



Universidad de Valladolid

**Facultad de Ciencias Económicas y
Empresariales**

Trabajo de Fin de Grado

**Grado en Marketing e Investigación de
Mercados**

**La publicidad del sector del
juego online y su incidencia en
la ludopatía.**

Presentado por:

María Hernández Villarrubia

Tutelado por:

Víctor Hermano Rebolledo

Valladolid, 10 de julio de 2020

RESUMEN

El siguiente trabajo se ha realizado a fin de concluir mis estudios en el Grado de Marketing e Investigación de Mercados.

A través de este ensayo se pretende analizar el incremento de los esfuerzos de marketing de las empresas del sector del juego online que ejercen su influencia en los individuos promoviendo el desarrollo de desórdenes como la adicción al juego o ludopatía. Para ello, se ha realizado un cuestionario y una entrevista en profundidad, donde se observa que el juego como actividad lúdica puede desencadenar grandes consecuencias económicas y sociales.

Tras adquirir los conocimientos necesarios para su realización a fin de obtener unos resultados lo más ajustados posible a los hábitos de consumo de este tipo de contenido, se pone fin a dicho trabajo con este resumen a día 4 de julio de 2020.

A partir de los resultados obtenidos se pretende ofrecer al lector una perspectiva lo más concisa posible sobre la ludopatía, proporcionándole datos que le podrían ser desconocidos hasta ahora. Así pues, se busca la concienciación de una sociedad donde las nuevas tecnologías están más que presentes y cuyo uso excesivo en ciertas actividades, como en la realización de juegos de azar, puede ocasionar consecuencias graves.

Palabras clave: Juego online; Apuestas deportivas; Publicidad; Ludopatía

Códigos JEL

- L83: Deportes; Juegos de azar; Restaurantes; Recreación; Turismo
- M31: Marketing
- M37: Publicidad

ABSTRACT

The next report has been done in order to conclude my Marketing and Market Research Degree.

The aim of this essay is to analyze the increase of marketing efforts of companies that belong to the online gaming sector that exercise the influence on individuals promoting the development of disorders such as gambling. For that purpose, a questionnaire and an in-depth interview has been carried out, to say that to play for fun can trigger great economic and social consequences.

After acquiring the necessary knowledge to carry it out in order to obtain results as close as possible to the consumption habits of this type of content, this work is ended with this summary on July 4th, 2020.

Based on the results obtained, the aim is to offer the reader the most concise perspective of addiction to gambling, providing data that may not have been known to him until now. Therefore, this report seeks to raise awareness in a society where new technologies are firmly established and whose excessive use in certain activities, such as gambling, can cause serious consequences.

Key words: Online gambling; Sports betting; Advertising; Compulsive gambling

JEL codes

- L83: Sports; Gambling; Restaurants; Entertainment; Tourism
- M31: Marketing
- M37: Advertising

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN.....	5
METODOLOGÍA	6
1. LA INDUSTRIA DEL JUEGO EN ESPAÑA	8
2. LUDOPATÍA Y ADICCIÓN.....	10
2.1. El perfil del jugador.....	10
2.2. La evolución hacia el jugador patológico o ludópata	12
2.3. Fases por las que pasa un individuo con ludopatía	13
2.4. Consecuencias	14
3. LA PUBLICIDAD EN LOS JUEGOS DE AZAR ONLINE	16
3.1. Impacto de la publicidad en la ludopatía	16
3.2. El contexto de las apuestas deportivas.....	17
3.3. Gasto en marketing destinado al juego online en España.....	18
3.4. Cambios en la publicidad de las apuestas deportivas online en 2020.....	20
4. HÁBITOS DE CONSUMO DE APUESTAS DEPORTIVAS EN UNA MUESTRA DE EXJUGADORES REHABILITADOS	21
CONCLUSIONES.....	33
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	35
ANEXOS	40

ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

TABLAS

Tabla 3.1. Evolución del margen de juego, en millones de euros, de las apuestas deportivas online en España (2015 – 2019)	18
Tabla 3.2. Evolución del gasto en marketing, en millones de euros, de los juegos de azar online en España (2015 – 2019).....	19
Tabla 4.1. Nivel máximo de estudios.....	22
Tabla 4.2. Situación laboral actual	22
Tabla 4.3. Edad a la que se apostó por primera vez	23
Tabla 4.4. Motivos para apostar	24
Tabla 4.5. Gasto semanal dedicado al juego.....	25
Tabla 4.6. Frecuencia de juego	26
Tabla 4.7. Hábitos de consumo del individuo 2.....	26
Tabla 4.8. Medio empleado	27
Tabla 4.9. Lealtad al medio empleado	27
Tabla 4.10. Razones de la lealtad al medio empleado.....	28
Tabla 4.11. Registro en plataformas online	28
Tabla 4.12. Posicionamiento de las casas de apuestas deportivas	29
Tabla 4.13. Ranking de inversión publicitaria de los operadores online en España (2019).....	30
Tabla 4.14. Efecto de los acontecimientos deportivos en el gasto y frecuencia de juego	31
Tabla 4.15. Conocimiento de las consecuencias de la adicción al juego	32

GRÁFICO

Gráfico 3.1. Distribución del gasto en marketing en juegos de azar online en España (2019).....	20
---	----

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo, “La publicidad del sector del juego online y su incidencia en la ludopatía” se ha llevado a cabo entre los meses de marzo y julio del año 2020.

○ **Justificación del tema**

Tras observar el auge del juego en los últimos años entre los individuos, principalmente basado en apuestas de tipo deportivo vía online, la influencia de las nuevas tecnologías, así como las múltiples herramientas empleadas por las empresas de este sector para estimular esta práctica, se ha decidido realizar un estudio en marzo de 2020 acerca de los factores que motivan la realización de apuestas, así como sus consecuencias, haciendo especial énfasis en la ludopatía.

○ **Antecedentes**

En relación con los precedentes de este trabajo es relevante mencionar que no existe ningún informe que trate acerca de la publicidad del sector del juego online y de la influencia que ejerce en trastornos como la ludopatía. Lo que más se le asemeja son las publicaciones de los medios de comunicación, como periódicos digitales, donde se informa de algunos aspectos de este fenómeno, pero no profundizan en él.

○ **Objetivos de estudio**

1. Poner en contexto la situación actual de la industria del juego en España.
2. Analizar los efectos derivados de la capacidad de persuasión de las herramientas de marketing de las empresas, concretamente, en la ludopatía.
3. Mostrar una visión lo más detallada posible sobre la ludopatía a fin de concienciar al receptor usando como soporte el análisis de casos reales de exjugadores.

METODOLOGÍA

En esta sección se van a detallar las técnicas empleadas para la elaboración de este informe.

La configuración de la metodología ha sido determinada por los objetivos propuestos anteriormente.

El procedimiento que se ha seguido es el que se presenta a continuación:

I. Búsqueda de información en fuentes oficiales y memorias

Con el objetivo de proporcionar una visión lo más completa posible de la industria del juego en España, se ha recurrido al “Anuario del Juego en España” para los años 2018 y 2019. La Universidad Carlos III de Madrid fue la encargada de su publicación, en 2018 en colaboración con Grupo Codere y, al año siguiente junto al Consejo Empresarial del Juego. A pesar de que dichos informes aúnan información estadística acerca de esta industria, se ha considerado relevante acudir a la página web de la Dirección General de Ordenación del Juego para obtener información específica acerca del mercado del juego online en España y, de esta forma, comparar y completar datos.

Debido a que el presente trabajo hace especial énfasis en la adicción al juego o ludopatía, se ha realizado una exhaustiva búsqueda de información en manuales, páginas web de asociaciones, como la Asociación terapéutica del juego (ATEJ), libros y revistas científicas tanto en español como en inglés. Con ello se pretende poner en situación al lector sobre este tipo de adicción, como los factores que motivan su puesta en práctica y las consecuencias que pueden derivarse de ella.

II. Búsqueda de información en medios de comunicación online

Se han visitado páginas web de periódicos nacionales a fin de obtener información sobre estadísticas y datos acerca del consumo y del modelo español de legislación de los juegos de azar.

III. Trabajo de campo

Para conocer los hábitos de consumo de los juegos de azar online, concretamente las apuestas deportivas, se ha decidido establecer contacto con ciertas asociaciones de ludopatía para poder obtener testimonios de exjugadores y, de esta forma, corroborar lo explicado a lo largo del trabajo acerca de este trastorno.

IV. Realización de un cuestionario y de un estudio de caso

En relación con lo anterior, se ha elaborado y mandado un cuestionario a través de Google Formulario a una serie de individuos pertenecientes a la Asociación de Ludópatas de Navarra (ARALAR)¹ que afirmaron haber padecido adicción al juego, principalmente a las apuestas de tipo deportivo, y que actualmente se encuentran rehabilitadas. Así pues, 6 de sus afiliados estuvieron dispuestos a responderlo pensando en los hábitos de juego que mantenían cuando eran jugadores. En relación con la estructura del cuestionario, se han realizado una serie de preguntas de carácter general para conocer los rasgos sociodemográficos de la muestra. Posteriormente, se ha preguntado sobre aspectos más específicos con el objetivo de conocer el hábito de consumo de apuestas deportivas de los individuos encuestados.

Ante la falta de validez estadística del cuestionario realizado debido a que se le hizo a una muestra de individuos muy pequeña, se ha llevado a cabo un estudio de caso. Para ello, se ha realizado una entrevista en profundidad a uno de los afiliados a la Asociación Jugadores Anónimos de Cantabria² que, al igual que los encuestados, padeció adicción a las apuestas deportivas y actualmente está recuperado.

Los resultados del cuestionario, así como la transcripción completa de la entrevista se encuentran en el Anexo.

¹ De las asociaciones con la que se ha intentado contactar, la Asociación de Ludópatas de Navarra (ARALAR) ha sido una de las dos con las que ha sido posible mantener contacto.

² De las asociaciones con la que se ha intentado contactar, la Asociación Jugadores Anónimos de Cantabria ha sido una de las dos con las que ha sido posible mantener contacto.

1. LA INDUSTRIA DEL JUEGO EN ESPAÑA

Según datos del Anuario del Juego en España, durante los últimos años, el sector del juego³ en España ha ido incrementando su presencia de tal forma que, de acuerdo con los datos más recientes, en el año 2018 representó el 0,9% del PIB (Anuario del juego en España, 2018). Así pues, se trata de un sector fuerte formado por empresas multinacionales y un cuantioso número de grandes y medianas empresas con un alto nivel tecnológico y “know how” organizativo.

Por otra parte, de acuerdo con datos de la Asociación Española de Empresarios de Salones de Juego y Recreativos (ANESAR), este sector generó en 2018 un total de 252.112 empleos. Alrededor de 84.712 fueron puestos de trabajo directos, de los cuales 46.424 son creados por la actividad privada y 38.288 por la pública. De forma indirecta produjo 167.400 empleos.

En relación con la riqueza generada por este sector, el juego real, entendido como la diferencia entre las cantidades jugadas y los premios, rondó los 9.870,3 millones de euros en el año 2018. De esta cantidad, se asignaron 1.340 millones de euros a impuestos especiales de esta actividades: 216 millones de euros provenían de apuestas mutuas y juego online, es decir, impuestos del Estado, y 1.124,6 millones de euros provenientes de impuestos de las comunidades (Consejo Empresarial del Juego, 2019). Cabe destacar que la Comunidad de Madrid y las Islas Canarias afirmaron dirigir una cuantía de las ganancias generadas por dichos impuestos a la prevención y tratamiento de la ludopatía.

