

MUNDIAL 2026

Las principales compañías de la industria revelan cómo se preparan para el evento deportivo más importante del planeta



PROVEEDORES Y OPERADORES PARTICIPANTES

**apuesta
total**

betcris

betsson

 **NOVUSBET**

Stake
.pe

 **TURBO
STARS**

DATA BET

SIS



Mundial 2026: las principales compañías de la industria revelan cómo se preparan para el evento deportivo más importante del planeta



Proveedores tecnológicos y operadores líderes comparten sus perspectivas sobre las tendencias, desafíos y oportunidades que marcarán la **Copa Mundial** de la **FIFA 2026**.

La **Copa Mundial** de la **FIFA 2026** será la edición más grande de la historia. Con 48 selecciones participantes y 104 partidos distribuidos a lo largo de varias semanas, el torneo promete romper récords de audiencia, interacción digital y actividad de apuestas deportivas en todos los mercados.

Para la industria del gaming y las apuestas deportivas, el Mundial representa mucho más que un evento futbolístico. Se trata de una oportunidad única para captar nuevos usuarios, fortalecer la fidelización, poner a prueba la capacidad tecnológica de las plataformas y acelerar la adopción de herramientas basadas en inteligencia artificial, automatización y personalización.

Desde proveedores tecnológicos hasta operadores líderes, las compañías del sector ya trabajan en estrategias que les permitan responder a un escenario donde la demanda alcanzará niveles sin precedentes. **Digital Gaming News** reunió a algunos de los principales actores de la industria para conocer cómo visualizan las tendencias que definirán este evento global.



Escalabilidad, inteligencia artificial y el dominio de las apuestas en vivo

Para **Novusbet**, la **Copa Mundial 2026** consolidará una tendencia que ya viene redefiniendo la industria: el dominio de las apuestas en vivo. La compañía anticipa un fuerte crecimiento de los same-game parlays y de los micro mercados, especialmente entre los usuarios más jóvenes, que buscan experiencias más dinámicas y participativas mientras siguen cada encuentro.

La evolución del comportamiento del apostador ha impulsado la necesidad de ofrecer productos capaces de responder en tiempo real a los acontecimientos dentro del partido. En este contexto, **Novusbet** considera que la capacidad de personalización será un factor determinante para diferenciarse en un mercado cada vez más competitivo.

La inteligencia artificial ocupa un papel central dentro de esta estrategia. La compañía destaca su aplicación en la personalización de mercados, la gestión dinámica del riesgo y la automatización de procesos operativos. Gracias al análisis de datos y comportamiento, las plataformas pueden ofrecer experiencias más relevantes para cada usuario, aumentando tanto la retención como el nivel de interacción.

Desde el punto de vista tecnológico, **Novusbet** subraya la importancia de las arquitecturas basadas en microservicios para afrontar picos masivos de tráfico. La posibilidad de escalar componentes específicos de manera independiente permite garantizar estabilidad y continuidad operativa durante los momentos de mayor actividad. Según la empresa, la preparación previa, las pruebas de carga y la capacidad de respuesta ante escenarios extremos serán factores decisivos para el éxito durante el torneo.



“ La verdadera diferencia durante el Mundial no estará únicamente en soportar más tráfico, sino en ofrecer experiencias personalizadas capaces de adaptarse a cada usuario en tiempo real. ”

Simone Suppa, Managing Director de Novusbet





DATA BET

Más mercados, más datos y una experiencia cada vez más personalizada

Para **DATA.BET**, el **Mundial 2026** representa una oportunidad sin precedentes para la industria de las apuestas deportivas. El nuevo formato, con más equipos y más partidos, generará un volumen de actividad superior al de cualquier edición anterior y abrirá nuevas posibilidades para operadores y proveedores.

La compañía prevé un crecimiento significativo de las apuestas en vivo, los Bet Builders, las apuestas múltiples y los mercados relacionados con el rendimiento de jugadores. La expansión del calendario competitivo permitirá mantener el interés de los usuarios durante más tiempo, ofreciendo mayores oportunidades de interacción a lo largo de todo el torneo.

DATA.BET también destaca la importancia de la evolución regulatoria en mercados latinoamericanos como Brasil. El **Mundial 2026** será el primer gran torneo global en el que algunas de las principales jurisdicciones de la región operarán bajo marcos regulatorios más consolidados, obligando a los operadores a encontrar un equilibrio entre adquisición de usuarios, cumplimiento normativo y crecimiento sostenible.

En materia tecnológica, la compañía considera que el uso inteligente de los datos se ha convertido en uno de los principales diferenciadores competitivos del sector. Cada interacción dentro de una plataforma genera información valiosa que permite optimizar precios, personalizar ofertas y mejorar la experiencia general del usuario.

