



Universidad de Valladolid

Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación.

TRABAJO DE FIN DE GRADO

La juventud, ¿juega o se la juega?

Alumno: Álvaro de la Fuente Gómez

Tutor: Manuel Montañés Serrano

GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO ACADÉMICO: 2022-2023

Segovia, 11 de Junio de 2023



Universidad de Valladolid

Índice

1. Introducción	5
2. Justificación	7
3. Objetivos y Metodología	8
4. Marco teórico	9
4.1. Origen, evolución y aceptación social de juego	12
4.2. El mercado de las apuestas deportivas	20
4.2.1. Las cifras	23
4.3. El marketing en las apuestas deportivas	28
4.3.1. Inversión en marketing en el sector de las apuestas deportivas	29
4.3.2. Estrategias de marketing	31
4.3.2.1. La publicidad	32
4.3.2.2. Los bonos promocionales	36
4.3.2.3. La afiliación	38
4.3.2.4. El patrocinio	40
5. Una adicción sin sustancias: la ludopatía	41
5.1. La ludopatía	41
5.2. Tipos de jugadores	45
5.3. Consecuencias de la ludopatía	48
6. Los jóvenes y las apuestas: ¿juegan o se la juegan?	49
6.1. ¿Por qué juegan los jóvenes?	51
6.2. Factores que predisponen al juego patológico en los jóvenes	53
6.3. Los jóvenes relatan la peor apuesta de sus vidas	55
7. Prevenir, mejor que curar	59
8. Conclusión: es el momento de reflexionar	63
9. Bibliografía	65

SIGLAS

AEAT	Agencia Estatal de la Administración Tributaria
AJULER	Asociación de Ludópatas Jiennenses en Rehabilitación
ALUJER	Asociación de Ludópatas Jienenses en Rehabilitación
AMA	American Marketing Association
APA	American Psychological Association
ASAJER	Asociación Alavesa de Jugadores en Rehabilitación.
CdE	Consejo de Europa
CEJUEGO	Consejo Empresarial del Juego
CIE	Clasificación Internacional de Enfermedades
CPA	Coste por Adquisición
CVP	Ciclo de Venta de un Producto
DOGJ	Dirección General de Ordenación del Juego
DSM	Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales
EAJA	Entidad Autónoma de Juegos y Apuestas (EAJA).
FAD	Federación de Ayuda a la Drogodependencia
FEJAR	Federación Española de Jugadores de Azar Rehabilitados
INE	Instituto Nacional de Estadística
INJUVE	Instituto de la Juventud
NNTT	Nuevas Tecnologías.
OMS	Organización Mundial de la Salud
ONCE	Organización Nacional de Ciegos Españoles
PNSD	Plan Nacional sobre Drogas
RAE	Real Academia Española
RRSS	Redes Sociales
RSC	Responsabilidad Social Corporativa
SEO	Search Engine Optimización
SMA	Sponsorship Marketing Association

Resumen

La finalidad de este TFG es dar visibilidad al problema de la adicción a las apuestas online, que afecta especialmente a la juventud.

Según diversos estudios e informes, se ha observado un incremento significativo de la participación de los jóvenes en apuestas deportivas y juegos de azar en línea, el cual se ha visto impulsado por la facilidad de acceso y la disponibilidad de plataformas de apuestas en Internet, así como por las agresivas estrategias de publicidad y marketing que intentan mostrar el juego como una actividad más de entretenimiento, inocua y exenta de riesgo, cuando en realidad no lo es.

El objetivo general de esta investigación es conocer la ludopatía de la juventud relacionada con las apuestas deportivas. A tal fin, se han articulado una serie de objetivos específicos para contextualizar esta problemática como son: conocer el origen y evolución de las apuestas deportivas, análisis del mercado del juego como unidad de negocio, así como de sus estrategias de marketing y publicidad, conocimiento de los criterios diagnósticos de la ludopatía y estudio de la adicción de las apuestas en los jóvenes.

La vulnerabilidad de los jóvenes dada su inexperiencia y su escaso conocimiento de los riesgos asociados al juego, hace que muchos de ellos, llevados por la posibilidad de ganar dinero rápido, apostando poco, acaben atrapados en un bucle que les lleva a jugar de forma compulsiva sin atisbar el peligro. Pensar en el juego como una forma más de ocio, es un error de graves consecuencias como así ponen de manifiesto los testimonios de jóvenes adictos recogidos en este trabajo.

La consulta documental y bibliográfica de diferentes estudios y textos, así como el estudio de datos cuantitativos relacionados con este tema, han permitido recopilar la información necesaria para sustentar el contenido de este trabajo, justificar su realización y llegar a la siguiente conclusión: la adicción a las apuestas online de los jóvenes y adolescentes se ha convertido en un problema creciente y preocupante en nuestra sociedad que requiere de la acción concertada de todos los actores implicados.

La educación, la concienciación colectiva y la implementación de políticas efectivas son fundamentales para abordar esta problemática y proteger a los jóvenes de los efectos perjudiciales de la adicción a las apuestas.

Palabras clave: apuestas deportivas; juego online; juventud; ludopatía; publicidad.

Abstract:

The aim of this dissertation is to give visibility to the problem of online gambling addiction, which particularly affects young people.

According to several studies and reports, there has been a significant increase in the participation of young people in online sports betting and gambling, which has been driven by the ease of access and availability of online gambling platforms, as well as by aggressive advertising and marketing strategies that try to show gambling as just another entertainment activity, harmless and risk-free, when in fact it is not.

The general objective of this research is to find out about gambling addiction among young people related to sports betting. To this end, a series of specific objectives have been articulated to contextualise this problem, such as: understanding the origin and evolution of sports betting, analysis of the gambling market as a business unit, as well as its marketing and advertising strategies, knowledge of the diagnostic criteria of pathological gambling and study of gambling addiction in young people.

The vulnerability of young people, given their inexperience and their lack of knowledge of the risks associated with gambling, means that many of them, driven by the possibility of making quick money by gambling little, end up trapped in a loop that leads them to gamble compulsively without seeing the danger. Thinking of gambling as just another form of leisure is a mistake with serious consequences, as shown by the testimonies of young addicts collected in this study.

Documentary and bibliographic consultation of different studies and texts, as well as the study of quantitative data related to this topic, have allowed us to compile the necessary information to support the content of this work, justify its execution and reach the following conclusion: addiction to online gambling among young people and adolescents has become a growing and worrying problem in our society that requires concerted action by all the actors involved.

Education, collective awareness and the implementation of effective policies are fundamental to tackle this problem and protect young people from the harmful effects of gambling addiction.

Keywords: sports betting; online gambling; youth; pathological gambling; advertising.

1. Introducción

En un mundo digitalizado como en el que vivimos, las nuevas tecnologías han revolucionado el mundo del juego online, ofreciendo todo un abanico de posibilidades al alcance de la mano, sobre todo, para una juventud altamente digitalizada que busca la posibilidad de obtener algún que otro beneficio económico.

El mercado de las apuestas deportivas se ha convertido en un lucrativo negocio para el Estado y, sobre todo, para plataformas y operadores que han sabido aprovechar de forma perversa esa vinculación emocional de una gran parte de la población más joven con los eventos deportivos para mostrar el juego como una forma de entretenimiento, cuando en realidad, no lo es.

La adicción a las apuestas online se ha convertido en una preocupación creciente en los últimos años, especialmente entre los jóvenes. La normalización de esta mal conceptuada forma de ocio, ha llevado a un incremento inquietante de casos de ludopatía en este grupo poblacional, que es necesario dar a conocer para sensibilizar al conjunto de la sociedad sobre los peligros que entraña el juego compulsivo.

La finalidad de este estudio es dar visibilidad a ese problema real que se extiende entre nuestros jóvenes y desmitificar el juego como una forma de ocio más, sin riesgos asociados.

Para la consecución de este fin y al objeto de ofrecer una comprensión más profunda y precisa sobre la problemática de la adicción de los jóvenes a las apuestas online, este estudio se ha estructurado de la siguiente forma: Justificación, Objetivos y Metodología; Marco Teórico, distintas unidades de análisis necesarias para poner en contexto y comprender el tema objeto de estudio, y finalmente las Conclusiones.