Dado el auge de las nuevas tecnologías y de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación en los últimos años, el canal online ha ido incrementando su presencia en este sector, en parte debido a su alta presencia en los medios de comunicación. En el año 2018 se jugaron a través de internet alrededor de 724,4 millones de euros, un 7,3% del total, donde se incluyen todos los juegos online regulados por el Estado y las apuestas deportivas de esta modalidad. De

³De acuerdo con El Economista, el sector del juego en España está formado por 2.527 empresas, abarcando desde juegos Estatales como la Lotería o la Once hasta la actividad de empresas privadas, apuestas deportivas, juegos online y salones de juego y cuya facturación se define como *Gross Gaming Revenue*, es decir, la diferencia entre la cuantía jugada y la repartida en premios.

esta cantidad, 699 millones de euros hacen referencia al juego online en las páginas web aprobadas por el Estado (Consejo Empresarial del Juego, 2019). De acuerdo con la Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ), el gasto medio anual por jugador activo oscila los 449 euros, suponiendo un gasto mensual de 37,4 euros o, lo que es lo mismo, de 8,64 euros semanalmente.

Cabe destacar que las apuestas deportivas vía online es uno de los sectores del juego que ha experimentado un mayor crecimiento en los últimos años. Dado el aumento de la presencia de esta práctica en los diferentes medios y lo fácil que es acceder a portales de juegos de azar desde cualquier dispositivo, éstos destinaron un 27,3% de su margen de beneficio antes de impuestos a publicidad y patrocinio para llegar a un mayor público. De esta forma, en el primer semestre de 2019 se llegó aproximadamente a 885.375 clientes activos, un número que se ve incrementado en periodos estacionales. Esta estacionalidad encaja con los meses de verano y con aquellos periodos de tiempo en los que se realizan competiciones deportivas (Consejo Empresarial del Juego, 2019).

Para controlar esta práctica online, se publicó la Ley 13/2011, de 27 de mayo, de regulación del juego, donde se exigía una autorización o licencia de juego específica a todos los ofertantes de este servicio. Sin embargo, la regulación de esta práctica se sitúa en 2012, año en el que fue aprobado el régimen sancionador, así como las primeras licencias. En este sentido, cabe destacar dos tipos de licencias: las de carácter general, encargadas de regular apuestas, concursos y otros juegos y, por otra parte, aquellas que autorizan los juegos de forma individual, como el bingo o el póquer. Así pues, de acuerdo con Europa Press, en el año 2019 hubo 141 licencias generales vigentes y 264 licencias de tipo singular en España. Para la obtención de la licencia, es condición necesaria que los operadores reúnan una serie de requerimientos: el domicilio social ha de localizarse en un estado perteneciente al Estado Económico Europeo (EEE), además ha de encontrarse inscrito en el Registro Mercantil o tener experiencia profesional en el sector del juego. En este sentido, su concesión, así como la supervisión y control de la práctica del juego online pertenece a la DGOJ, organismo perteneciente al Ministerio de Hacienda.

2. LUDOPATÍA Y ADICCIÓN

Reciente es la vinculación que la sociedad ha establecido entre la ludopatía y la adicción, categorizándose como un problema social. Para profundizar en la adicción que crea el juego se considera necesario llevar a cabo un análisis de la ludopatía como adicción, prestando atención a su origen y los factores que motivan esta práctica.

En primer lugar, se ha de hacer referencia al concepto de adicción, entendida como la dependencia del individuo hacia algunas sustancias como los preparados psicoactivos y sus derivados químicos. Sin embargo, esta dependencia puede estar ligada a las llamadas “adicciones comportamentales” o “sin sustancia” como resultado de la sociedad tecnológica. Cualquier exceso hacia alguna actividad puede acabar en adicción, no siendo necesario estar bajo los efectos de una sustancia química para considerarse como tal. Esto genera una situación de dependencia y pérdida de control en el individuo, de tal forma que tratará de mantener ese hábito (Echeburúa y Corral, 2010).

La adicción a tratar se denomina ludopatía o adicción al juego y se engloba en las “adicciones sin sustancia”, las cuales pueden ser de dos tipos. En primer lugar, se encuentran las adicciones sin sustancia legales, que pasan más inadvertidas, forman parte de un proceso habitual y son aceptadas y legalizadas socialmente, como el juego. En segundo lugar, están aquellas que la sociedad considera como ilícitas, como la cleptomanía (Fernández *et al.*, 2012).

2.1. El perfil del jugador

Los efectos producidos por la puesta en práctica de los juegos de azar, como la dependencia o la pérdida de control, pueden afectar a cualquier individuo. Cabe destacar que ciertos estudios establecieron la existencia de una serie de particularidades relacionadas con la edad media, el sexo, el nivel de estudios, el estado civil, la situación laboral, profesión e ingresos que permitirían conocer en profundidad a los individuos afectados por la continua práctica de esta actividad y que, junto con otros elementos, pueden desencadenar la adicción.

De acuerdo con Custer (1984): “las causas por las que se inicia una persona en el juego son muy diversas, pero cuando se persiste en el juego se puede dar un

proceso que normalmente puede durar de 1 a 20 años con una media de 5 años, que suele comenzar en la adolescencia.”

Se observa una tendencia creciente en los últimos años del número de jugadores jóvenes. Esto puede tener relación con la comorbilidad con otro tipo de sustancias como el alcohol, tabaco o sustancias psicotrópicas, y, en este sentido, la adicción hacia este tipo de sustancias se da cada vez a edades más tempranas.

En relación con el sexo, la variación entre el número de hombres y mujeres que llevan a cabo esta práctica es ligeramente perceptible, sin embargo, debido a que los juegos de azar son aceptados en mayor medida por los varones, se establecen mayores diferencias con respecto a este grupo. A pesar de que las mujeres se inician después, acaban desarrollando el mismo nivel de adicción que los hombres. En este sentido, se pone de relieve que las mujeres que llevan a cabo esta práctica cuentan con estados emocionales negativos. No obstante, aún no se ha podido determinar si los problemas psicopatológicos son los desencadenantes de la ludopatía en un individuo o si, por el contrario, son consecuencia de éste.

Por otra parte, existe una mayor inclinación hacia este tipo de actividades por parte de los individuos con un bajo nivel de estudios. No obstante, se ha ido incrementando el número de personas con estudios medios en los últimos años.

Cabe destacar que, a pesar de que la frecuencia con la que se da este tipo de adicción es inferior a la producida por el alcohol o el tabaco, influye de igual forma en la vida personal del individuo, como puede suceder en las relaciones de pareja. Si la pareja en cuestión contase con progenitores, sería un factor de peso para solicitar ayuda. Del mismo modo, también tiene repercusión en el entorno familiar y, en general, en el entorno más próximo al individuo.

En relación con el ámbito laboral, aquellos trabajadores con educación secundaria y residentes en zonas obreras tienden a participar en este tipo de actividad ya que, en ese tipo de zonas, el nivel de renta es mucho más bajo que en el resto, por lo que tratan de revertir su situación y mejorar su calidad de vida. A pesar de que tener ingresos propios puede ser un factor que incite a participar

en el juego, la mayor parte de los participantes depende de los ingresos familiares para su puesta en práctica.

Numerosos estudios establecen una serie de rasgos predominantes en el perfil del ludópata. Este tipo de jugador se caracteriza por presentar ansiedad, tendencia al abuso y/o dependencia del alcohol, carencia de habilidades para hacer frente a algunas situaciones, así como un alto grado de impulsividad y búsqueda de sensaciones, de ahí que se establezca cierto grado de parecido con el perfil del consumidor patológico de sustancias.

2.2. La evolución hacia el jugador patológico o ludópata

Actualmente, el juego constituye una actividad socialmente aceptada a nivel mundial y que cuenta con un alto impacto económico. El desarrollo de esta actividad de forma abusiva puede desencadenar comportamientos anormales en el jugador que desembocan en la incapacidad de controlar su propio juego. Por lo tanto, es importante establecer la diferencia entre el juego como adicción y el juego como actividad lúdica, ya que cualquier conducta normal puede desencadenar en una adicción.

Así pues, de acuerdo con González (1989), Labrador y Becoña (1994), se presentan varios tipos de jugadores donde se observa una progresión hacia el carácter adictivo del juego:

Primeramente, se encuentran aquellos individuos para los que el juego forma parte de su vida cotidiana, los "*jugadores profesionales*". Consideran el juego como una profesión y fuente de ingresos para lo que llevan a cabo un estudio de probabilidades, no existiendo una implicación emocional con las apuestas. En este ámbito, la habilidad y experiencia son importantes cuando se persigue ganar.

A continuación, se encuentra el "*jugador social*". Se caracteriza por considerar el juego como una actividad esporádica de ocio y sociabilidad. Las pérdidas monetarias máximas son establecidas previamente y aceptables de acuerdo con la situación económica del jugador. A diferencia de la tipología anterior, el individuo cuenta con la capacidad de dejar de jugar cuando considere oportuno

pues no existe una vinculación emocional con esta actividad ya que atribuye una mayor importancia a otros aspectos de su vida.

Por otra parte, se encuentra el jugador denominado como “*jugador problemático*”. Suelen ser individuos que abusan del juego, de tal forma que el gasto monetario es tan elevado que puede ocasionar problemas. Este prototipo de jugador se sitúa a medio camino entre jugador social y el patológico, pues cuenta con un menor control que el de tipo social y es susceptible de convertirse en un jugador de tipo patológico cuando no pueda afrontar las pérdidas.

El último tipo, designado como “*jugador patológico*”, o ludópata se caracteriza por la existencia de una falta de control para dejar de jugar. Esto puede ocasionar diversos problemas en la vida cotidiana del individuo, además de la proliferación de un grado de dependencia con el juego. Este vínculo le llevará a dirigir cantidades de tiempo y dinero mayores que las planeadas y que, en caso de perderlas, tratarán de seguir jugando reiteradas veces para reponerlas.

2.3. Fases por las que pasa un individuo con ludopatía

De acuerdo con Custer (1984), el juego cuenta con unas normas uniformes de desarrollo de las que se pueden pronosticar ciertas complicaciones. A continuación, se detallan las etapas por las que pasa un jugador hasta convertirse en ludópata:

En primer lugar, se da la *fase de ganancia*. Se establece el primer contacto con el juego donde el jugador resulta premiado, pero, sin embargo, no se produce por casualidad. En sus primeros juegos, las pérdidas serán muy inferiores a las ganancias, creando una falso autocontrol en el jugador y potenciando la continuación de esta actividad. En este sentido, el individuo considera que sus habilidades pueden hacerle ganar en reiteradas ocasiones y que la obtención de estas ganancias no se produce por el azar. Los individuos que se encuentran en esta fase comienzan a presentar alteraciones cognitivas, es decir, cuentan con un recuerdo selectivo de las ganancias y minimizan las pérdidas.

A continuación, surge la *fase de pérdida*. El jugador dedica una mayor cuantía de dinero y tiempo, pues no considera que exista otra actividad que le proporcione tal sensación de satisfacción y, para compensar las pérdidas

monetarias, continúa jugando. Se trata de un jugador que juega sólo, por lo que esta práctica empieza a perder su carácter social. Además, puede ser considerada como una vía de evasión de ciertos sentimientos como la tristeza, la monotonía o de ciertos problemas que le hayan surgido

El último período por el que pasa el jugador es la *fase de desesperación*. En esta etapa surge en el jugador la necesidad de aumentar la cantidad de dinero apostada con el objetivo de recuperar el dinero perdido y saldar el pago de las deudas. Además de los problemas económicos, de esta etapa también se derivan problemas familiares y sociales.