Asimismo, la inteligencia artificial está revolucionando la gestión de riesgos, la detección de patrones inusuales y la administración simultánea de miles de mercados. Para **DATA.BET**, estas herramientas serán esenciales para garantizar eficiencia operativa y mantener una oferta competitiva durante uno de los eventos más exigentes para la industria.

“ La combinación de más partidos, más datos y una regulación cada vez más madura creará un entorno donde la personalización será uno de los principales factores de éxito para los operadores. ”

Thomas Donson, Head of Trading de **DATA.BET**





La revolución de los micro mercados y los prediction markets

Turbo Stars considera que la **Copa Mundial 2026** acelerará la transformación de las apuestas deportivas hacia experiencias cada vez más inmediatas e interactivas. Para la compañía, el crecimiento de los micro mercados será una de las tendencias más relevantes del torneo.

Los usuarios ya no se limitan a apostar por el resultado final de un encuentro. Cada vez muestran más interés por mercados relacionados con acciones específicas dentro del partido, como córners, tarjetas, sustituciones o jugadas concretas que se resuelven en cuestión de minutos. Esta evolución responde a una audiencia acostumbrada al consumo de contenidos en tiempo real y a experiencias digitales altamente dinámicas.

La empresa también identifica un importante potencial de crecimiento en los prediction markets, productos que permiten mantener el interés de los usuarios durante todo el desarrollo del campeonato mediante apuestas relacionadas con campeones, goleadores o acontecimientos que se extienden a lo largo de varias semanas.

En cuanto a la inteligencia artificial, **Turbo Stars** considera que su verdadero valor surge cuando actúa como una capa transversal dentro de toda la operación. Desde la personalización de mercados hasta la automatización de campañas promocionales y procesos internos, la IA permite mejorar la eficiencia y optimizar la experiencia tanto para operadores como para usuarios.

Desde el punto de vista operativo, la compañía advierte que los principales desafíos no siempre se encuentran en los motores de apuestas. Los sistemas de pagos, procesos KYC, gestión de bonificaciones y plataformas PAM suelen convertirse en los puntos más sensibles durante los momentos de mayor demanda, por lo que una preparación integral será clave para garantizar una experiencia estable durante el Mundial.

“ La pregunta ya no es si alguien apostará en el partido, sino si apostará en el próximo córner, la siguiente tarjeta o la próxima sustitución. ”

Alex Kozachenko, CEO de Turbo Stars





SIS

Mantener el engagement más allá de los 90 minutos

SIS proyecta que la **Copa Mundial 2026** generará niveles históricos de actividad para la industria de las apuestas deportivas. La compañía estima que las apuestas en vivo representarán más del 70 % del volumen apostado en América Latina, reflejando el creciente nivel de sofisticación de los usuarios de la región.

Con un calendario cargado de partidos y múltiples encuentros por jornada, el interés por las apuestas en tiempo real continuará creciendo.

La empresa destaca la importancia de ofrecer productos complementarios que permitan mantener el engagement durante los periodos sin actividad futbolística. En este contexto, soluciones como H2H Global Gaming League eSoccer cobran especial relevancia al proporcionar contenido continuo y nuevas oportunidades de interacción para los usuarios.

SIS también subraya el papel cada vez más relevante de la inteligencia artificial en la optimización de cuotas, la gestión de riesgos y la personalización de la experiencia. Gracias a estas tecnologías, los operadores pueden ofrecer promociones más relevantes, recomendaciones adaptadas y experiencias más atractivas para cada usuario.



Para la compañía, los operadores que obtendrán mejores resultados durante el Mundial serán aquellos capaces de combinar una infraestructura robusta, una estrategia de datos eficiente y una oferta de entretenimiento capaz de extender la experiencia mucho más allá del partido en sí.

“ Los operadores que triunfarán en este Mundial serán aquellos que piensen más allá de los 90 minutos y construyan una experiencia de apuestas continua. ”

Oscar Murueta González, Commercial Executive LATAM de SIS





apuesta**total**

Conectar con la emoción del hincha durante el Mundial

Para **Apuesta Total**, el **Mundial** es uno de los mayores aceleradores de comportamiento dentro de la industria. Durante el torneo, usuarios que habitualmente participan de manera ocasional incrementan significativamente su actividad y nivel de interacción con las plataformas.

La compañía destaca que el **Mundial** no solo impulsa las apuestas relacionadas con el fútbol, sino que también actúa como puerta de entrada para que muchos usuarios descubran otros productos y verticales disponibles dentro de los ecosistemas de juego.