El contenido de las unidades de estudio anteriormente mencionadas es el que se recoge a continuación:

Como punto de partida, se ha procedido a la revisión sobre el origen y evolución de las apuestas deportivas a lo largo de la Historia, así como de su percepción social de aceptación o rechazo según el tipo de apuesta y el momento histórico.

El análisis de las cifras del mercado del juego explica su peso en la economía y sobre todo, cómo y porqué el entorno online le ha ganado terreno a la presencialidad y se ha hecho tan atractivo para el ocio juvenil.

El conocimiento de las agresivas estrategias de marketing y publicidad empleadas por los operadores nos ha acercado a esa parte oscura y silenciosa que se

esconde tras las apuestas y que en muchos casos, especialmente entre nuestros jóvenes, comienza a ser un problema cuando apostar, lejos de ser un entretenimiento como quieren hacernos creer, se convierte en una adicción.

Se ha abordado el tema de la ludopatía desde un punto de vista general, con el fin de determinar los estadios de la enfermedad y establecer así las distintas tipologías de jugadores que abren el camino de estudio a las consecuencias derivadas del juego patológico.

Finalmente y una vez contextualizado, se ha hecho un análisis del caso concreto de la ludopatía en los jóvenes derivado del uso compulsivo de las apuestas deportivas online. A tal efecto, se han abordado los factores que predisponen a la juventud al juego patológico, con el fin de intentar entender qué les lleva a jugar, cuáles son sus motivaciones, sus sensaciones, y las consecuencias que se esconden tras esta mal entendida forma de ocio que tan popular se ha hecho entre la juventud y que tantos peligros entraña.

Por último, se recogen testimonios de jóvenes con experiencia en el juego en línea para comprender mejor sus motivaciones y experiencias.

La investigación se ha realizado mediante la revisión de la literatura científica que ha tratado esta temática y se ha recurrido a estudios, informes, estadísticas y testimonios relevantes sobre el mundo del juego y la adicción a las apuestas online en los jóvenes.

2. Justificación

La adicción a las apuestas online entre los jóvenes y adolescentes es un problema social que merece especial atención. Con el avance de las Nuevas Tecnologías, las plataformas de apuestas en línea se han vuelto más accesibles y atractivas para la juventud. Esto ha provocado un aumento preocupante en el número de jóvenes de entre 18 y 25 años que se involucran en esta actividad, y lo más inquietante, que la afición las apuestas comienza a edades cada vez más tempranas.

Aunque se ha reconocido la importancia de abordar este tipo de adicción y a pesar de las restrictivas medidas adoptadas por la Administración para regular el juego online y revertir esta situación, a día de hoy, aún falta una mayor sensibilización y por qué no decirlo cierta reticencia en algunos sectores de la población a hablar de este tema.

“Muchas familias no están de acuerdo en hacer este tipo de encuentros para hablar de adicciones, porque entienden que es dar pistas a sus hijos sobre temas, que tal vez ni siquiera se hayan planteado”. Esa fue la respuesta que recibí de un profesor cuando le propuse llevar a cabo un encuentro con jóvenes de 15 a 18 años para cambiar impresiones sobre las apuestas online.

Esto demuestra, más aún si cabe, la necesidad de dar visibilizar a las características y desafíos a los que se enfrentan los jóvenes en el entorno de las apuestas en línea.

Investigar este tema permitirá comprender mejor el alcance y la magnitud de esta adicción, así como sus implicaciones sociales.

3. Objetivos y Metodología

La finalidad del TFG es dar visibilidad a este tipo de ludopatía que afecta especialmente a la juventud de forma silenciosa, sin mostrar signos externos como ocurre con otro tipo de adicciones y que, lejos de disminuir, va ganando seguidores a edades cada vez más tempranas. Prevenir, antes que curar. Ese es el camino.

El objetivo general de esta investigación es conocer la ludopatía de la juventud relacionada con las apuestas deportivas.

Este objetivo general se ha articulado en los siguientes objetivos específicos:

1. Conocer el origen y evolución de las apuestas deportivas.
2. El análisis de las cifras del mercado de las apuestas deportivas como unidad de negocio.
3. Averiguar cuáles son las estrategias de marketing y publicidad utilizadas por los operadores online.
4. Conocer los criterios diagnósticos para la detección de la ludopatía.
5. Comprender el problema de la adicción a las apuestas deportivas online entre jóvenes y adolescentes.

Se propone alcanzar estos objetivos recurriendo a los contenidos estudiados en el Grado de Publicidad y RRPP y al análisis crítico de la bibliografía y documentos tomados como unidades de análisis.

Para la elaboración de este TFG se ha procedido a la revisión de la literatura académica que ha abordado el tema. A tal fin se ha llevado a cabo la explotación primaria de los datos aportados y relacionados con este trabajo por fuentes oficiales, Asociaciones empresariales del juego y Asociaciones de ayuda a la ludopatía.

Asimismo, se ha recurrido a Dialnet, EBSCO y Google Scholar, de acuerdo con las siguientes entradas: juego, apuestas deportivas, juego patológico, adicción y ludopatía.

4. Marco Teórico

Hablar de juego remite a múltiples realidades en el imaginario: desde los inocentes juegos infantiles que sirven de entretenimiento, a los juegos deportivos de cualquier disciplina, como por ejemplo el fútbol, de habilidad como el billar, de azar como la ruleta o incluso en aquellos en los que se requiere tanto suerte, como estrategia para ganar, como es el caso de las apuestas deportivas.

Para facilitar la comprensión y justificar el hilo narrativo se expondrá en el marco teórico una serie de conceptos relacionados con la temática del TFG.

Los términos apostar, juego, y deporte forman un trinomio con evidentes implicaciones semánticas entre sí. Si nos remitimos al Diccionario la Real Academia Española (RAE), observamos que:

Apostar (Der. del lat. *appositum*, de *apponere* 'colocar'), recoge dos acepciones:

1. tr. Dicho de una persona: Pactar con otra u otras que aquel que se equivoque o no tenga razón, perderá la cantidad de dinero que se determine o cualquier otra cosa.
2. tr. Arriesgar cierta cantidad de dinero en la creencia de que algo, como un juego, una contienda deportiva, etc., tendrá tal o cual resultado; cantidad que en caso de acierto se recupera aumentada a expensas de las que han perdido quienes no acertaron.

Por su parte, Martínez (2021) asocia la apuesta al riesgo introduciendo además su visión desde un punto de vista sociológico:

El riesgo de apostar entronca con la esencia humana de desafiar el presente para conocer el futuro. Apostamos para demostrarnos a nosotros mismos y a nuestro entorno competencia, lealtad, valía, compromiso, garra, picardía y estrategia. La apuesta es una demostración de prueba, a modo de intensificación de las emociones (p. 22)

Juego (Del lat. *iocus* 'broma, chanza', 'diversión'). Son interesantes para nuestro propósito sus 3 primeras entradas:

1. m. Acción y efecto de jugar por entretenimiento.
2. m. Ejercicio recreativo o de competición sometido a reglas, y en el cual se gana o se pierde.

3. m. Práctica del juego de azar.

En su primera acepción, el juego se presenta como una actividad centrada en la diversión sin mayor implicación. Pero si nos fijamos en la segunda entrada ya aparecen varios elementos significativos -competición, reglas y juego de azar- que implican una dimensión social del juego sujeto a reglas con un tinte competitivo, donde unos ganan y otros pierden. En cuanto a la tercera acepción, resulta interesante la alusión que hace explícitamente a los juegos de azar.