La práctica de esta actividad produce en los individuos una sensación de bienestar, además de considerarse como una forma de evasión a los problemas, incitando a los jugadores a continuar apostando.

2.4. Consecuencias

En primer lugar, para conocer los efectos derivados de la ludopatía es necesario remitirse a su definición. Así pues, de acuerdo con la Federación Española de Jugadores de Azar Rehabilitados (FEJAR): “la ludopatía consiste en una alteración progresiva del comportamiento por la que el individuo siente una incontrolable necesidad de jugar (juegos de azar), menospreciando cualquier consecuencia negativa. Se trata de una adicción donde no se consume ninguna sustancia, aunque a veces va acompañada de otras sustancias como tabaco, alcohol o drogas.”

La ludopatía, al igual que el resto de hábitos que pueden desencadenar en adicción, puede originar problemas en el entorno familiar, laboral y/o académico y legal del individuo, así como trastornos psicológicos y problemas en el establecimiento de relaciones interpersonales.

Una de las principales áreas que sufren las consecuencias de la puesta en práctica de esta actividad es el de la familia. En este sentido, el jugador comienza a aislarse del resto de miembros además de producirse un deterioro de la comunicación, entre otras consecuencias. Los miembros que sufren estas consecuencias en mayor medida son la pareja e hijos pues tratan de actuar contra la continuidad del juego y la conducta compulsiva que conlleva. De

acuerdo con Cameo y López del Hoyo (2012), los varones son más propensos que las mujeres en el desarrollo de este tipo de adicciones. Esto produce que los hijos cuenten con un mayor riesgo de cara al desarrollo de conductas adictivas pues toman a su padre como modelo.

Por otra parte, el ámbito laboral y/o académico del individuo con este tipo de dependencia se caracteriza por un bajo nivel de productividad, de motivación y de concentración. Si el individuo desatiende sus obligaciones, podría ser despedido. A medida que aumenta la cantidad de tiempo que el jugador dedica a los juegos de azar, también lo hace la cantidad de dinero que está dispuesto a invertir ya que tratará de recuperar el dinero perdido, manteniendo así esta conducta compulsiva. En este sentido, y como consecuencia de esta adicción, el individuo puede llegar a cometer actos delictivos, como estafas y hurtos, cuando carece de fuentes de ingresos legales y trata de obtener dinero rápidamente.

Otro de los ámbitos que resulta afectado por esta práctica, es el entorno social. El jugador le dedica la mayor parte de su tiempo a esta actividad, causando una pérdida de interés en otro tipo de actividades, como actividades de ocio, o en la continuación de relaciones interpersonales. Esta conducta favorece el aislamiento social del individuo.

La adicción al juego puede producir en el individuo una serie de afecciones psicosomáticas y psicológicas, como insomnio, depresión o ansiedad, sobre todo en el caso de las jugadoras. Algunos estudios establecen que este último trastorno es el que más comúnmente se manifiesta, además de que, algunos otros como la depresión, pueden ser origen y/o consecuencia de esta conducta dependiente. Por otra parte, los trastornos psicosomáticos que suceden con mayor asiduidad son la hipertensión, los dolores estomacales o úlceras, provocados principalmente por una situación de estrés.

Esta relación de dependencia entre el jugador y los juegos de azar puede estimular un deseo de consumo de otras sustancias, como alcohol o tabaco, con el objetivo de incrementar el sentimiento de placer que produce en el individuo. De acuerdo con estudios llevados a cabo por Lorains *et al.*, (2011), los jugadores problemáticos y los ludópatas cuentan con tasas de otros desordenes comórbidos mayores que el resto de la población, como el alcoholismo y el

excesivo consumo de tabaco. Esto puede verse impulsado si se tiene en cuenta que las conductas de juego ocurren en establecimientos donde existe servicio de bar, como bares y casinos.

3. LA PUBLICIDAD EN LOS JUEGOS DE AZAR ONLINE

3.1. Impacto de la publicidad en la ludopatía

La entrada en vigor de la Ley 13/2011, de 27 de mayo, de regulación del juego online, ha provocado que aquellas empresas que cuenten con licencias para operar en este sector a nivel nacional traten de alcanzar y retener a un nuevo público objetivo. Para ello, pondrán en práctica múltiples estrategias de publicidad a través de ciertos canales de comunicación y redes sociales.

Existe una carencia generalizada de evidencias empíricas que pongan de manifiesto que la implicación en los juegos de azar se vea influenciada por la publicidad dirigida a este tipo de actividades. Por ello, su regulación es objeto de debate entre investigadores académicos, responsables políticos y lobbies.

De acuerdo con Hing et al., (2013), se establece una relación causal entre la publicidad y la ludopatía. Así pues, los individuos sometidos a un estudio que declararon puntuar más alto en las herramientas dirigidas a medir la ludopatía eran aficionados a los eventos deportivos retransmitidos por televisión, además de exponerse en mayor medida a los anuncios sobre apuestas deportivas. Dicha exhibición podría favorecer la aparición de conductas propias de la ludopatía, empeorar su situación e incluso obstaculizar su pretensión a dejar esta práctica o disminuir la cuantía apostada. En este sentido se ha de destacar la proliferación del patrocinio deportivo en el juego.

Los elementos de los reclamos publicitarios que mayor persuasión ejercen son las cuotas sobreimpresionadas en pantalla, así como aquellas comentadas por los presentadores a viva voz y los bonos gratuitos que invitan a apostar. La sobreexposición de forma continua de la sociedad a ciertos reclamos publicitarios como promociones, anuncios de radio, prensa y televisión, bonos de bienvenida, patrocinios o páginas web patrocinadas ha provocado una mayor conciencia social acerca de los efectos adversos que puede propiciar el marketing y la publicidad en los grupos de la población más proclives al excesivo

consumo de productos de juego y, como consecuencia, al desarrollo de una adicción a esta práctica.

Como ya se ha comentado anteriormente, uno de los sectores del juego que mayor crecimiento ha experimentado en los últimos años es el de las apuestas deportivas. En este sentido, es uno de los que genera mayor preocupación en la sociedad dado que existe un vínculo afectivo entre la puesta en práctica de actividades deportivas y la población, sobre todo debido a la proliferación del estilo de vida saludable en los últimos años entre los jóvenes. Por lo tanto, su vinculación con ciertas técnicas de marketing y publicidad genera cierta alarma social.

3.2. El contexto de las apuestas deportivas

Antes de que las nuevas tecnologías irrumpieran en la vida cotidiana de los miembros de la sociedad, las apuestas deportivas no formaban parte de la forma de juego habitual de aquellas personas que contaban con problemas con el juego. En este sentido, la quiniela, conocida entonces como el tipo de juego más popular dentro de las apuestas deportivas, era considerada como una actividad socialmente aceptada y controlada por el gobierno que no afectaba exageradamente a la salud pública. Sin embargo, hoy en día, el modo de participar activamente en las apuestas deportivas ha sufrido cambios debido principalmente a la penetración de internet en la mayoría de los ámbitos de la sociedad. Así pues, la posibilidad de acceder a este tipo de contenidos en todo momento y desde cualquier dispositivo, ha aumentado la frecuencia con la que se pone en práctica esta actividad, la magnitud de las apuestas, así como aquellos factores que dan pie a un juego más adictivo (Gray *et al.*, 2012; Griffiths y Auer, 2013).

Las empresas de este sector emplean nuevos reclamos publicitarios con el fin de llegar a un mayor público objetivo y suscitar un mayor nivel de diversión en el individuo y de falso control sobre la apuesta. Entre las técnicas usadas destacan el *cash out*, o repliegue de la apuesta antes de tiempo, y el *exchange*, donde el usuario compite contra otros jugadores en lugar de contra la casa.

Como puede observarse en la Tabla 3.1, del año 2015 al 2019, el sector de las apuestas deportivas online dobló su margen de juego o *Gross Gaming Revenue*

(GGR), es decir, el importe total de las cantidades destinadas a la participación en el juego una vez se han deducido los premios. Así pues, se destaca principalmente la evolución de las apuestas deportivas en directo, es decir, las llevadas a cabo durante el evento, de tal forma que, en 2019 supuso más de la mitad de la recaudación total de las apuestas deportivas online a nivel nacional.

Tabla 3.1. Evolución del margen de juego, en millones de euros, de las apuestas deportivas online en España (2015 – 2019)

Año	Apuestas convencionales	Apuestas en directo	Apuestas hípicas	Otras apuestas	Total	Variación anual
2015	68,7	103,5	4,5	784,8 ⁴	177,5	-
2016	102,5	126,0	4,2	2,9	235,6	+32,73%
2017	121,8	177,8	5,6	3,4	308,6	+30,98%
2018	151,8	204,2	5,0	3,7	364,7	+18,17%
2019	140,4	228,6	4,8	4,5	378,3	+3,72

Fuente: elaboración propia a partir de datos de la Dirección General de Ordenación del Juego

3.3. Gasto en marketing destinado al juego online en España

De acuerdo con la Tabla 3.2, el gasto en marketing de las empresas que operan en este sector ha ido aumentando con el paso de los años, de tal forma que el del año 2019 fue casi tres veces mayor que el de 2015. Dentro de esta cuantía destaca principalmente la destinada a publicidad, suponiendo el 48,8% del gasto total en marketing en el año 2019.

Se puede afirmar que este gasto y el margen de juego han crecido en la misma proporción en España en el periodo seleccionado. Por lo tanto, en este sentido y a pesar de carecer de datos desglosados por actividad del juego, puede suponerse que gran parte de los ingresos obtenidos por las actividades de marketing, concretamente publicidad y bonos de bienvenida, procedan del mercado de apuestas deportivas en su modalidad online.

⁴ Miles de euros

Tabla 3.2. Evolución del gasto en marketing, en millones de euros, de los juegos de azar online en España (2015 – 2019)

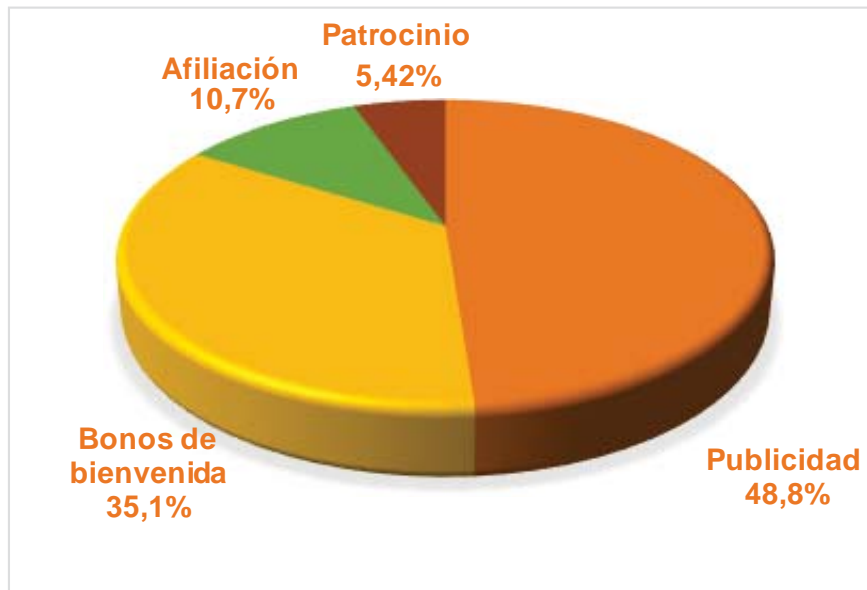
Año	Afiliación	Bonos de bienvenida	Patrocinio	Publicidad	Total	Variación anual
2015	13,9	37,4	326,2 ⁵	82,8	134,4	-
2016	19,5	89,9	3,6	113,2	226,2	+68,3%
2017	22,5	86,6	9,4	103,4	222,0	-1,9%
2018	31,0	116,1	13,4	168,1	328,6	+48%
2019	39,4	129,5	20,0	180,1	369,0	+12,3%

Fuente: elaboración propia a partir de datos de la Dirección General de Ordenación del Juego

Por otra parte, en el Gráfico 3.1 puede observarse la asignación del gasto dirigido a políticas de marketing. Así pues, casi la mitad de esta cuantía se dirige a acciones publicitarias propiamente dichas donde quedan incluidos los anuncios retransmitidos por televisión. Otra parte grande de la distribución le compete a la cantidad de dinero ofrecida por parte de las casas de apuestas a los posibles jugadores con el objetivo de atraer nuevos clientes, es decir, los bonos de bienvenida. Por otro lado, el gasto destinado a afiliación representa casi el 11% del gasto total, a través del cual se realiza una serie de pagos a ciertos portales, como Imperialbet, para dirigir al usuario hacia la página web de la propia casa de apuestas. Por último, las actividades de patrocinio suponen el 5,42% de esta cuantía y hacen referencia al patrocinio de campeonatos y a los *naming rights* de los estadios. En este último caso se busca el establecimiento de una asociación entre una marca y el estadio, en el sentido de que es conocido principalmente por dicha marca. Un claro ejemplo de ello el Telefónica Arena de Madrid.