Con el objetivo de conectar emocionalmente con los aficionados, **Apuesta Total** ha desarrollado una estrategia centrada en la experiencia cultural que rodea al torneo. Su campaña “**Poliajuste Mundialista**”, protagonizada por Jorge Luna, busca representar una realidad muy cercana al público peruano: la capacidad de adoptar distintas selecciones a medida que avanza la competición.

Además de las campañas de comunicación, la empresa ha diseñado promociones, activaciones, dinámicas especiales y nuevas funcionalidades orientadas a enriquecer la experiencia de los usuarios durante toda la **Copa del Mundo**.

Desde la perspectiva del producto, **Apuesta Total** observa un crecimiento importante en mercados como clasificación, método de clasificación, doble oportunidad y tiros de esquina, especialmente durante las fases eliminatorias. La compañía considera que el usuario actual busca experiencias más dinámicas, intuitivas y sociales, donde la plataforma se convierta en un complemento natural de la emoción que genera el torneo.



El Mundial convierte a las apuestas en parte de la experiencia colectiva de seguir el torneo.



Gonzalo Pérez, CEO de Apuesta Total





betsson

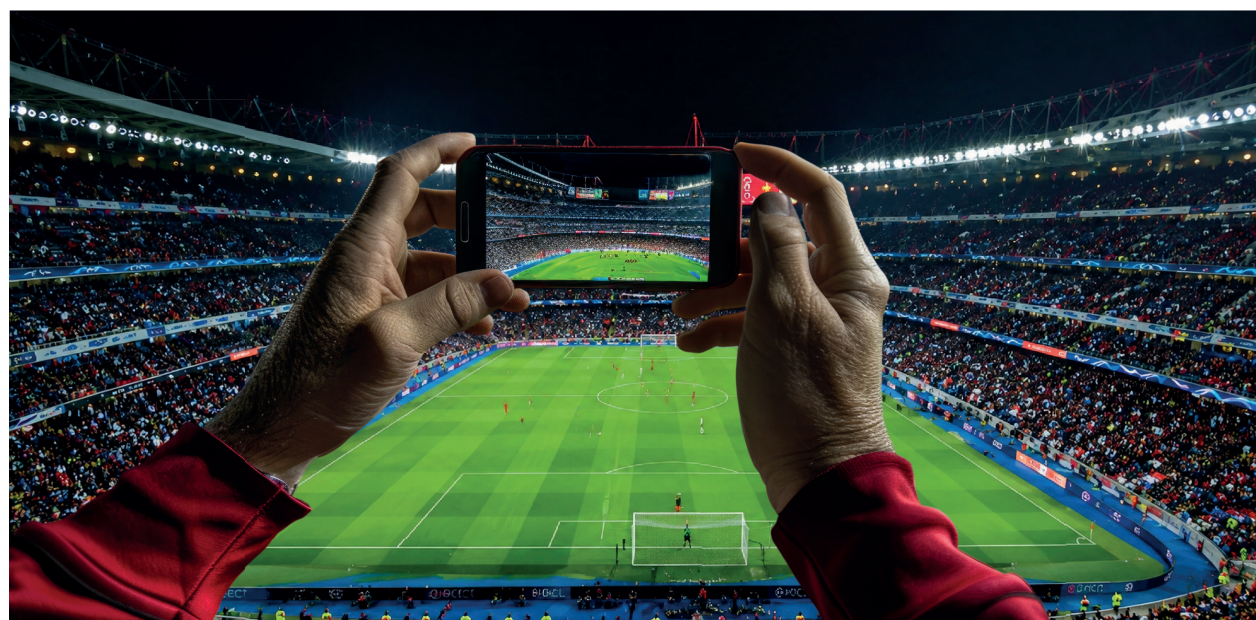
Innovación, fidelización y nuevas experiencias de juego

Betsson Group prevé un incremento de entre 200 % y 400 % en el volumen de apuestas durante la **Copa Mundial** en comparación con una temporada regular de ligas. El torneo atrae no solo a usuarios habituales, sino también a una gran cantidad de apostadores ocasionales que participan motivados por la magnitud del evento.

La compañía identifica un fuerte crecimiento en mercados de baja complejidad, como las apuestas al ganador del partido, aunque también observa una creciente demanda de productos más sofisticados como Bet Builders y mercados centrados en el rendimiento individual de los jugadores.

Para aprovechar esta oportunidad, **Betsson** implementará campañas localizadas de adquisición y retención, incluyendo free bets, programas de cashback y beneficios exclusivos para clientes recurrentes. La empresa también potenciará funcionalidades como Bet Builder y lanzará nuevas experiencias como Upside Betting, una propuesta diseñada para incrementar el nivel de interacción durante los encuentros.