En la búsqueda del concepto juegos de azar ha resultado interesante ver como la misma definición se recoge exactamente y palabra por palabra en diversas fuentes. Desde Wikipedia hasta informes elaborados por asociaciones como INJUVE, Asociación de Ludópatas Jienenses en Rehabilitación (ALUJER) entre otros, recogen la definición de juegos de azar como: “Los juegos de azar son aquellos en los que la posibilidad de ganar o perder no depende exclusivamente de la experiencia o habilidad del jugador, sino que también interviene el azar.” (Juegos de azar, 2012, parr. 1)

Chóliz (2006) recoge algunos puntos de la definición anterior a los que añade una serie de características que a su juicio definen los juegos de azar:

El resultado es azaroso y no depende de la experiencia o habilidad del jugador. Se basan en la probabilidad y son por tanto difíciles de predecir y controlar, generado en el jugador una gran dosis de excitación. [...] Suele apostarse dinero o bienes materiales de valor que motivan al jugador y refuerzan su autoestima. Cuanto mayor sea el premio, mayor es el deseo de apostar y mayor también la creencia en la convicción de conseguirlo. [...] Tras los juegos de azar se oculta todo un entramado de estrategias marketing y publicidad que los hace parecer atractivos y que ocultan la finalidad real que estos juegos suelen tener, la finalidad recaudatoria. [...] La expectación entre el momento de apostar y conocer el resultado produce en el jugador una tensión excitante (p.10)

Fontbona (2008), por su parte, define el azar como “ese conjunto de factores que altera de manera imprevisible nuestras acciones” (p. 12) y lleva a cabo un paralelismo con la vida misma: “En realidad, la vida misma es un juego con sus propias reglas, adversidades y competidores. Siempre arriesgamos algo.” (p. 11)

En un artículo publicado en el portal de revistas científicas de la Universidad Pedagógica Nacional, Cárdenas (2005) hace algunas reflexiones sobre la noción del

juego del sociólogo francés Pierre Bourdieu, para quien jugar, lejos de su componente lúdico significa competir y luchar por ocupar un espacio dominante. Para Bourdieu, el juego es, en definitiva, un sistema de apuestas que se inicia con la intención de ganar lugares en un espacio determinado al que llama campo. (Cardenas, 2005).

En cuanto a la palabra “deporte” (Calco del ingl. *sport*, a partir del desus. *deporte* 'diversión', y este der. de *deportarse* 'divertirse'.). Nos detenemos en su segunda acepción:

2. m. Recreación, pasatiempo, placer, diversión o ejercicio físico, por lo común al aire libre.

Nuevamente encontramos en este término ese factor lúdico y de entretenimiento que claramente comparte con el juego.

Nos remitimos ahora a la Carta Europea del Deporte, el Consejo de Europa (CdE, 2001) que define el deporte como:

todo tipo de actividades físicas que, mediante una participación organizada o de otro tipo, tengan por finalidad la expresión o la mejora de la condición física y psíquica, el desarrollo de las relaciones sociales o el logro de resultados en competiciones de todos los niveles. (art.2.1.a)

En esta definición se refiere explícitamente al logro de resultados y al carácter competitivo, de todo tipo de actividades físicas.

Las conexiones de los conceptos “apostar”, “juego” y “deporte” son precisamente el nexo que lo relaciona con las apuestas deportivas.

El deporte, además de ser una dimensión física es también una dimensión emocional. La práctica del deporte nos hace felices y como espectadores, las competiciones deportivas, los equipos y los deportistas nos hacen sentir pasión. Las apuestas deportivas vienen a proveer de esas experiencias que van más allá de la racionalidad y se materializan con el mercado del juego a través de las apuestas.

La profesionalización del deporte, lo ha convertido en una gran industria que genera riqueza, empleo y, sobre todo, emociones.

El deporte se ha convertido en un producto de consumo que ha dado como resultado una industria construida alrededor de las emociones que el deporte es capaz de generar.

El juego existe desde los albores de la civilización, al igual que las apuestas nacieron en el momento en el que los seres humanos sintieron esa necesidad de competir para demostrar quién era el más hábil y/o más fuerte, suscitando así cierta afición en los espectadores que se afanaban en predecir el resultado de cada contienda, en unas ocasiones por mero entretenimiento y, en otras, con fines lucrativos.

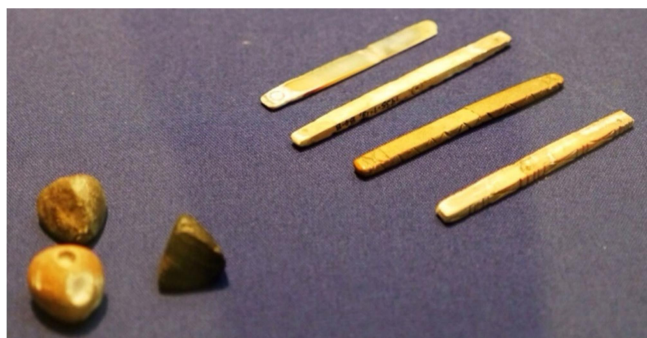
La diferencia entre los juegos de azar y de habilidad ha ido marcando a lo largo de la historia su percepción social persiguiendo y despreciando en muchas ocasiones a los primeros y encumbrando a los segundos. De ahí, esa tendencia que se ha ido manteniendo a través del tiempo de aceptar las apuestas de los juegos de habilidad y censurar las apuestas de los juegos de azar por su condición adictiva motivada por el deseo de conseguir dinero fácil y de forma rápida.

4.1. Origen, evolución y aceptación social del juego

Fontbona (2008) señala que la historia del juego y el azar es tan antigua que resulta imposible establecer su fecha de nacimiento. Incluso, aunque existen vestigios arqueológicos que relacionan al hombre con el azar, no se ha conseguido datar con precisión. Los juegos de azar son aquellos en los que la posibilidad de ganar o perder no depende exclusivamente de la experiencia o habilidad del jugador, sino que también interviene la suerte.

Si nos remontamos a los orígenes de las apuestas, diversas fuentes lo sitúan en la antigua Mesopotamia hacia el 3000 a. C. Concretamente Fontbona (2008) señala a los yacimientos arqueológicos de la Ciudad Quemada en Irán, donde se encontraron unos dados primitivos y unos palos planos (Figura 1) pintados con una cara en uno de sus lados que se lanzaban a la vez (p. 20).

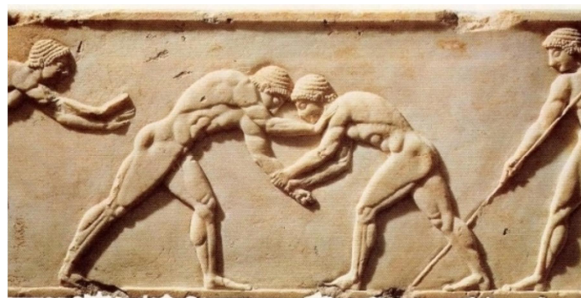
Figura 1: Dados y palos mesopotámicos



Fuente: Magnet. Attia (2016)

Estos son los orígenes documentados más antiguos que se conocen. Los griegos fueron los primeros en apostar sobre las disciplinas deportivas, actividad que a día de hoy aún se mantiene. Los primeros Juegos Olímpicos se celebraron en la villa griega de Olimpia en el año 776 a.C. y allí competían representantes de diversas ciudades-estado en distintas modalidades atléticas. (Redhistoria, 2020)

Figura 2: Relieve de jugadores griegos en los JJOO de Olimpia



Fuente: World History Encyclopedia. Cartwrite (2018)

Años más tarde, fueron los romanos quienes tomaron el testigo de las apuestas. Como señala Fontbona (2008), “los dados ocupaban la primera posición en la lista de los recreos favoritos” (p.23).

Y el mismo Fontbona (2008) dice que:

la pasión por el juego ocasionó no pocos disgustos. Las trampas, peleas y deudas de juego formaban parte de la vida cotidiana. La misma palabra aleator -jugador- tenía connotaciones peyorativas por lo que no es de extrañar que los legisladores tuvieran una percepción negativa del fenómeno del juego y pretendieran mediante las leyes, obstaculizar las actividades directamente relacionadas con él (p. 24).

También tenían lugar las apuestas en las carreras de cuadrigas, las luchas entre gladiadores o animales que se celebraban en los circos romanos. Gozaban del beneplácito del Imperio, formaban parte de los juegos permitidos (juegos virtutis causa¹) y se convirtieron en un auténtico negocio y fenómeno social.

¹ juegos ligados a competiciones deportivas y que dependen del valor y la habilidad de los jugadores, juegos que contribuyen al desarrollo de las condiciones físicas de los jugadores, a su adiestramiento en la lucha o en el manejo de las armas; pero consideraban ilícitas las apuestas realizadas con ocasión de otros juegos.

De hecho, no solo apostaban los que acudían a las competiciones, sino también los que no asistían y esperan ávidamente en el exterior a conocer los resultados.