⁵ Miles de euros

Gráfico 3.1. Distribución del gasto en marketing en juegos de azar online en España (2019)



Fuente: elaboración propia a partir de datos de la Dirección General de Ordenación del Juego

3.4. Cambios en la publicidad de las apuestas deportivas online en 2020

Dada la proliferación del sector del juego en los últimos años y su fácil acceso desde cualquier dispositivo móvil se ha decidido poner en práctica ciertas medidas que restrinjan el mercado español de los juegos de azar a través de plataformas online. También se pretende ejercer un mayor control en lo referente a la publicidad emitida a nivel nacional de este tipo de actividad, todo ello con el objetivo de evitar ciertos trastornos como la ludopatía.

En relación con los anuncios, no podrán estar protagonizados por actores menores de edad ni por individuos con menos de 25 años. Tampoco podrán aparecer personajes que tengan cierto grado de influencia entre la sociedad, deportistas en activo o aquellos actores cuya vida profesional se encuentre en un sector relacionado con menores. Con ello se pretende evitar la exposición de menores a un tipo de publicidad que estimula el juego. Así pues, su exhibición tendrá lugar después de las 22:00, momento en el que acaba el horario infantil.

Por otro lado, uno de los instrumentos empleados por las empresas del sector para llegar a un mayor público son los bonos de bienvenida. Esta herramienta proporciona un código que incrementa la apuesta a la que puede optar el jugador, con la particularidad de que el dinero de más no lo tendrá que aportar

el jugador. Así pues, de acuerdo con Europa Digital, se pretende limitar dicho bono a 200€.

Para concluir, como requisito para que las empresas del sector publiciten sus servicios se deberá de incluir la advertencia de “Juego Responsable”, de tal forma que se deje constancia de que dichos juegos se dirigen a individuos mayores de edad. Además, estará prohibida la inclusión de discursos que inviten al individuo a jugar de forma intensiva.

4. HÁBITOS DE CONSUMO DE APUESTAS DEPORTIVAS EN UNA MUESTRA DE EXJUGADORES REHABILITADOS

Tal y como se ha explicado en la metodología seguida para la elaboración de este informe, se ha realizado un cuestionario a seis de los afiliados a la Asociación de Ludópatas de Navarra (ARALAR) que debían de contestar pensando en sus hábitos de juego de cuando aún eran jugadores. Sin embargo, debido a la carencia de validez estadística de dicho cuestionario, surgió la necesidad de llevar a cabo un estudio de caso. Para ello, se hizo una entrevista en profundidad a un afiliado a la Asociación Jugadores Anónimos de Cantabria que cuenta con el mismo perfil que los individuos encuestados, es decir, exjugador recuperado de la adicción a apuestas deportivas.

En primer lugar, se formularon una serie de preguntas de carácter general a fin de obtener información sobre los rasgos sociodemográficos de la muestra. Así pues, los individuos encuestados contaban con una edad media de 35 años en el momento de la realización del cuestionario de tal forma que el más joven tenía 27, mientras que el más veterano contaba con 40 años. Cabe destacar que todos ellos testificaron ser varones, pudiéndose relacionar con una mayor propensión al desarrollo de este tipo de adicciones que las mujeres, tal y como se comentó anteriormente cuando se definió el perfil del jugador. En relación con el nivel máximo de estudios, y de acuerdo con la Tabla 4.1, solo el 33,4% de los encuestados afirmó contar con estudios oficiales superiores⁶, como un grado universitario o máster.

⁶ Los estudios universitarios de grado, máster y doctorado son estudios oficiales superiores reconocidos dentro del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

Por el contrario, los 4 individuos restantes, es decir, el 66,6% de la muestra, contaba con título de formación profesional o, únicamente, con título de bachillerato.

Tabla 4.1. Nivel máximo de estudios

	N.º	%
Educación Primaria	0	0%
ESO	0	0%
Bachiller	2	33,3%
Formación Profesional	2	33,3%
Grado o Licenciatura	1	16,7%
Máster	1	16,7%
Doctorado	0	0%

Fuente: elaboración propia a partir de datos obtenidos en la encuesta

En relación con la situación laboral, el 83,3% de la muestra, se encontraba con empleo, mientras que sólo el 16,7%, es decir, un individuo, afirmó estar estudiando y trabajando al mismo tiempo, tal y como se muestra en la Tabla 4.2.

Tabla 4.2. Situación laboral actual

	N.º	%
Estudiante	0	0%
Trabajador	5	83,3%
Desempleado	0	0%
Estudiante y trabajador	1	16,7%

Fuente: elaboración propia a partir de datos obtenidos en la encuesta

Posteriormente, se llevaron a cabo una serie de preguntas específicas con el objetivo de conocer los hábitos de consumo de apuestas deportivas de los individuos encuestados. En primer lugar, tal y como puede verse en la Tabla 4.3, 5 de los individuos, es decir, el 83,4% de la muestra comenzó a realizar este tipo de apuestas cuando ya era mayor de edad, sin embargo, cabe destacar que el individuo restante comenzó a una edad muy temprana. Esto podría suponer un problema ya que actualmente el uso de las nuevas tecnologías se encuentra en pleno auge y, además, de acuerdo con RTVE: *El uso del ordenador e internet se incrementa entre los 10 y 15 años hasta alcanzar a esta última edad el 92,5% y el 99,2%, respectivamente.* Por lo tanto, el consumo de internet a edades cada

vez más tempranas podría anticipar el desarrollo de trastornos como la ludopatía. Por otra parte, la presencia de locales destinados al desarrollo de esta actividad situados cerca de los centros escolares podría incitar al consumo de este tipo de contenido a edades tempranas. Según palabras de nuestro entrevistado: “el tema es que debería de haber un control... más exhaustivo. No puede ser que pongan estos sitios al lado de colegios, por lo que deberían de hacer algo para que estos chicos no entrasen, está claro. Yo... ya te digo, he dado charlas en institutos... y... entran chicos menores de edad. Es muy necesario que lo regulen más porque entran chicos jóvenes que ven dinero fácil y... no es así”.

Así pues, de acuerdo con el periódico ABC: *Un total de 144 locales de Madrid se ubican a menos de 500 metros de centros educativos y 20 infringen la ley actual, de 100 metros.*

Tabla 4.3. Edad a la que se apostó por primera vez

	N.º	%
14	1	16,7%
18	3	50%
20	1	16,7%
24	1	16,7%

Fuente: elaboración propia a partir de datos obtenidos en la encuesta

Tras la decisión de apostar por primera han de existir ciertos motivos que lleven al individuo a esta práctica. Así pues, según puede observarse en la Tabla 4.4, predominaban las razones económicas, es decir, la realización de apuestas debido a una carencia de ingresos en el domicilio familiar, correspondiéndose con el 50% de la muestra, así como su puesta en práctica, principalmente, por razones de ocio, correspondiéndole el 66,7% de los individuos encuestados además del exjugador entrevistado: “me senté un día en el ordenador y... bueno, yo había visto muchas veces eso, que entras en cualquier sitio y te salpican con propaganda por todos lados. Yo lo había visto más de una vez, pero nunca me había dado por ahí, pero un día me dio por entrar. En ese momento pues no era por ganar dinero, era por evadirme un poco, el aburrimiento básicamente”

Así pues, podría afirmarse que uno de los principales objetivos de los individuos era la búsqueda de sensaciones a través del juego, como incrementar su nivel

de adrenalina: “yo jugaba por diversión. Entonces, yo necesitaba una adrenalina, sentarme delante del ordenador y necesitaba algo que... que me subiese la adrenalina para estar eufórico”.

Por otra parte, podría considerarse que ciertos jugadores asocian el juego con una forma factible de ganar dinero, de ahí, que esta pueda ser una de las razones que estimulen la realización de esta actividad. Así pues, según lo expuesto por el entrevistado: “es muy necesario que lo regulen más porque entran chicos jóvenes que ven dinero fácil y... no es así”. En este sentido, algunas casas de apuestas ofrecen en su propia página web artículos relacionados con la obtención de apuestas de forma fácil, lo que incitaría a apostar tanto online como acudiendo a los propios establecimientos. Un ejemplo de esto es la casa de apuestas Luckia, cuya entrada de blog contiene la siguiente información: “Descubre cómo ganar apuestas fáciles y ganar dinero con ellas”.

Tabla 4.4. Motivos para apostar⁷

	N.º	%
Económicos (debido a una falta de ingresos en el hogar)	3	50%
Sociales (por presión del entorno)	2	33,3%
Ocio	4	66,7%
Otros	0	0%

Fuente: elaboración propia a partir de datos obtenidos en la encuesta

A continuación, se preguntó acerca del gasto dirigido semanalmente a este tipo de actividad, cuyos resultados se encuentran recogidos en la Tabla 4.5. La mitad de la muestra afirmó haber destinado entre 61 y 80 euros. El 33,4%, 2 individuos, dedicaban una cuantía que se encontraba entre los 21 y 60 euros semanales, mientras que solamente el 16,7% gastaba de 81 a 100 euros a esta actividad en el mismo periodo de tiempo. Así pues, el jugador comienza apostando pequeñas cantidades de dinero y, a medida que pasa el tiempo, se van incrementando hasta alcanzar cantidades desorbitadas llegando a endeudarse en caso de que los fondos propios fuesen insuficientes: “ya te digo, me gasté mucho dinero, mucho.

⁷ En encuestado podía marcar más de una casilla.

