. <https://www.statista.com/outlook/amo/online-gambling/worldwide>
- Torres López, J. (2002). *Economía Política*. Editorial Pirámide.
- Universidad Internacional de La Rioja. (2025). Modelo de Stackelberg: Ejemplo práctico y análisis de resultados. Studocu. Recuperado de <https://www.studocu.com/es/document/universidad-internacional-de-la-rioja/microeconomia/modelo-de-stackelberg-ejemplo-practico-y-analisis-de-resultados/129482459>
- Varian, H. R. (2006). *Microeconomía intermedia: Un enfoque actual*. Antoni Bosch.
- Vázquez, Andrea Elizabeth. (2024). Consumo y apuestas on line. El mercado del juego. XVI Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en

Psicología. Universidad de Buenos Aires. Recuperado de <https://www.aacademica.org/000-048/837>

- Zipitria, L. (s.f.). *Definición del mercado relevante y poder de mercado*. Universidad de la República. Recuperado de <https://leandro-zipitria.com/files/teaching/intro-competencia/clase-3-mercado-relevante-y-poder-de-mercado.pdf>