El torno a este mundo de las apuestas comenzaron a proliferar en los suburbios de Roma los primeros corredores de apuestas y también, aunque paradójico, las primeras restricciones a esta actividad establecidas en el código de Justiniano en el año 529 d.C. que limitaba el ejercicio de las apuestas a la ciudad de Roma, establecía los juegos a los que se podía apostar (juegos virtutis causa, asociados a las competiciones deportivas) o no (peleas de gallos y dados) y obligaba a los apostantes a saldar sus deudas.

Tras la caída del Imperio Romano, las apuestas continuaron en la Edad Media con los torneos de caballeros que gozaban de gran popularidad y servían además de distracción, de preparación para los combatientes en los días previos a la batalla. Si bien junto a esta práctica legal de las apuestas en los torneos caballerescos, no había rincón en toda la Península Ibérica donde no hubiera una tasca, una Tafurería², donde se jugase a los juegos de azar, especialmente a los dados. Se podría decir que las Tafurerías eran las casas de juego de la Era Medieval, algo que generaba continuos conflictos y que Alfonso X El Sabio intentó regular para poner fin a los engaños y sus consecuencias y aplicar las penas pertinentes. En 1276, encargó al Maestre Roldan la redacción del “Ordenamiento de las tafurerías”³, un documento compuesto por cuarenta y cuatro leyes que establecían las normas de los juegos de azar y sancionaba los alborotos, las peleas o incluso las deudas elevadas.

Durante el Renacimiento, hubo muchos intentos de prohibir las apuestas, pero lejos de eso, se siguieron popularizaron aún más si cabe en la clandestinidad. Las posadas eran el epicentro de los juegos de azar siempre con las cartas o dados de por medio. Fontbona (2008, citado en Martínez 2021) señala que “los jugadores del Renacimiento [...] consideraban la apuesta como un factor inseparable del juego [...] Apostar era un requerimiento para formalizar cualquier tipo de partida, incluso la más inocente”. (p.66)

Según Salvador (2004), “las autoridades tomaron cartas en el asunto e intentaron regular los juegos por el peligro evidente que podían llegar a implicar” (p. 366).

² Casas de juego del Medievo.

³ conjunto de leyes, promulgadas por Alfonso X el Sabio en 1276 para la regulación de las casas públicas de juego.

Y así llegamos al siglo XVIII. Inglaterra se convirtió en el país pionero donde se desarrolló el deporte moderno y también las apuestas deportivas modernas tal como las conocemos hoy “en el marco de unas condiciones sociales y políticas especiales y se moldeó según los cánones del placer y ocio que usaban e imponían las clases más elevadas” (Salvador 2004, p. 304).

Las carreras de caballos y galgos sentaron las bases de las apuestas deportivas modernas y poco a poco se extendieron al resto de deportes.

Bajo el patrocinio de Ana Tudor, en 1711 el hipódromo de Ascot celebraba sus carreras de caballos. A este le siguieron otros como Newmarket o el Jockey Club que establecían las características de las carreras y los premios de los participantes que consistían en pequeñas cantidades en efectivo, aunque lo realmente importante era el prestigio social que generaba para los organizadores locales. El incipiente auge de las apuestas, en el que participaban todas las clases sociales e incluso la realeza, generó un importante aumento de ingresos que influyó de manera notable en el desarrollo económico de ciudades en las ciudades expansión.

La participación de la realeza, o más bien de su dinero “obligó” en cierta forma a la profesionalización del mundo de las apuestas. Y así, aunque la alta sociedad tenía el control del negocio de las apuestas, se afanaron en apartar a las clases más marginadas y conflictivas.

Sin embargo, en el ámbito privado y dependiendo de la clase social también se apostaba en diferentes estilos de juegos que nada tenían que ver con el deporte.

En las clases altas y mejor posicionadas, era frecuente apostar la fortuna familiar, obtener grandes ganancias, pero también enormes pérdidas. Es lo que Geertz, (1973) denomina juego profundo y define como “los juegos en los que se apuestan grandes cantidades de dinero, lo que está en juego es algo más que las ganancias naturales: la consideración pública, el honor, la dignidad, el respeto, en una palabra [...] el estatus” (p. 356)

Ese juego profundo se llevaba a cabo en clubes privados que establecían sus propias normas y controlaban la violencia que se pudiera desatar en situaciones extremas entre los apostantes.

La clase media optaba por el juego en casa. Las apuestas eran limitadas y el objetivo se acercaba más a la camaradería que al lucro. No se sentían especialmente atraídos por el deporte. Las partidas de cartas se desarrollaban en un ambiente cordial y

tan sólo existía la satisfacción por demostrar quién era el estratega más hábil que le hacía merecedor del triunfo.

Sin embargo, no faltaron las voces críticas de quienes censuraban y criminalizaban las apuestas tanto en las clases altas como en las clases medias, como así afirma Salvador (2004):

En el siglo XVIII, los moralistas, teólogos y críticos sociales estaban horrorizados con la práctica de las apuestas, que llevaban a la ruina a miembros de las clases altas (las bajas vivían permanentemente en ellas) y de la que se nutrían todo tipo de vaticinadores, especuladores, prestamistas y corredores, de dudosa reputación, como ocurre en la Bolsa de nuestros días (p. 367).

Esta vertiente moralista defendía que las apuestas distraían o impedían otras más útiles como la producción agrícola, el servicio a los nobles, la provisión de soldados para las guerras europeas y ciertas habilidades bélicas.

En 1790, William Ogden se convirtió en lo más parecido a un corredor de apuestas. Ejercía su negocio a pie de pista en el entonces primitivo hipódromo de Newmarket Heath en Suffolk County aceptando apuestas en las carreras de caballos. Su popularidad inspiró a otras ramas del deporte que comenzaban a desarrollarse en Reino Unido.

La evolución de las apuestas deportivas fue calando entre las distintas clases sociales y se hacía necesaria la aplicación nuevos cambios legales que regulasen su funcionamiento. En 1845, se aprueba en Reino unido una Ley por la que se prohibía cualquier tipo de apuesta fuera de las pistas de carreras.

Poco a poco, las apuestas deportivas fueron ganando seguidores y comenzaron a hacerse hueco en los medios de comunicación. Los periódicos londinenses comenzaron a poner en valor esta nueva forma de ocio con secciones dedicadas exclusivamente a las apuestas. Su gran auge y demanda, propició la apertura de locales especializados en los que los corredores hacían predicciones sobre las probabilidades de victoria, informaban a los apostantes y garantizaban el cobro a los ganadores cobrando una comisión por sus servicios. El reparto de panfletos por la ciudad era su manera de publicitarse y también una estrategia de marketing directo que les permitía dar a conocer sus servicios de forma masiva.

Esta imparable evolución de las apuestas deportivas, el aumento del número de seguidores, la diversificación de los deportes a los que apostar, su profesionalización y

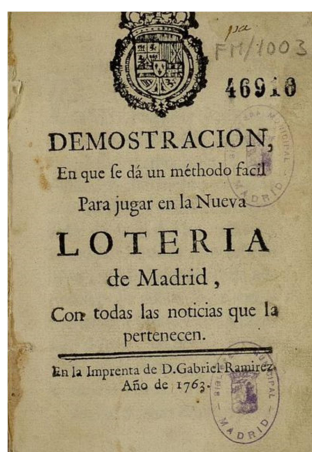
sobre todo las grandes cantidades de dinero que se manejaban y que de alguna forma repercutían en la economía del Reino Unido, hacían necesaria una nueva regulación que llegó en 1961 cuando el gobierno británico legalizó las tiendas de apuestas permitiendo a los apostadores apostar fuera de las pistas de carreras. Esta regulación dio forma a la industria de las apuestas tal como la conocemos en la actualidad. Su expansión saltó a otros deportes importantes como el fútbol, tenis y el golf.

En la primera mitad del siglo XIX, la popularidad de las apuestas deportivas llegó hasta EEUU y a partir de 1930 se popularizaron en la mayoría de los países europeos.

Mientras tanto, en la España del siglo XVIII la Lotería se convirtió en el juego más popular. Pese a que los juegos de azar no siempre gozaban del beneplácito de las autoridades por ser consideradas nocivas para la moral pública y la causa de continuos altercados, en esta ocasión, paradójicamente la idea partió de Carlos III en un intento de recaudar más dinero para el Estado sin tener que crear un nuevo impuesto.

El Real Decreto de 1763 crea la “Real Lotería” y al mismo tiempo se edita un manual para dar a conocer su funcionamiento y las distintas modalidades de apuestas.