Yo... mi deuda de juego fueron unos 30.000 euros con tarjetas de crédito, créditos... Tampoco había tantos créditos rápidos, pero había pues eso, el clásico de Cofidis, el clásico de... la tarjeta de Citybank, el crédito de Carrefour... todo eso lo fundí, aparte de dos tarjetas VISA, una mía y otra de mi mujer y... luego... todo el dinero que había en las cuentas”. Así pues, según El Diario: *La facilidad para solicitar pequeños préstamos rápidos provoca que los jugadores enganchados a las apuestas o tragaperras caigan en ellos una y otra vez.*

Tabla 4.5. Gasto semanal dedicado al juego

	N.º	%
De 0 a 20 euros	0	0%
De 21 a 40 euros	1	16,7%
De 41 a 60 euros	1	16,7%
De 61 a 80 euros	3	50%
De 81 a 100 euros	1	16,7%
Más de 100 euros	0	0%

Fuente: elaboración propia a partir de datos obtenidos en la encuesta

En relación con la frecuencia de juego, tal y como se muestra en la Tabla 4.6, el 50% de los individuos encuestados ponía en práctica esta actividad entre 3 y 6 veces a la semana, otro de los encuestados una o dos veces, mientras que el 33,3%, dos individuos, la desarrollaban diariamente. Así pues, podría afirmarse que existe una relación de dependencia entre los fondos con los que cuenta el individuo para dedicar a esta actividad y la frecuencia de juego. Según palabras de nuestro entrevistado: “yo jugaba diariamente, todos los días, mientras tenía dinero. Todos. O sea, me pude tirar mucho tiempo jugando de seguido, sin parar. No era dejarlo o un día o dos, y si llegaba mitad de mes o fin que ya no tenía dinero, ahí sí que tenía que parar porque tenía que esperar a cobrar o lo que fuese o a ver cómo conseguía dinero para jugar. Era... o sea, llega un momento en el que te da exactamente todo igual”.

Tabla 4.6. Frecuencia de juego

	N.º	%
De forma esporádica: una o dos veces al mes	0	0%
Una o dos veces a la semana	1	16,7%
Entre 3 y 6 veces a la semana	3	50%
Todos los días	2	33,3%

Fuente: elaboración propia a partir de datos obtenidos en la encuesta

En relación con las dos tablas anteriormente mencionadas, podría elaborarse una tercera donde se destacase el caso particular de uno de los individuos encuestados. Así pues, tal y como puede observarse en Tabla 4.7, el encuestado afirmó haber gastado entre 81 y 100 euros semanalmente y haber jugado todos los días. Si se considerase que el individuo gastó una media de 90,5€ a la semana en apuestas deportivas, es decir, 362€ mensualmente, y suponiendo que su sueldo como trabajador fuese de 950€⁸ al mes, implicaría que, actualmente, más de un tercio de los ingresos mensuales del encuestado irían destinados al juego si no se hubiese rehabilitado de su adicción, pudiendo ocasionar problemas económicos graves, entre otros.

Tabla 4.7. Hábitos de consumo del individuo 2

	Gasto semanal aproximado	Frecuencia de juego	Situación laboral
Individuo 2	81-100€	7 días a la semana	En activo

Fuente: elaboración propia a partir de datos obtenidos en la encuesta

Posteriormente, se preguntó acerca del medio empleado para realizar las apuestas. Tal y como se observa en la Tabla 4.8, hay que destacar que más de la mitad de los encuestados, el 66,7%, afirmó haber realizado apuestas tanto a través de medios online como asistiendo a salones de juego.

⁸ De acuerdo con La Vanguardia, el salario mínimo interprofesional (SMI) de España ascenderá a 950 euros en 2020.

A diferencia del porcentaje de jugadores anterior, tanto el individuo encuestado como el entrevistado afirmaron que sus apuestas se realizaban únicamente a través de internet: “vale, verás... llevo ocho años en Jugadores Anónimos y, principalmente, cuando empecé jugaba más que nada por internet, o sea que, ya sé de qué hablo también. Había mucha gente con problemas debido a las máquinas tragaperras y demás, pero vamos, yo fui de los pocos que llegó con problemas de juego por internet”. Esto podría suponer un grave problema ya que de acuerdo con La Vanguardia: *En el juego presencial se tardan 5-7 años en desarrollar la conducta patológica; en el online, año y medio*. Y, además, antes de adentrarnos en la era digital sólo una minoría podía entrar a las casas de apuestas. Sin embargo, actualmente, la industria de apuestas deportivas online queda abierta a todo individuo siempre y cuando sea mayor de edad y cuente con un dispositivo electrónico.

Por lo tanto, la proliferación del juego a través de medios online podría promover la adicción al mismo.

Tabla 4.8. Medio empleado

	N.º	%
Acudiendo a salones de juego	1	16,7%
Jugando online a través de alguna página web o aplicación móvil	1	16,7%
De ambas formas	4	66,7%

Fuente: elaboración propia a partir de datos obtenidos en la encuesta

Sin embargo, sólo uno de los individuos de la muestra afirmó que las apuestas realizadas las hacía desde el mismo medio, lo que se debía principalmente a la facilidad con la que podía jugar, los bonos de bienvenida ofrecidos y el número de veces que había salido victorioso.

Tabla 4.9. Lealtad al medio empleado

	N.º	%
Sí	1	16,7%
No	5	83,3%

Fuente: elaboración propia a partir de datos obtenidos en la encuesta

Tabla 4.10. Razones de la lealtad al medio empleado⁹

	N.º	%
El conocer previamente cómo funcionaba	0	0%
Se puede jugar fácilmente	1	100%
Los bonos de bienvenida que ofrecían	1	100%
Las veces que he ganado usando esa página web o aplicación móvil	1	100%

Fuente: elaboración propia a partir de datos obtenidos en la encuesta

A pesar de que gran parte de la muestra afirmó haber realizado las apuestas de ambas formas, sólo uno de los individuos, el 16,7% contaba con una cuenta personal con la que registrarse, a diferencia del 83,3% restante que estableció todo lo contrario, como puede verse en la Tabla 4.11.

Tabla 4.11. Registro en plataformas online

	N.º	%
Sí	1	16,7%
No	5	83,3%

Fuente: elaboración propia a partir de datos obtenidos en la encuesta

Con el objetivo de conocer las casas de apuestas más populares entre los jugadores, se le pidió a los encuestados que indicasen aquellas que conocían, cuyos resultados se encuentran en la Tabla 4.12. Así pues, las casas de apuestas deportivas más populares son Bwin, Bet365, Sportium, Luckia, 888Sport, William Hill y Suertia, pues todos los individuos de la muestra afirmaron conocerlas. Sin embargo, el 100% de los encuestados sólo afirmó haber apostado, al menos, una vez en 4 de ellas: Bwin, Sportium, Luckia y 888Sport. Esto podría deberse a que cuentan con un mejor posicionamiento en motores de búsqueda o SEO. Si se introduce “apuestas deportivas online” en el buscador de Google, las casas de apuestas anteriormente mencionadas aparecen en las primeras posiciones, lo que incitaría jugar en esas páginas web.

⁹Únicamente podían contestar aquellos encuestados que hubiesen respondido “Sí” a la pregunta anterior. Podían señalarse varias respuestas.

Tabla 4.12. Posicionamiento de las casas de apuestas deportivas

	Notoriedad asistida		Se ha apostado al menos una vez	
	N.º	%	N.º	%
Bwin	6	100%	6	100%
Bet365	6	100%	5	83,30%
Sportium	6	100%	6	100%
Codere	5	83,30%	1	16,70%
Luckia	6	100%	6	100%
888Sport	6	100%	6	100%
Betsson	2	33,30%	1	16,70%
Betway	4	66,70%	1	16,70%
William Hill	6	100%	1	16,70%
Wanabet	1	16,70%	1	16,70%
Suertia	6	100%	1	16,70%
BetStars	2	33,30%	1	16,70%
Betfair	4	66,70%	2	33,30%
Starvegas	1	16,70%	1	16,70%
LeoVegas	1	16,70%	1	16,70%

Fuente: elaboración propia a partir de datos obtenidos en la encuesta

Sin embargo, para el caso de Bet365, a pesar de que una buena parte de los encuestados afirmó haber apostado ahí, al menos, una vez, no aparece ni siquiera en las primeras cinco páginas de Google cuando se introduce “apuestas deportivas online” en el buscador. Por lo tanto, el propio jugador tiene que buscarla específicamente, pudiéndose establecer cierto grado de fidelidad entre el consumidor y esta casa de apuestas. Esta relación entre el consumidor y la casa de apuestas puede deberse a la gran cantidad de recursos destinados a la publicidad. De acuerdo con lo afirmado por el entrevistado: “sí, bueno, no era... mmm... bueno yo te estoy hablando de que llevo sin jugar más de ocho años... llevo más de ocho años sin jugar a nada, pero cuando aquello pues siempre encontrabas en internet anuncios y demás que te saltaban, pero claro, no era la exageración que hay ahora, lo que hay en esta última época de televisión y todo esto que te bombardean por todos lados”.

Según el ranking de inversión publicitaria elaborado por Infoadex, Bet365 se encuentra en primer lugar con una inversión publicitaria que representa casi un tercio del total, cantidad repartida entre gasto publicitario en televisión y en internet.

Tabla 4.13. Ranking de inversión publicitaria de los operadores online en España (2019)

POSICIÓN	CASA DE APUESTAS	INVERSIÓN	% DEL TOTAL
1	BET365	11.412.469,74 €	31,39%
2	WILLIAM HILL	7.583.088,93 €	20,86%
3	888SPORT	4.745.098,85 €	13,05%
4	BETFAIR	3.744.090,65 €	10,30%
5	BWIN	3.555.122,79 €	9,78%
6	SPORTIUM	2.041.309,02 €	5,61%
7	MARCAAPUESTAS	1.887.554,53 €	5,19%
8	MARATHON BET	1.017.801,04 €	2,80%
9	SUERTIA	306.427,00 €	0,84%
10	BETSTARS	53.129,72 €	0,15%
11	INTERWETTEN	14.589,18 €	0,04%

Fuente: Infoadex

Por otra parte, puede afirmarse que, en vísperas de acontecimientos de tipo deportivo, como la Champions o La Liga, la frecuencia de juego y el gasto destinado a apuestas deportivas se ve influenciado. En este sentido, el 100% de la muestra estableció que, en este periodo de tiempo, tanto el gasto como la frecuencia se veían incrementados. Cabe destacar que algunas casas de apuestas son patrocinadoras de importantes equipos de fútbol, produciendo que los fanáticos que habitualmente realicen este tipo de apuestas incrementen la cuantía apostada y la asiduidad. Un ejemplo de esto es la casa de apuestas Codere como patrocinadora del Real Madrid Club de Fútbol.

Tabla 4.14. Efecto de los acontecimientos deportivos en el gasto y frecuencia de juego

	N.º	%
Sí, invertía más dinero	0	0%
Sí, jugaba con mayor frecuencia	0	0%
Sí, tanto el dinero invertido como la frecuencia con la que jugaba era mayor	6	100%
No, ni el gasto ni la frecuencia de gasto eran mayores	0	0%

Fuente: elaboración propia a partir de datos obtenidos en la encuesta

Finalmente, se preguntó si mientras eran simpatizantes de este tipo de actividad, tenían constancia de las consecuencias que podría provocar en todos los ámbitos. El 33,3%, 2 individuos, no supo contestar, mientras que el resto, el 66,7%, afirmó positivamente. En este sentido, se puso de relieve que la adicción al juego afecta gravemente a la vida del jugador en todos los ámbitos, como, por ejemplo, su situación económica y social. Conforme a lo planteado por el individuo entrevistado: “al principio era de los jugadores más clásicos, una quiniela o una primitiva a la semana con un amigo, pero esto me llevó a una espiral de juego... de arruinar mi vida económicamente y en casa fue... un problema bastante curioso”. De tal forma que, a pesar de que, en algunos casos, éste es consciente de los posibles efectos que provoca esta adicción, la relación de dependencia que se establece entre el juego y el jugador es tan fuerte que considera necesario jugar para sentirse bien. Según lo expuesto por el entrevistado: “...mmm... era consciente de que estaba haciendo mal, pero lo necesitaba”.