Los usuarios actuales buscan plataformas rápidas, intuitivas y personalizadas. La experiencia ya no se limita a ofrecer cuotas competitivas, sino que abarca todo el recorrido del cliente, desde el registro hasta los retiros y la interacción posterior al evento.



“ La experiencia ya no se trata únicamente de cuotas competitivas; los usuarios buscan rapidez, personalización y entretenimiento en cada interacción. ”

Andrea Rossi, Director Comercial para Latinoamérica de Betsson Group



Stake

.pe

Confianza, cercanía y crecimiento en un mercado en evolución

Para **Stake Perú**, la **Copa Mundial** representa una oportunidad estratégica para fortalecer el posicionamiento de marca y consolidar relaciones con nuevos usuarios.

La compañía destaca que el torneo tiene la capacidad de atraer a personas que normalmente no participan en apuestas deportivas, convirtiéndose en una puerta de entrada hacia el ecosistema del gaming online. Incluso sin la presencia de Perú en la competición, el Mundial continúa generando una enorme expectativa entre los aficionados locales.

La estrategia de **Stake** se centra en combinar promociones exclusivas, una sólida presencia de marca y una experiencia móvil adaptada a las necesidades del mercado peruano. El objetivo no es únicamente captar usuarios durante el torneo, sino construir relaciones sostenibles a largo plazo.

La empresa considera que los usuarios valoran especialmente la confianza, la transparencia y la cercanía. Más allá de las cuotas o promociones, la fidelización se construye cuando la plataforma demuestra comprender las necesidades locales, ofrece métodos de pago familiares y mantiene estándares tecnológicos comparables a los de una marca global.





Rapidez, entretenimiento y personalización como claves de la experiencia

Betcris observa que el **Mundial** transforma completamente el comportamiento de los usuarios. El torneo atrae a nuevos apostadores impulsados por la conversación social y el interés global que genera la competición, al tiempo que incrementa la participación de quienes ya forman parte del ecosistema.

La compañía destaca el crecimiento de las apuestas en vivo, los Same Game Parlays y los mercados relacionados con estadísticas individuales de los jugadores. Según **Betcris**, los usuarios actuales buscan una experiencia más personalizada, donde puedan construir apuestas adaptadas a sus preferencias y participar activamente durante el desarrollo de cada encuentro.

Para responder a estas expectativas, la empresa apuesta por una combinación de personalización, contenido en tiempo real, gamificación y estrategias de CRM orientadas a mantener el engagement durante todo el campeonato.

Betcris también subraya la importancia de la estabilidad tecnológica. Durante eventos de gran magnitud, factores como la rapidez de los pagos, la capacidad de procesamiento y el rendimiento de la aplicación se convierten en elementos decisivos para la satisfacción y fidelización de los usuarios.

“ Hoy el usuario busca rapidez, facilidad y entretenimiento; quiere vivir el Mundial de una forma más inmersiva y personalizada. ”

Claudia María Sánchez González,
Gerente de Marketing de Betcris





Un Mundial que definirá el futuro de la industria

La **Copa Mundial** de la **FIFA 2026** será mucho más que el mayor evento futbolístico del planeta. Para la industria de las **apuestas deportivas**, representará una oportunidad única para demostrar hasta dónde han llegado la innovación tecnológica, la personalización de la experiencia de usuario y la capacidad operativa de operadores y proveedores.

Las perspectivas compartidas por las compañías participantes reflejan una industria que avanza hacia experiencias cada vez más dinámicas, impulsadas por las apuestas en vivo, la inteligencia artificial, el análisis de datos y la automatización. Al mismo tiempo, ponen de manifiesto la necesidad de contar con infraestructuras sólidas capaces de soportar volúmenes históricos de actividad y responder a las crecientes expectativas de los usuarios.

Desde proveedores tecnológicos que desarrollan soluciones de próxima generación hasta operadores enfocados en crear experiencias más cercanas, entretenidas y personalizadas, todos coinciden en que el éxito durante el Mundial dependerá mucho más que ofrecer cuotas competitivas. La verdadera diferencia estará en la capacidad de generar valor, confianza y engagement a largo plazo.

Cuando ruede el balón en 2026, la competencia no solo se desarrollará dentro del terreno de juego. También se definirá en la capacidad de la industria para transformar el mayor espectáculo deportivo del mundo en experiencias memorables para millones de usuarios alrededor del planeta.

 **TURBO
STARS**

 **NovusBET**

DATA BET

SIS

**apuesta
total**

betcris

betsson

Stake
.pe



www.digitalgaming.news