Figura 3: Manual para jugar en la Lotería de 1763



Fuente: Revista Influencers. Matías (2022).

El funcionamiento del sorteo no era complicado: los apostadores elegían 5 números de entre una lista y quien acertara todos se llevaba el premio. De lo recaudado el 75% se lo llevaban los ganadores y el 25% restante iba a parar a las arcas públicas.

En 1812 nace otro tipo de lotería, esta vez con boletos y números ya impresos.

Figura 4: Boleto de Lotería de 1812



Fuente: Rtve. Pérez (2019)

Esta sería la actual Lotería Nacional y la anterior el origen de lo que conocemos como Lotería Primitiva, que tras desaparecer en 1862, volvió a resurgir en 1985. Desde entonces, ambas conviven junto con la Bonoloto y la Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE) creada en 1938 para financiar su labor social.

En el siglo XIX, las carreras de caballos irrumpieron en España con gran éxito. Las primeras carreras turf en la España moderna se celebraron en 1835 en la Alameda de Osuna de Madrid. Su gran popularidad cristalizó con la construcción del hipódromo de la Casa de Campo en 1842. Este fue el primero de los muchos que se construyeron por distintos puntos del país. Las carreras de caballos pasaron a formar parte de la vida social del país, sin mayor controversia. En ningún momento se cuestionó su moralidad.

Sin embargo, el gran auge de las apuestas deportivas en España llegó de la mano de La Quiniela. Coincidiendo con la creación de la liga masculina de fútbol en 1929, Manuel González Lavín, un entrenador de gallos de pelea y evidentemente aficionado a las apuestas, creó en su bar “La Callealtera”, un prototipo de quiniela que consistía en una porra múltiple en la que los apostantes tenían que acertar el resultado exacto de los 5 partidos que entonces formaban la Primera División. Era una porra múltiple en que los apostadores debían acertar el resultado exacto de los cinco partidos que por aquel entonces tenía la jornada de primera división (Fontbona, 2008).

Fue tal el éxito y tantos sus seguidores, que a partir de 1931 comenzó a tributar un 10% de lo recaudado. Sin embargo, el comienzo de la Guerra Civil, puso fin a la liga y evidentemente a las apuestas creadas por Manuel Gonzalez Lavin. ((Fontbona, 2008)

En la temporada 1939/1940, se retoma la liga y la Quiniela, esta vez gestionada hasta 1944 por la orden de San Juan de Dios de Vigo. Sin embargo, a la vista de

continuas irregularidades, en 1946 nace oficialmente la Quiniela como juego regulado en su totalidad por el Estado (Martínez, 2021)

La Quiniela se convirtió en la apuesta deportiva por antonomasia en España por tres motivos: el fútbol era el deporte rey nacional, permitía a los españoles apostar en cualquier lugar del país, a diferencia de las carreras de caballos o del juego de pelota y contaba con la garantía del Estado (Martínez, 2021).

Durante el periodo franquista, se siguió manteniendo esa tradición que distinguía entre juegos prohibidos y lícitos. Castellá (2008, citado en Fontbona 2021) señalaba, que “en la inmediata posguerra, el franquismo se mostró firme en su lucha contra el juego llegándose a prohibir, en algunas provincias, juegos tradicionales como los bolillos por el hecho de que se cruzaban apuestas” (p. 189).

No ocurrió lo mismo con aquellos cuyo fin era benéfico como la ONCE, que gozaron de su total beneplácito.

A pesar de la férrea lucha del régimen en perseguir el juego ilegal, las timbas se organizaban en la clandestinidad cuidando muy mucho de no levantar sospechas. En cualquier caso, mientras no hubiera una denuncia de por medio las autoridades hacían oídos sordos (Fontbona, 2021).

Incluso, los propios responsables del régimen, echando mano de esa doble moralidad, jugaban. En la publicación *Historia del Franquismo* (1976, citado en Fontbona, 2021), se narra cómo el propio médico de Franco, el Doctor Cabeza, mientras el dictador agonizaba en el hospital, él jugaba al mus en una antesala con una apuesta mínima de 1000 pesetas, sin que nadie se rasgase las vestiduras.

Con la instauración de la democracia y la recuperación de las libertades, se despenalizó una serie de juego. En 1977 las salas de bingo volvieron a abrir. El juego dejó de tener esa condición de ilegal, pasando a convertirse en una forma de ocio más para los españoles (Fontbona 2021, p. 213-214).

En 1996, la compañía americana Intertops lanza la primera página web de apuestas deportivas estableciendo su sede en Antigua y Barbuda aprovechando el laxo marco legal que favorecían y permitían el desarrollo del juego. Las casas de apuestas deportivas no tardaron en ver el potencial que ofrecían y rápidamente crearon sus propias páginas web.

En España los juegos online tuvieron que esperar hasta que en el año 2006 se produjera un cambio en la normativa del juego que permitiese este tipo de actividades.

A partir de ese momento, dejó de ser necesario acudir a bares y casinos para jugar y evidentemente, apostar.

En cuanto a las casas de apuestas deportivas online, no aparecieron en nuestro país hasta el año 2008, no sin cierto carácter ilegal, ya que hasta la Ley 13/2011, de 27 de mayo no hubo una regulación específica para este tipo de empresas.

Es evidente e innegable que la llegada de Internet ha hecho que las apuestas deportivas adquieran una nueva dimensión. Desde casa, o desde cualquier Smartphone, una persona puede apostar a cualquier deporte o liga nacional o internacional. No hay más límites que el que uno quiera ponerse.

4.2. El Mercado de las Apuestas Deportivas

El mercado del juego genera anualmente ingresos nada desdeñables a nivel mundial que repercuten en la economía nacional de cada país, sobre todo por el alto nivel de recaudación que supone para las arcas estatales.

Tal vez sea este el motivo por el que los gobiernos, más que restringir o prohibir el juego, establecen marcos legales un tanto laxos, que por una parte, contribuyan a favorecer la actividad, mientras que por otra, focalizan sus esfuerzos en la protección del consumidor. ¿Doble moral? Se podría decir que sí.

Hablar de cifras sobre el juego, resulta complicado por la disparidad de fuentes e informes que varían según su procedencia y dependiendo de los datos que se quieran poner en valor. Se trata de un sector en el que intervienen actores públicos y privados con una normativa legal, que en el caso de los últimos, varía en función del lugar donde operan y de qué administración dependen.

Dicho lo anterior y con el fin explicar esa dificultad que rodea el mercado de juego, se ha de hablar de las administraciones competentes. El mundo del juego se estructura en dos grandes grupos:

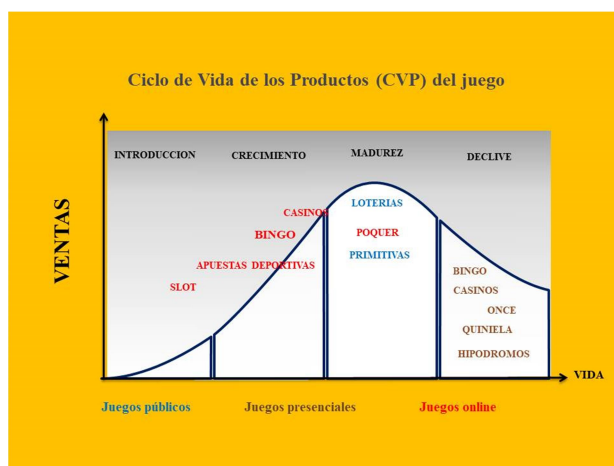
- De competencia estatal:
 - Las loterías y apuestas mutuas reservadas a la Sociedad Española Loterías y Apuestas del Estado (SELAE): La Primitiva, Lotería Nacional, Bonoloto, Quiniela, Lototurf, Quíntuple plus y Quinigol.
 - La ONCE
 - El sorteo de la Cruz Roja
 - El juego *online* que discurre en webs de ámbito nacional

- De competencia autonómica:
 - Juego presencial en casinos, bingos, salones juego, casas de apuestas y máquinas de juego en hostelería.
 - Loterías de alcance autonómico.
 - El juego online que discurre en webs de ámbito autonómico (apuestas, bingos, casinos, máquinas de tipo B3 y salas de juego).