Tal y como se ha comentado anteriormente, el individuo comienza apostando pequeñas cantidades de dinero, pero, a medida que se incrementa el gasto y la frecuencia de juego, se alcanzan cantidades desorbitadas que desencadenarán grandes consecuencias económicas, como el incremento del nivel de endeudamiento y, a su vez, la ejecución de actos delictivos que ayuden a solventar estos daños económicos: “...yo tuve que reunificar todas mis deudas, después de mucho insistir al banco, y rehipotecarme porque mi deuda era de 30.000 euros, pero me tuve que rehipotecar en 96.000. En vez de pagarla

hipoteca que iba a acabar de pagar, más o menos, en 2017, pues estoy empeñado hasta el 2030”. Sin embargo, se puso de relieve que las consecuencias sociales producidas por la adicción al juego, como el deterioro de las relaciones familiares, son de mayor envergadura que las anteriores. De acuerdo con las palabras de nuestro entrevistado: “esto al final es lo de menos porque si trabajas (si no dejas de trabajar, que esa es otra) el problema económico se va solventando. Es mayor el problema emocional o social, la autoestima que no tienes, mmm... la falta de confianza de la gente, la pérdida de amistades, la pérdida de la familia en muchos casos... todo eso es lo que más le duele a un jugador compulsivo”.

Por otra parte, según datos de El País: *Tres de cada cuatro ludópatas vencen la adicción al juego*, sin embargo, a pesar de superar el proceso de rehabilitación, existe una probabilidad de recaída cuando el jugador considera el juego como una actividad de ocio: “mmm... pues... la enfermedad está ahí porque yo soy jugador, a mí me gustaría jugar, pero... no juego porque sé que no debo... sé que me llevó a un infierno que no era normal”.

A diferencia de los jugadores anteriores, aquellos que no han podido rehabilitarse se sienten incapaces de hacer frente a las consecuencias de esta adicción, llevándolos a tomar decisiones extremas. De acuerdo con lo afirmado por el entrevistado: “Tengo compañeros que van y vuelven porque no pueden parar de jugar, otros que se han suicidado por el juego, compañeros que están en la cárcel... o sea... el juego es una cosa malísima porque te lleva a cualquier sitio”.

Tabla 4.15. Conocimiento de las consecuencias de la adicción al juego

	N.º	%
Sí	4	66,7%
No	0	0%
NS/NC	2	33,3%
	6	100%

Fuente: elaboración propia a partir de datos obtenidos en la encuesta

CONCLUSIONES

Uno de los sectores españoles que más ha incrementado su presencia en los últimos años es la industria del juego. Su aportación al PIB en el año 2018 fue del 0,9% y la recaudación en impuestos proveniente de esta actividad, principalmente de las apuestas mutuas y el juego online, alcanzó los 216 millones de euros. Una de sus vertientes que más se ha desarrollado es el canal online, fomentando un incremento del gasto en marketing en los últimos años destinado principalmente a publicidad en los portales de juego online.

Dentro del sector del juego, las apuestas deportivas online han experimentado un notable crecimiento a lo largo de los últimos años. Esto ha permitido que, en el año 2019, las empresas oferentes de este servicio dedicasen un 27,3% de su margen de beneficio antes de impuestos a publicidad y patrocinio. Dichas ganancias se ven incrementadas en épocas de acontecimientos deportivos debido al aumento del gasto y la frecuencia de juego. En este sentido, los elementos publicitarios más efectivos en las apuestas deportivas online son el *exchange* y el *cash out* o repliegue de la apuesta antes de tiempo además de la publicidad en buscadores. La agresividad de estas políticas de marketing ha causado que en el año 2020 se plantee la necesidad de ejercer un mayor control sobre la publicidad de las apuestas deportivas a fin de evitar trastornos como la ludopatía.

Además de impulsar la economía nacional, la puesta en práctica de este tipo de actividades conlleva una serie de desórdenes sociales. Aquellos individuos que están en expuestos en mayor medida a este tipo de estímulos publicitarios cuentan con una mayor propensión a desarrollar ciertos trastornos como la adicción al juego o ludopatía. La introducción de internet en la mayoría de los ámbitos de la sociedad, y su uso a edades cada vez más tempranas, puede anticipar la aparición de este tipo de desórdenes. Así pues, en los últimos años se ha incrementado considerablemente el número de jugadores jóvenes, principalmente varones, que residen en áreas obreras municipales.

A pesar de que el juego es una actividad aceptada y legalizada socialmente, se ha establecido una correlación entre el perfil del consumidor patológico de sustancias y el del ludópata. Éste último se caracteriza por tener altas tasas de

alcoholismo, así como otros desórdenes comórbidos y una importante relación de dependencia con el juego que puede ocasionar importantes consecuencias económicas y sociales.

Por lo tanto, en una sociedad donde las nuevas tecnologías están cada vez más presentes, las empresas han de instaurar políticas de marketing más innovadoras a fin de abarcar un mayor público objetivo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABC (2020): “El 40% de las casas de apuestas de Madrid incumplen la distancia con colegios que plantea la Asamblea”. Disponible en: https://www.abc.es/espana/madrid/abci-40-por-ciento-casas-apuestas-madrid-incumple-distancia-colegios-plantea-asamblea_202003030131_noticia.htm [Consulta: 16 de junio de 2020]

El País (2005): “Tres de cada cuatro jugadores vencen la adicción al juego”. Disponible en: https://elpais.com/diario/2005/01/25/salud/1106607606_850215.html [Consulta: 17 de junio de 2020].

Arias Horcajadas, F., Barreiro Sorribas, C., Berdullas Barreiro, J., Iraurgi Castillo, I., Llorente del Pozo, J.M., López Durán, A., Madoz Gúrpide, A., Martínez González, J.M., Ochoa Mangado, E., Palau Muñoz, C., Palomares Martínez, Á., Villanueva Blasco, V.J. (2010): “Manual de adicciones para psicólogos especialistas en psicología clínica en formación”. Disponible en: <http://www.fundacioncsz.org/ArchivosPublicaciones/270.pdf> [Consulta: 25 de marzo de 2020].

Asociación Española de Empresarios de Salones de Juego y Recreativos. (2018): “Realidad del sector del juego en España”. Disponible en: <https://www.anesar.com/wp-content/uploads/2018/12/Cejuego-CONGRESO-ANESAR-2018.pdf>. [Consulta: 25 de marzo de 2020].

Asociación Europer (2020): “Éste es el ranking de inversión publicitaria de los operadores online en España”. Disponible en: <https://europer.net/actualidad/noticias/este-ranking-inversion-publicitaria-los-operadores-online-espana/> [Consulta: 16 de junio de 2020].

Asociación terapéutica del juego (2012): “Consecuencias de la adicción al juego”. Disponible en: <http://atej.org/wp/consecuencias-de-la-adiccion-al-juego/> [Consulta: 31 de marzo de 2020].

Cameo, S. y López del Hoyo, Y. (2012). *Perfil del ludópata y consecuencias a nivel sociofamiliar, económico y laboral de los afectados de la asociación AZAJER*. Zaragoza, España: Universidad de Zaragoza, Facultad de Ciencias Sociales y del Trabajo.

Custer, R.L. (1984): «Profile of the pathological gambler», *Journal of Clinical Psychiatry*, 45, pp. 35-38.

Dirección General de Ordenación del Juego. (2018): “Análisis del perfil del jugador online”. Disponible en: <https://www.ordenacionjuego.es/es/informe-jugador-online>. [Consulta: 28 de marzo de 2020].

Echeburúa, E. y Corral, P. (2010): “Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto”, *Adicciones*, 2, pp. 91-96.

El Diario (2019): “Los préstamos rápidos, el negocio al alza que consume a los ludópatas desesperados”. Disponible en: https://www.eldiario.es/economia/prestamos-rapidos-negocio-ludopatas-desesperados_0_948405953.html [Consulta: 16 de junio de 2020]

El Economista (s.f.): “Ranking de empresas del sector Actividades de juegos de azar y apuestas”. Disponible en: <https://ranking-empresas.eleconomista.es/sector-9200.html> [Consulta: 8 de mayo de 2020].

El Español (2019): “El juego, desbocado: los españoles apuestan más, gastan más y la publicidad se dispara”. Disponible en: https://www.elespanol.com/invertia/empresas/20191008/juego-desbocado-espanoles-apuestan-gastan-publicidad-dispara/434957044_0.html [Consulta: 14 de abril de 2020].

El Ideal Gallego (2020): “Cambios en el marco legal que regula el sector de las apuestas online”. Disponible en: <https://www.elidealgallego.com/articulo/comunicados/cambios-marco-legal-regula-sector-apuestas-online/20200121105702426157.html> [Consulta: 26 de marzo de 2020].

España. Ley 13/2011 de 27 de mayo de Regulación Del Juego. *Boletín Oficial del Estado*, de 28 de mayo de 2011 (127), 52976-53022.

Europa Digital (2020): “La publicidad en el sector del juego online sufrirá cambios en 2020”. Disponible en: <https://europadigital.es/economia/cambios-publicidad-sector-juego-online/> [Consulta: 12 de abril de 2020].

Europa Press (2020): “El sector del juego online en España mueve más de 747 millones de euros en 2019”. Disponible en: <https://www.europapress.es/sociedad/noticia-sector-juego-online-espana-mueve-mas-747-millones-euros-2019-695-mas-20200504184649.html> [Consulta: 7 de mayo de 2020].

Federación Española de Jugadores de Azar Rehabilitados (2015): “Ludopatía”. Disponible en: <https://fejar.org/ludopatia/> [Consulta: 25 de marzo de 2020].

Fernández García, T., de Lorezo, R. y Vázquez, O. (2012). *Diccionario de trabajo social*. Editorial Alianza, Madrid.

Fernández Montalvo, J., Echeburúa E. (2000). *Manual práctico del juego patológico: ayuda para el paciente y guía para el terapeuta*. Editorial Pirámide, Madrid.

Gómez Yáñez, J.A. y Lalanda Fernández, C. (2018): “Anuario del juego en España 2018”. Instituto de Política y Gobernanza de la Universidad Carlos III de Madrid y Grupo Codere. Disponible en: <https://www.azarplus.com/wp-content/uploads/2018/10/Anuario-Juego-Espan%CC%83a-2018-online.pdf>. [Consulta: 25 de marzo de 2020].

Gómez Yáñez, J.A. y Lalanda Fernández, C. (2019): “Anuario del juego en España 2019”. Instituto de Política y Gobernanza de la Universidad Carlos III de Madrid y Consejo Empresarial del Juego. Disponible en: <http://www.cejuego.com/publicaciones/files/Anuario%20del%20Juego%20en%20Espa%C3%B1a%202019%20-%20Cifras%20y%20datos%20socio-econ%C3%B3micos.pdf> [Consulta: 25 de marzo de 2020].

González, A. (1989). *Juego patológico: una nueva adicción*. Editorial Tibidabo, Madrid.

Gray, H.M., LaPlante, D.A. y Shaffer, H.J. (2012): “Behavioral characteristics of Internet gamblers who trigger corporate responsible gambling interventions”.

Psychology of Addictive Behaviors: Journal of the Society Of Psychologists in Addictive Behaviors, 3, pp. 527-535.

Griffiths, M. y Auer, M. (2013): "The irrelevancy of game-type in the acquisition, development and maintenance of problem gambling". *Frontiers in Psychology*, 3, pp. 621.

Hanss, D., Mentzoni, R.A., Griffiths, M.D., y Pallesen, S. (2015): "The impact of gambling advertising: problem gamblers report stronger impacts on involvement, knowledge and awareness than recreational gamblers". *Psychology of Addictive Behaviors*, 2, pp. 483-491.

Hing, N., Lamont, M., Vitartas, P. y Fink, E. (2015a): "Sports bettors responses to sports-embedded gambling promotions: implications for compulsive consumption". *Journal of Business Research*, 0, pp. 2057-2066.

Hing, N., Lamont, M., Vitartas, P. y Fink, E. (2015b): "Sports-embedded gambling promotions: a study of exposure, sports betting intention and problem gambling amongst adults". *International Journal of Mental Health and Addiction*, 1, pp. 115-135.

Hing, N., Vitartas, P. y Lamont, M. (2013): "Gambling sponsorship of sport: an exploratory study of links with gambling attitudes and intentions". *International Gambling Studies*, 3, pp. 281-301.

La Razón (2018): "El modelo español de legislación sobre el juego online". Disponible en: <https://www.larazon.es/tecnologia/el-modelo-espanol-de-legislacion-sobre-el-juego-online-BG20624410/>. [Consulta: 26 de marzo de 2020].

La Vanguardia (2017): "Las apuestas online son la segunda causa de tratamiento por adicción al juego". Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/vida/20160624/402720892307/apuestas-on-line-adiccion-juego.htm> [Consulta: 16 de junio de 2020].

La Vanguardia (2020): “Así ha cambiado el salario en España los últimos años”. Disponible en:

<https://www.lavanguardia.com/economia/20200123/473090819346/salario-minimo-smi-espana-evolucion-subida-950-euros-cambios-gobierno.html>

[Consulta: 6 de junio de 2020].

Labrador, F.J. y Becoña, E. (1994). *Juego patológico: aspectos epidemiológicos y teorías explicativas*. Editorial Debate, Madrid.

Lorains, F.K., Cowlshaw, S., Thomas, S.A. (2011): “Prevalence of comorbid disorders in problema and pathological gambling: systematic review and meta-analysis of population surveys”. Disponible en:

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1360-0443.2010.03300.x>

[Consulta: 2 de abril de 2020].

Luckia (2019): “Cómo ganar apuestas fáciles”. Disponible en: <https://www.luckia.es/blog/como-ganar-apuestas-faciles/> [Consulta: 16 de junio de 2020].

Parrondo Carretero, M.J. (1994): “La ludopatía: una enfermedad social”. *Revista de trabajo y acción social*, 2, pp. 7-19.

Robert Segarra, A., Mora Sanz, A., Pascual Mateos, J.C. y Pérez de los Cobos Peris, J. (2010): “Juego patológico y comorbilidad con otros trastornos mentales: Revisión de la literatura y perfil de una muestra de jugadores españoles”. *Anuario de investigación en Adicciones*, 1, pp. 7-13.

RTVE (2017): “Más del 88% de los niños de 10 años usa ordenadores y accede a internet”. Disponible en: <https://www.rtve.es/noticias/20171005/mas-del-88-ninos-10-anos-usa-ordenadores-accede-internet/1626076.shtml> [Consulta: 5 de junio 2020]

Salaberría Irizar, K., Báez, K., Fernández Montalvo, J. (1998): “El juego patológico: un problema social”. *Revista de servicios sociales*, 33, pp 15-24.

Santos Casado, J.A. (2008): “Manual de intervención en juego patológico”. Disponible en: <http://www.drogasextremadura.com/archivos/manual.pdf> [Consulta: 30 de marzo de 2020].

ANEXOS

PREGUNTAS DEL CUESTIONARIO

1. Aproximadamente, ¿A qué edad comenzó a realizar apuestas de tipo deportivo?
2. ¿Cuáles de los siguientes motivos le impulsaban a realizarlas?¹⁰
3. Indique, de forma aproximada, el gasto semanal que dedicaba al juego
4. ¿Con cuánta frecuencia realizaba las apuestas?
5. ¿De qué forma las realizaba?
6. Normalmente, ¿realizaba las apuestas desde la misma página web, aplicación móvil o salón de juego?
7. ¿Qué le motivaba a ello?¹¹
8. ¿Contaba con cuenta personal en la página web o aplicación móvil de las casas de apuestas anteriormente mencionadas?
9. Indique cuáles de las siguientes casas de apuestas deportivas conoce
10. ¿En cuáles de las siguientes casas de apuestas deportivas apostó, al menos, una vez?
11. En vísperas de Champions, Liga u otro acontecimiento deportivo, ¿el dinero que invertía en las apuestas y la frecuencia con la que jugaba era mayor?
12. ¿Consideraba que la realización de apuestas de forma frecuente podría provocar consecuencias graves?
13. ¿Cuál es su edad actual?
14. Por favor, indique su sexo
15. ¿Cuál es su nivel máximo de estudios?
16. Por favor, indique su situación laboral actual

¹⁰ El encuestado podía señalar más de una respuesta.

¹¹ Únicamente podían contestar aquellos encuestados que hubiesen respondido “Sí” a la pregunta anterior. Podían señalarse varias respuestas.

TRANSCRIPCIÓN DE LA ENTREVISTA

SI TE PARECE BIEN, ANTES DE EMPEZAR CON LA ENTREVISTA, ME PRESENTO. SOY MARÍA HERNÁNDEZ VILLARRUBIA, ALUMNA DE CUARTO CURSO DEL GRADO DE MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS POR LA UNIVERSIDAD DE VALLADOLID.

COMO TE COMENTÉ, CON ESTA ENTREVISTA SE BUSCA OBTENER INFORMACIÓN ACERCA DEL HÁBITO DE CONSUMO DEL JUEGO ONLINE. DESPUÉS SE TRANSCRIBIRÁ PARA PODER ELABORAR MI TRABAJO DE FIN DE GRADO. ASÍ QUE, SI TE PARECE, COMENZAMOS.

H: Claro, cuando quieras. Tú dirás.

PUES BIEN... ¿HACE CUÁNTO COMENZASTE Y DE QUÉ FORMA?

H: Vale, verás... llevo ocho años en Jugadores Anónimos y, principalmente, cuando empecé jugaba más que nada por internet, o sea que, ya sé de qué hablo también. Había mucha gente con problemas debido a las máquinas tragaperras y demás, pero vamos, yo fui de los pocos que llegó con problemas de juego por internet.

H: Mi experiencia fue esa... mmm... empiezas a jugar poco a poco con pequeñas cantidades, 5 euros, 10 euros... la historia de siempre. El problema es que te toque porque en cuanto te toca algo es como: "esto es muy fácil, es una maravilla...". Las apuestas fueron incrementándose, fueron incrementándose... y la historia es esa: llega un momento en el que tu cabeza hace un "click" un poco raro... la verdad esta es una de las pocas cosas que tengo claras. Y nada, pues eso, lo único que tengo claro es que la cabeza llega un momento en el que hace una historia ahí un poco rara y... no te das cuenta de la realidad, no te das cuenta de dónde te estás metiendo... las apuestas se incrementan... empiezas a gastar de tarjetas de crédito, a empeñarte, a pedir dinero para tener dinero para jugar... no para otra cosa. Te da igual todo. Al principio era de los jugadores más clásicos, una quiniela o una primitiva a la semana con un amigo, pero esto me llevó a una espiral de juego... de arruinar mi vida económicamente y en casa fue... un problema bastante curioso.

¿HUBO ALGÚN DESENCADENANTE QUE HICIESE QUE EMPEZASES A JUGAR?

H: Mmmm... yo en aquel momento... Yo estoy casado... no tenía hijos en aquel momento, estaba de baja y... fue eso, el aburrimiento. Me senté un día en el ordenador y... bueno, yo había visto muchas veces eso, que entras en cualquier sitio y te salpican con propaganda por todos lados. Yo lo había visto más de una vez, pero nunca me había dado por ahí, pero un día me dio por entrar. En ese momento pues no era por ganar dinero, era por evadirme un poco, el aburrimiento básicamente. Estaba metido en casa todo el día por la baja, mi mujer se iba a trabajar por las tardes y... me quedaba solo y... empecé a jugar por eso, un entretenimiento.

ENTONCES ¿LA PUBLICIDAD QUE RECIBÍAS TE INCITABA?

H: Si, bueno, no era... mmm... bueno yo te estoy hablando de que llevo sin jugar más de ocho años... llevo más de ocho años sin jugar a nada, pero cuando aquello pues siempre encontrabas en internet anuncios y demás que te saltaban, pero claro, no era la exageración que hay ahora, lo que hay en esta última época de televisión y todo esto que te bombardean por todos lados. Pero... yo ya te digo, lo había visto muchas veces, pero no me había dado por ahí, pero ese día entré, me entretuve un rato, gasté y... no sé.

¿TE ACUERDAS, APROXIMADAMENTE, DE CUÁNTO GASTABAS?

H: Pues, la primera apuesta fue de... 10 euros y no me tocó nada. Y dices: "bueno, 10 euros no te llevan a nada", pero al día siguiente o a los tres días, no lo sé... pero luego fue una constante. Algunos días estaba deseando de que mi mujer se fuese a trabajar para ponerme en el ordenador y ahí me tiraba horas y horas perdidas... hasta gastarme todo lo que tenía. Ya te digo, me gasté mucho dinero, mucho. Yo... mi deuda de juego fueron unos 30.000 euros con tarjetas de crédito, créditos... Tampoco había tantos créditos rápidos, pero había pues eso, el clásico de Cofidis, el clásico de... la tarjeta de Citybank, el crédito de Carrefour... todo eso lo fundí, aparte de dos tarjetas VISA, una mía y otra de mi mujer y... luego... todo el dinero que había en las cuentas.

ENTONCES, AL IGUAL QUE EL GASTO SE INCREMENTABA, ¿LA FRECUENCIA CON LA QUE JUGABAS TAMBIÉN LO HACÍA?

H: Sí, sí, sí, sí. Era a diario. O sea, yo después de estar de baja y volver a trabajar... yo trabajaba siempre de mañana y mi afán era eso, mi cabeza solo estaba pensando en que llegase la hora en que mi mujer se fuese a trabajar. Yo jugaba diariamente, todos los días, mientras tenía dinero. Todos. O sea, me pude tirar mucho tiempo jugando de seguido, sin parar. No era dejarlo o un día o dos, y si llegaba mitad de mes o fin que ya no tenía dinero, ahí sí que tenía que parar porque tenía que esperar a cobrar o lo que fuese o a ver cómo conseguía dinero para jugar. Era... o sea, llega un momento en el que te da exactamente todo igual. Te da igual no pagar la luz, te da igual no pagar el teléfono, te da igual que no haya dinero en la cuenta... te da igual todo. A mí... por la experiencia que tenemos en Jugadores Anónimos, que somos todos jugadores, mmm... es un patrón de todos. Llega un momento en el que te da exactamente igual todo. O sea... y luego pides dinero a quien sea, a amistades, mmm... si no tienes para pedir un crédito y no te lo dan, buscas algo... siempre con mentiras. La mentira es otra constante en la vida de un jugador porque... es que... pides unas cosas que no son normales. Por eso, nosotros tenemos claro que es una enfermedad mental, o sea... según la Organización Mundial de la Salud, la ludopatía es una enfermedad mental. Entonces... yo creo que esa es una de las pocas cosas que tengo claras: que mi cabeza no funcionaba porque yo era una persona que nunca había hecho nada de eso y... algo pasó en mi cabeza que... tal. ¿Cómo empezó exactamente? No te podría decir, no lo sé. O sea, en el momento que hizo un "click" mi cabeza... no lo sé.