Otro aspecto a tener en cuenta y que tampoco podemos obviar, es que la irrupción de las nuevas tecnología han desarrollado una modalidad de juego online muy consolidada dentro del sector del juego, que ha ido creciendo progresivamente y que ha hecho que las apuestas deportivas se conviertan en la primera opción de ocio de los españoles en el consumo de este tipo de productos, en detrimento de las apuestas en establecimientos presenciales. Las apuestas físicas en hipódromos, la tradicional Quiniela del 1-X-2 y demás apuestas deportivas de la SELAE han entrado en decadencia cediendo terreno al entorno online que mantiene su rumbo ascendente. Otros productos presenciales como La Primitiva, los cupones de la Once, Casinos o Bingos, están en continua reconversión para evitar la canibalización⁴.

Aplicando la curva del ciclo de vida de los productos⁵ de Kotler (CVP) podemos observar (Figura 1) la dinámica y tendencia de los distintos productos-mercado del sector de juego.

Figura 5: CVP de los productos-mercado del sector del juego



Fuente: Fuente CEJUEGO. Elaboración propia.

⁴ Pérdida de volumen de ventas o de ingresos cuando una marca lanza un nuevo producto o una nueva versión/estilo de un producto existente que resta ventas a los productos existentes.

⁵ El ciclo de vida del producto tiene su origen en la biología y se utiliza para orientar las acciones de marketing. Para aplicarlo se tiene como referencia las ventas del producto realizadas en un tiempo determinado.

Autores como Martínez (2021), García et al. (2016) o Megías (2020), entre otros, señalan algunos factores que han contribuido al auge y éxito de las apuestas deportivas online:

- La amplia gama de deportes a los que apostar. Antes, el fútbol era el deporte rey de las apuestas deportivas por antonomasia. Hoy en día la oferta se ha diversificado considerablemente y se puede apostar entre otros, al tenis, baloncesto, Formula 1, etc..
- Las apuestas deportivas han dejado de tener fronteras. Cualquier persona puede apostar desde cualquier lugar y a cualquier deporte ofertado por el entorno online que se celebre fuera del territorio nacional.
- Las apuestas deportivas online son mucho más accesibles que las convencionales. No hay horarios. Se puede apostar las 24 horas del día sin salir de casa.
- La posibilidad de apostar en directo. Ya no es necesario esperar a que acabe el evento deportivo para conocer su resultado. Las apuestas deportivas online permiten hacer apuestas en tiempo real y dan la posibilidad al apostante de ver cómo se desarrolla el evento para, llegado el caso y si fuera necesario, retirar o cambiar su apuesta en un momento determinado para obtener unas ganancias que de otra forma no hubiera conseguido.
- Y por último, y no menos importante, ofrecen una privacidad y un anonimato que los lugares públicos no permiten. A esto debemos añadir, la facilidad con la que se puede comenzar a jugar haciendo uso de los bonos promocionales que ofrecen los operadores.

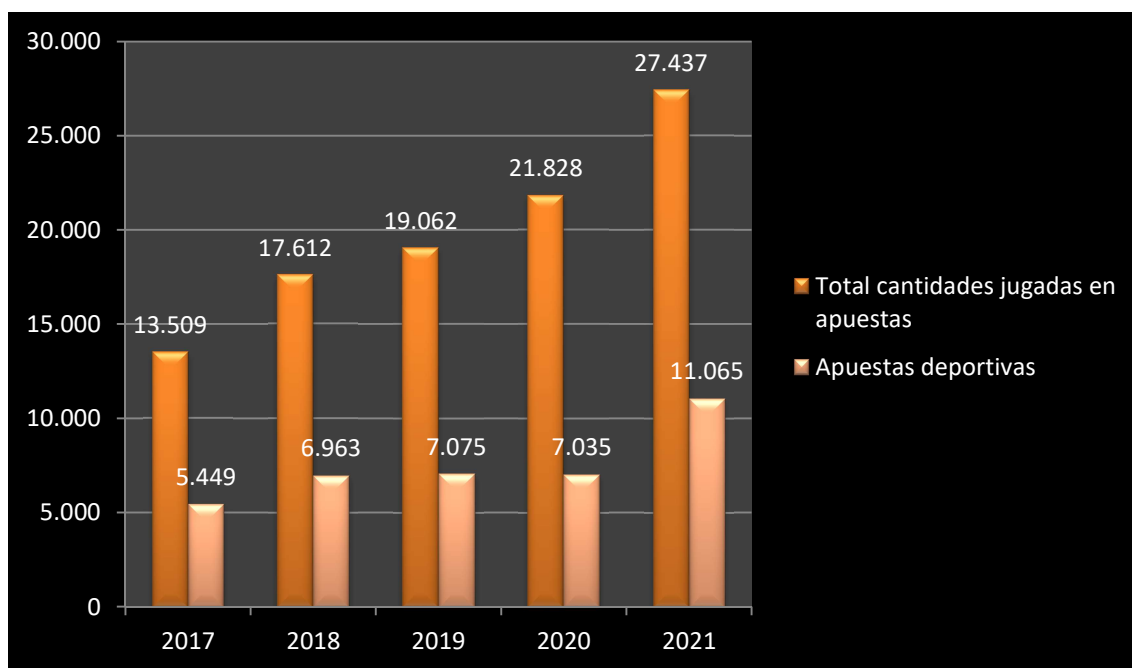
Es evidente que son muchos los motivos que justifican este crecimiento de las apuestas deportivas online. No es objetivo de este trabajo hacer un estudio exhaustivo y pormenorizado de las cifras del mercado de juego, ni tampoco de su comparación entre las distintas fuentes que los reportan. No obstante, para seguir el hilo narrativo para llegar al objetivo principal de este trabajo, es necesario hacer una pequeña radiografía de este mercado tan sumamente complejo y aportar una serie de datos interesantes que contribuyan a contextualizar el papel de los jóvenes como consumidores de las apuestas deportivas.

4.2.1. Las Cifras

Las apuestas deportivas mueven anualmente miles de millones de euros en nuestro país, que repercuten de manera directa en la economía y también en las arcas del Estado, tal como afirma Palomar (2010): “el crecimiento económico provocado en el marco de las apuestas deportivas ha dado como resultados el aumento de recursos tanto para el gobierno como para las diferentes organizaciones deportivas vinculadas a las apuestas” (p.14)

A modo ilustrativo, el gráfico 1 refleja la evolución de las cantidades jugadas por los españoles en el mercado de las apuestas online en los últimos cinco años, así como el peso específico que han tenido las apuestas deportivas durante el mismo periodo:

Figura 6: Cantidades jugadas en millones de euros



Fuente: DGOJ. Elaboración propia

A primera vista, lo más significativo es la tendencia al alza en las cantidades jugadas en las apuestas en general. Ni siquiera la pandemia ha podido frenar este crecimiento. Caso distinto ocurre en el caso concreto de las apuestas deportivas, que han mantenido su línea ascendente, con excepción del año 2020 que sufrió un descenso de 40 millones de euros por el impacto de la Covid-19. La ausencia de eventos deportivos a los que apostar fue la principal causa de esta caída.

Los resultados del 2021, son señal inequívoca la consolidación del sector de las apuestas deportivas online. Nuevamente vemos aquí el impacto de la pandemia: el confinamiento primero y después cierto recelo de los clientes a acudir al interior de los locales de apuestas ante un posible contagio, derivó esta forma de ocio al entorno digital. Eso explica que, al margen ritmo ascendente del mercado online en los últimos años, los datos del 2021 fueran bastante superiores, respecto del año 2020.

Resulta evidente, que a pesar de las nuevas medidas tributarias que impulsó la Ley 13/2011 de 27 de mayo de regulación del juego online y años después, de las restricciones publicitarias en el sector de las apuestas en el entorno digital contempladas en el Real Decreto (RD) 958/2020, de 3 de noviembre, el Gobierno ha podido frenar la visibilidad en los medios y las tendencias publicitarias de los operadores, pero no el negocio de las apuestas deportivas.

Pero, vayamos un poco más al detalle y hablemos de los impuestos. Como cualquier otra actividad empresarial, la industria del juego repercute directa y muy positivamente en las arcas del Estado. Según Palomar (2010),

El sector público parece haber encontrado en las apuestas deportivas una importante fuente de financiación alternativa que le permita obtener fondos adicionales, sin la necesidad de establecer nuevos impuestos o incrementar los ya existentes, a través de un efecto de tipo impositivo asociado a la participación en este tipo de juegos. (p. 13).