Y... ¿CUÁNDO SUPISTE QUE TE ESTABAS RECUPERANDO?

H: Mmm... pues... la enfermedad está ahí porque yo soy jugador, a mí me gustaría jugar, pero... no juego porque sé que no debo... sé que me llevó a un infierno que no era normal, pero si... no sé... no juego porque ahora mismo no puedo... porque no quiero empezar a jugar otra vez. Pero, yo sé que, si algún día decido jugar, decido hacer una apuesta o algo, mi cabeza va a volver otra vez porque, me gusta. Me gusta. No lo echo en falta, pero me gusta. Me gusta jugar.

ENTONCES, POR MUCHO TIEMPO QUE PASE Y PIENSES QUE ESTÁS REHABILITADO, QUIZÁ ESTE PROBLEMA ESTÉ SIEMPRE AHÍ

H: Es que es así y... una persona con compulsividad... yo soy compulsivo, para muchas cosas, para muchas, pero no me lleva a donde me llevó el juego, está claro, pero... el juego es...no sé, la verdad, es que no sabría decirte...pero sé que si juego... me engancha otra vez, seguro, segurísimo, porque me gusta. Al principio, yo cuando llegué a Jugadores Anónimos sólo tenía un problema económico porque no tenía dinero para jugar, ese era el problema. Me había pillado mi mujer, me había montado un cirio, me había echado de casa... estuve tres días durmiendo en el coche... cuando ella se iba volvía a entrar en casa... y llegué a eso. Y bueno, con el tiempo... mmm...te das cuenta de que tu vida era un caos total, o sea, tenía que ir a trabajar porque no podía quedarme en casa, pero si hubiese podido buscar alguna historia más... la habría buscado para no ir a trabajar. Pero bueno, no sé... es una cosa que no me he tratado, no necesité ir a un psiquiatra. Tengo compañeros que sí que han ido... pero la mayoría de los psiquiatras y de los psicólogos... mmm... nos mandan gente porque ellos no tienen la clave tampoco. O sea, nosotros damos charlas a psiquiatras y psicólogos porque no tienen la clave. La ludopatía no tiene una pastilla con la que se te vaya a quitar o que te vaya a quitar las ganas de jugar...no, no. Tengo compañeros que van y vuelven porque no pueden parar de jugar, otros que se han suicidado por el juego, compañeros que están en la cárcel... o sea... el juego es una cosa malísima porque te lleva a cualquier sitio.

SÍ, ESTÁ CLARO QUE ES UNA ADICCIÓN QUE HAY QUE CONTROLAR CUANTO ANTES. ¿QUÉ JUEGOS HICIERON QUE TE ENGANCHASES?

H: Pues... yo jugaba a apuestas deportivas, aunque, ya te digo, no había muchas. Jugaba, pues...a los galgos, apostaba a los pocos partidos que entonces había y se podía... apostaba también al póker, a las máquinas tragaperras... todo. Lo mío... era todo online, no iba a un bar a jugar a una máquina tragaperras porque no había jugado así nunca... a la quiniela y la primitiva no jugaba compulsivamente porque no me divertía. Yo jugaba por diversión. Entonces, yo necesitaba una adrenalina, sentarme delante del ordenador y necesitaba algo que... que me subiese la adrenalina para estar

eufórico. Me podría haber dado por la bebida o por las drogas, pero me dio por el juego. Y... era eso, yo solo necesitaba ver en la pantalla el "Uy, casi me toca". Me podían tocar 500 euros y me daba igual gastármelos y empeñarme en otros 500 míos. Era la cosa esa, necesitaba algo. Y ya te digo, jugaba a eso, a lo que te acabo de decir... a cualquier cosa que fuese algo que ... Yo al póker no había jugado en la vida ... sólo necesitas jugar a algo. Yo necesitaba jugar a algo que me subiese... las ganas de algo, no sé.

ENTRAS EN UN BUCLE QUE CADA VEZ SE HACE MÁS GRANDE Y A SABER QUÉ TIPO DE CONSECUENCIAS PUEDE TENER.

H: Pues ya te he dicho, me empeñé en 30.000 euros. Al final, por ejemplo, las consecuencias económicas, si lo pensamos, es lo de menos porque al final eso se puede solventar. Son más las consecuencias emocionales que provoca, el problema con tu familia, con tus amistades porque las pierdes, el deber dinero a mucha gente y no saber cómo se lo vas a devolver... El problema económico es gordo. Yo, ya te digo, me empeñé en 30.000 euros. Hay gente que no se empeña y se da cuenta de que tiene un problema, otros se empeñan en más, otros pierden la casa... En mi caso, el problema económico fue gordo, pero bueno, con el tiempo eso es lo de menos porque al final lo vas pagando... mmm... buscas ayuda...yo tuve que reunificar todas mis deudas, después de mucho insistir al banco, y rehipotecarme porque mi deuda era de 30.000 euros, pero me tuve que rehipotecar en 96.000. En vez de pagar la hipoteca que iba a acabar de pagar, más o menos, en 2017, pues estoy empeñado hasta el 2030. Esto al final es lo de menos porque si trabajas (si no dejas de trabajar, que esa es otra) el problema económico se va solventando. Es mayor el problema emocional o social, la autoestima que no tienes, mmm... la falta de confianza de la gente, la pérdida de amistades, la pérdida de la familia en muchos casos... todo eso es lo que más le duele a un jugador compulsivo.

H: El tema social es lo que más... tienen una imagen de ti y de buenas a primeras la pierden. Te ven venir y dicen: "Viene éste, ya viene a pedirme algo" porque no es la primera vez que se lo pides porque siempre vas con mentiras. La primera vez cuela, la segunda puede que también pero ya a la tercera dicen: "Aquí hay algo raro". Yo sé por amistades, que me lo han dicho... y, por ejemplo, en mi

familia pensaban... mmm... porque yo le pedí dinero a un cuñado y tal y se pensaban que tenía una segunda familia o una “querida”, ¿me entiendes? Son cosas que... algo ven... pero siempre te dicen: “Lo que menos pensaba que era es que fuese el juego”. Nadie piensa eso en ese momento porque la gente no lo ve. De cara al público, un drogadicto... pues la gente lo tiene como si fuese una cosa “normal”, pero el juego lo ven de otra manera, se creen que eres un vicioso, que es vicio lo que tienes... que no tienes más que eso, un vicio. En verdad, es lo mismo, es una adicción al igual que cualquier otra, pero a la gente le cuesta más entender eso, que el juego es un problema, una enfermedad.

¿PIENSAS QUE ES UN PROBLEMA QUE ESTÁ MAL VISTO POR LA SOCIEDAD O QUE NO TERMINA DE ACEPTAR?

H: Es que, como el alcohol y las drogas es una cosa que se ha visto “siempre”, pues como que está más aceptado. Además, es que lo nuestro es diferente porque a un alcohólico o a un drogadicto se le ve físicamente un deterioro, pero a nosotros no. Nosotros llevamos la enfermedad “escondida” porque no se nos ve. Yo puedo estar en... una reunión de... Navidad con toda la familia y estar contento y feliz y no se me nota nada. Lo llamamos la “enfermedad escondida” por eso. Hubo una vez en que yo estaba con una comida con la familia y estaban todos riéndose y demás y yo estaba como: “si vosotros supierais dónde estoy metido... os tirabais por la ventana”, ¿sabes? La gente... pues eso, tiene más asimilado el alcoholismo y la drogadicción, por ejemplo. A mí me han llegado a llamar vicioso, incluso gente que conocía. Me decían: “Tú lo que tienes es vicio” y yo contestaba: “Yo no tengo vicio, lo que tengo es una enfermedad”. Yo, de las pocas cosas que tengo claras en Jugadores Anónimos es que, que tiene muchas historias que no entiendo después de ocho años y estar en la oficina nacional... Tiene una imagen sectaria o la había al principio. Yo también pensé que era un secta y pensaba: “Yo aquí no aguanto”, porque soy una persona agnóstica, pero oyes mucho la palabra “superior”, “espiritualidad” ... y yo no soy para nada una persona espiritual. No soy creyente, no soy... nada. Sin embargo, entonces, te das cuenta con el tiempo de que no es así, desde fuera se ve como una imagen de secta. A mí nadie me ha dicho nunca que no puedo estar allí porque no creo en nada, pero claro, eso hay que entenderlo desde dentro. Así que me quedé pensando en que me iba a echar o algo, y claro, pues ya tenía una excusa para

no volver. Fui obligado al principio porque me obligó mi familia a ir. Allí no te echan, no tienes que cumplir ningún requisito. El único requisito que hay es que quieras dejar de jugar, no hay más. Con intentar o querer dejar de jugar ya está, aunque vuelvas a jugar no echamos a nadie, ¿me entiendes? Nosotros no tenemos un moderador que intervenga, porque somos todos lo mismo, tenemos el mismo problema. Nadie te juzga ni tiene por qué saber cómo te llamas, y esto fue lo que a mí me enganchó para seguir yendo y a seguir allí porque me funcionó y sé que le funciona a mucha gente

¿EN ALGÚN MOMENTO FUISTE CONSCIENTE DE LO QUE LA ADICCIÓN AL JUEGO PODRÍA PROVOCAR EN TU VIDA, O ÚNICAMENTE, PENSABAS EN JUGAR?

H: No, no, o sea, yo lo primero que hacía por las mañanas era mirar el buzón por si tenía alguna carta de embargo, alguna carta de reclamación de dinero... era lo primero que hacía. Mmm... era consciente de que estaba haciendo mal, pero lo necesitaba. Es como el que roba por robar, me imagino, no lo sé. A mí me daba igual, o sea, yo sabía que... todo iba mal y que me estaba metiendo en un lío que cada vez se hacía más grande, pero pensaba: "Bah, mañana será otro día". Mañana juego e igual me toca algo y puedo pagar a alguien". Solía pedir 100 euros a una persona, que pasasen unos días y decirle que ya se lo iba a devolver, ir a otra y pedirle esos 100 euros para devolvérselos a esa persona, jugar, y en vez de deber 100 euros debía 200 y a dos personas diferentes. En cuanto tienes dinero en la mano, o la tarjeta, te olvidas de todo y solo tienes el afán de jugar.

COMO "EXJUGADOR", ¿QUÉ OPINAS DE QUE LAS APUESTAS DEPORTIVAS HAYAN AUMENTADO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS?

H: El problema de las apuestas deportivas... yo ya no creo que sea la publicidad. A ver, yo creo que debería de haber una regulación más estricta porque... yo he dado charlas en institutos de chicos menores de 18 años y van a esos sitios a jugar. El tema es que debería de haber un control... más exhaustivo. No puede ser que pongan estos sitios al lado de colegios, por lo que deberían de hacer algo para que estos chicos no entrasen, está claro. Yo... ya te digo, he dado charlas en institutos... y... entran chicos menores de edad. Es muy necesario

que lo regulen más porque entran chicos jóvenes que ven dinero fácil y... no es así. También pienso que esto es un “boom”, como todo, y que con el tiempo pasará.

OJALÁ Y SEA VERDAD, PORQUE ESTÁ CLARO QUE LA ADICCIÓN AL JUEGO ES UN PROBLEMA GRAVE Y QUE LOS JUGADORES SON CADA VEZ MÁS JÓVENES. MUCHAS GRACIAS POR COLABORAR Y COMPARTIR TU EXPERIENCIA Y PUNTOS DE VISTA COMO EXJUGADOR.