Revisado el Informe Anual 2021 de la Dirección General de Ordenación del Juego, (DGOJ) llama la atención la ausencia de datos en cuanto a los impuestos que reportan los operadores del juego online, que son empresas en definitiva, o los ingresos que el Estado obtiene por la declaración de los beneficios obtenidos por los premios en el juego y que los jugadores deben declarar como rendimientos en el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF).

Apartándonos de fuentes institucionales, el Anuario del Juego en España 2022 publicado por el Consejo Empresarial del Juego (CEJUEGO), encontramos que el Estado se embolsó durante el año 2021 algo más de mil millones de euros en concepto de cobro de impuestos de distinta índole, resultando prácticamente imposible determinar lo que corresponde al entorno online.

En un último intento de buscar más información sobre este tema, nos remitimos al Informe Anual Integrado del año 2021 publicado por Codere⁶, uno de los operadores cabecera en el sector de las apuestas online y tampoco se muestran datos en este sentido. Su memoria anual se centra en dar a conocer sus unidades de negocio, productos, proyectos futuros, su proyección nacional e internacional y las líneas de su Responsabilidad Social Corporativa. No hay cifras de su actividad como unidad de negocio.

La propia Agencia Estatal de la Administración Tributaria (AEAT), (2019, citada en Ortega E, 2019) intenta dar una explicación a esta vaguedad y/o ausencia de datos, cuando afirma que:

Con la información estadística de la que se dispone en la Agencia (Tributaria) no es posible distinguir lo que corresponde al juego *online* y al resto. La razón es que el modelo de declaración del impuesto sobre el juego "no permite distinguir por tipo de juego. Diferencia las clases de juego según el tipo aplicable a efectos de tributación -tipo sobre ingresos brutos, tipo sobre ingresos netos y tipo sobre comisiones-, lo que equivale a distinguir entre apuestas mutuas, rifas y concursos; apuestas de contrapartida, y apuestas cruzadas. En ningún caso hay un apartado específico de juego *online*".

García (2023, citado en Bayona. (2023) afirma que "resulta muy difícil controlar una actividad online. Se están tomando medidas, pero habrá que lograr que se cumplan, y eso ya no es tan fácil". [Al mismo tiempo afirma que] "hay una voluntad (de los gobiernos) de intervenir en las empresas tecnológicas y se va aumentando el control y el cobro de impuestos". (parr.17)

En cuanto a los premios, es necesario señalar que no todos los juegos tienen la misma demanda, ni tampoco contribuyen en la misma medida a la recaudación del Estado, tal como se refleja en la Tabla 1:

⁶ Codere grupo multinacional dedicado al entretenimiento y al ocio, líder en el sector del juego privado,

Tabla 1: Tipo de gravamen aplicable a las distintas modalidades de juego

Tipo de apuesta	Tipo de gravamen	Base imponible
Apuestas deportivas del Estado	22	Ingresos brutos ⁷
Apuestas deportivas mutuas, de contrapartida y cruzadas; apuestas hípcas mutuas y de contrapartida; otras apuestas mutuas, de contrapartida y cruzadas.	20	Ingresos netos ⁸
Rifas	20% / 5% (*)	Ingresos netos /(*)si es de utilidad pública o benéfica
Concursos otros juegos	20	Ingresos NETOS
Combinaciones aleatorias con fines promocionales	10	Ingresos brutos

Fuente: BOE. Elaboración propia

Otro aspecto importante a señalar es la gran capacidad del sector para generar empleo. Según el Anuario del Juego en España 2022 publicado por CEJUEGO, la industria del juego generó en el año 2021, 84.697 de los cuales 800 corresponden al entorno digital.

Parece impensable que empresas que operan en el entorno online pueda requerir de un nutrido número de puestos de trabajo, pero su funcionamiento y objetivo es el mismo que el de cualquier otra empresa convencional: mantener una unidad de negocio y obtener beneficios. Y para ello, dada la elevada tecnificación del sector, necesitan entre otros, de un gran número de teleoperadores, telefonistas, administrativos, ingenieros en telecomunicaciones, técnicos informáticos, economistas, o especialistas

⁷ Importe total de las cantidades que se dediquen a la participación en el juego, así como cualquier otro ingreso que se pueda obtener, directamente derivado de su organización o celebración.

⁸ importe total de las cantidades que se dediquen a la participación en el juego, así como cualquier otro ingreso que puedan obtener, directamente derivado de su organización o celebración, deducidos los premios satisfechos por el operador a los participantes

en posicionamiento SEO (Search Engine Optimization)⁹, que organizados en distintos departamentos trabajan por la viabilidad y optimización del negocio.

Por otro lado, el entorno online ha propiciado la creación de nuevos puestos de trabajo alrededor del mercado de las apuestas. Es el caso de los tipsters, supuestos expertos y pronosticadores que estudian a jugadores o equipos concretos y recomiendan cuanto y en qué partidos o deportes apostar. Evidentemente, el servicio no es gratuito y puede ofertarse de dos formas: o bien el tipster actúa de forma independiente y cobra determinadas cantidades por sus consejos, o bien son contratados como gancho por las propias casas de apuestas cobrando por cada nueva cuenta creada.

A la vista de todo lo anterior, resulta evidente que las apuestas deportivas ocupan un papel importante en el universo del juego online y que su éxito, al menos por el momento, está garantizado. Son muchas las casas de apuestas que han optado por cambiar, o incluso cerrar sus locales físicos para adaptarse a los nuevos tiempos abriendo sus propias plataformas online para adaptarse a esta nueva forma de ocio y ampliar su campo de acción, ofreciendo al usuario muchas más opciones donde escoger, sin la necesidad de desplazarse.

Las cifras de crecimiento de las apuestas deportivas asociadas a la pasión por el deporte son señal del éxito de esta unión. Muchos usuarios canalizan su afición por el deporte a través de las apuestas deportivas y disfrutan viendo un partido de fútbol, por ejemplo, al mismo tiempo que sienten la emoción de ganar una apuesta.

En este sentido Palomar señala que “las apuestas deportivas permiten vivir, de forma todavía más intensa, una pasión ya existente entre los consumidores como es el deporte” (Palomar, 2010, p.27). Y continúa: “Así, puede esperarse una cierta relación de complementariedad entre la demanda de apuestas deportivas y el consumo del deporte correspondiente” (p.27).

El mercado de las apuestas sigue en auge y siguen apareciendo nuevas plataformas que buscan hacerse un hueco en el sector. Existe una gran competencia que exige a los operadores encontrar esa diferenciación que les separe del resto y la conviertan en la casa de apuestas preferida por la mayor parte de los jugadores.

Podríamos decir que ahora, son los operadores los que apuestan por ofrecer una mayor innovación y una oferta de productos más amplia, con el fin de llegar a un mayor

⁹ conjunto de técnicas que se aplican en una página web con el objetivo de mejorar su posición y su visibilidad en los motores de búsqueda de los principales navegadores

número de consumidores. Su forma de hacerlo será la que determine quién gana la carrera.

4.3. El marketing en las apuestas deportivas

El marketing es una parte de la economía y de ciencias sociales como la sociología, la ciencia política y la antropología, que tienen en común el estudio de los grupos de individuos.

El ser humano es un animal social y por tanto, la esencia de su comportamiento reside en la forma en que se relaciona con otros individuos, con los que intercambia ideas, bienes y servicios, dinero, emociones, etc. El marketing estudia la forma en que se producen estas relaciones de intercambio y las técnicas necesarias para que esas relaciones sean efectivas y satisfagan a las partes implicadas. Para ello es necesario conocer las variables sociológicas y culturales de la sociedad o del mercado en el que se va a trabajar, así como las variables psicológicas de los individuos que componen el público objetivo.

No existe una única definición de marketing. A medida que ha ido evolucionando han surgido nuevas definiciones, cada vez más amplias y precisas.

Para Kotler (1992), el marketing “es un proceso social y directivo mediante el que los individuos y las organizaciones obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de valor con los demás. (p. 3)

Stanton et al. (2004,) proponen la siguiente definición de marketing: “El marketing es un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactores de necesidades, asignarles precios, promover y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización». (p.7)

La American Marketing Association (AMA, 2007) citada en Santesmases (2007) define el marketing como “la actividad, o grupo de actividades, y procedimientos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes, socios y la sociedad en general” (p.36).

El marketing por tanto, tiene como objetivo comprender las necesidades y deseos de un determinado sector del público y desarrollar una serie de estrategias para satisfacerlas. Es un proceso a largo plazo, porque requiere un mayor tiempo de investigación para identificar esas necesidades y preferencias de la audiencia.

4.3.1. Inversión de marketing en el sector de las apuestas deportivas

La industria del juego ha evolucionado mucho en poco tiempo y ha desarrollado un nuevo escenario que ha demostrado que la presencialidad ya no es necesaria para jugar. El entorno digital se ha convertido en un mercado con un gran potencial en el que todos desean participar.

Con la entrada en vigor de la Ley 13/11 de 27 de mayo de Regulación del Juego, se han multiplicado los operadores en línea con licencia. La fuerte competencia del sector por un lado y la cada vez mayor presión fiscal a la que se ven sometidos por otro, les ha llevado a diseñar unas agresivas estrategias de marketing buscando siempre esa diferenciación que les permita captar nuevos clientes y mantenerse en los primeros puestos de salida.

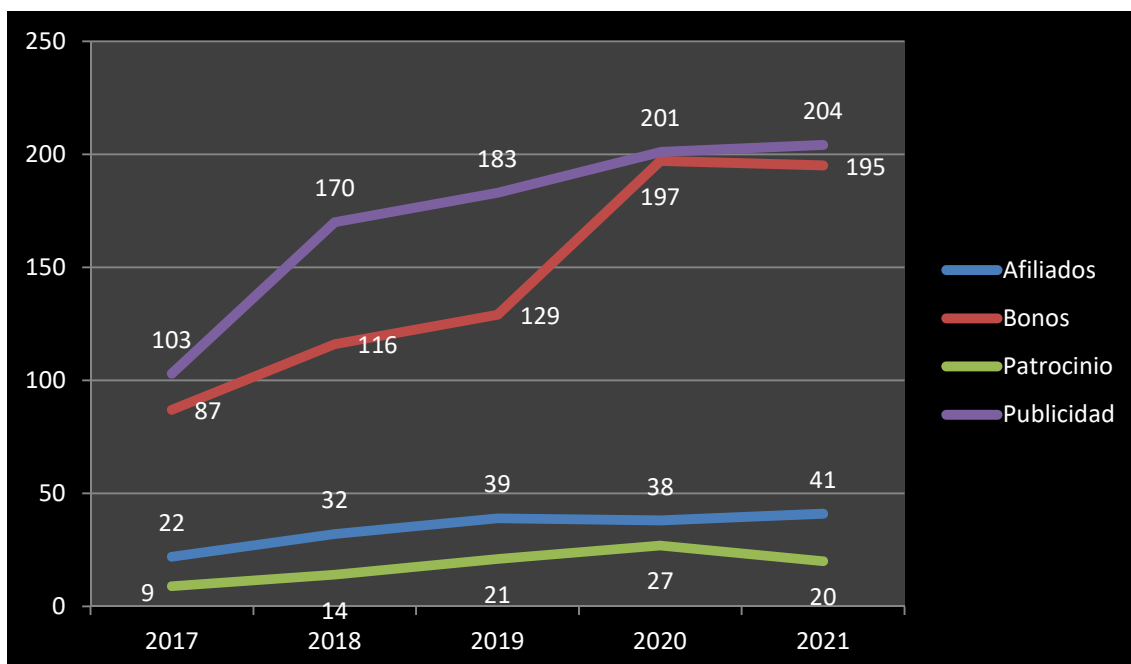
Las apuestas deportivas es uno de los sectores del mercado del juego que más ha crecido en los últimos años y también de forma paralela a su margen de beneficio, uno de los que más ha invertido en unas estrategias de marketing y publicidad, que por otro lado han suscitado cierto rechazo y una gran alarma social, por haberse servido de la vinculación emocional de una buena parte de la población del país con el deporte, calando especialmente en los jóvenes.

La proliferación de reclamos publicitarios en forma de promociones, bonos de bienvenida, anuncios en televisión, radio y prensa, páginas webs o patrocinios ha generado una sensación de saturación entre una parte de la población que muestra una mayor sensibilidad social ante los posibles efectos negativos que la publicidad y marketing puedan tener entre los grupos más vulnerables por el uso excesivo del juego.

En España el gasto de marketing en el mercado de las apuestas ha crecido durante los últimos años como consecuencia de la fuerte competitividad en el sector por un lado y del aumento de demanda por otro. Si bien es cierto, que en el Informe de la DGOJ no existen cifras desglosadas sobre la inversión en marketing por tipo de juego, es de suponer que un gran porcentaje de la inversión en publicidad y especialmente en bonos de bienvenida y patrocinio, correspondan al mercado de las apuestas deportivas.

En la Figura 7 que se muestra a continuación se refleja la evolución del gasto de las casas de apuestas en las principales herramientas del marketing: publicidad, promoción a través de bonos y afiliación.

Figura 7: Inversión en Marketing (millones de euros)



Fuente DGOJ. Elaboración propia

Como puede apreciarse, pese a que la inversión en marketing ha seguido una línea ascendente en todas sus estrategias, en el año 2020 la afiliación cayó un 2,6% y en los datos del 2021 el patrocinio sufre en descenso del 26% y el porcentaje de crecimiento es menor con respecto a los años anteriores.

La explicación: los efectos de la pandemia. Hasta la crisis sanitaria desatada en el 2020, publicidad de las casas de apuestas estaba visible por todas partes, en todos los medios y a cualquier hora. Sin embargo, los efectos de la Covid-19, llevaron a la Administración adoptar medidas excepcionales que también afectaron al sector del juego.

Con el Real Decreto 463/2020 de 14 de marzo, el Gobierno de España declaró el estado de alarma en todo el territorio nacional, en principio durante 15 días, estableciendo el cierre de todas las actividades que no fuesen de primera necesidad. Evidentemente, el juego no era una de ellas. Mientras se cerraba la opción del juego presencial, el juego online ganaba terreno. El Gobierno, probablemente consciente de la necesidad de ampliar el estado de alarma, se dio cuenta de este nuevo escenario y redactó el RD 11/2020 de 31 de marzo que introducía medidas urgentes que complementaban las anteriores. Concretamente, en el tema que nos ocupa, el su artículo 37 prohibió la mayoría de las actividades de publicidad del sector del juego. Debido a

su dureza, la disposición final quinta del RD 21/2020 de 9 de junio derogó el citado artículo.

Es decir, que entre el RD 11/2020 de 31 de marzo y el RD 21/2020 de 9 de junio se produce un escenario brutal de acoso a la publicidad del juego en España, hasta conseguir eliminar prácticamente toda su actividad.

Sin embargo, las modificaciones más importantes las introdujo el RD 958/2020 de 3 de noviembre, cuya función principal fue regular la publicidad del juego, limitando la actuación de los operadores de juego, concretamente en lo que se refiere a los bonos (considerados como actividades de promoción), afiliación (captadores de usuarios comisionistas de los operadores), y patrocinios (personajes famosos, deportistas, organizaciones deportivas... etc.)

Un aspecto importante de este RD 958/2020 es que incorpora al marco legal la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) del juego seguro, buscando no solo su aceptación, sino su puesta en práctica con el fin de proteger al consumidor y muy especialmente a los jóvenes. En este sentido, en cuanto a la Publicidad, limita su horario a 4 horas diarias, de 01:00 a 05:00. En materia de patrocinio, prohíbe a los operadores de valerse de personas relevantes o notorias públicamente y en cuanto a los bonos promocionales limita su cuantía a 100 euros.

Todas estas medidas, pese a ser publicadas el 04 de noviembre de 2020, no surtieron efectos hasta el año 2021. Esto explicaría por qué estrategias como la afiliación ya se viera ligeramente afectada en el 2020 y por qué en el 2021, el aumento de la publicidad fuera moderado, y descendieran las partidas de patrocinio y promoción, tal como se recoge en la Figura 7.

4.3.2 Estrategias del Marketing

La gran competencia existente en el mercado de apuestas online ha obligado a plataformas y operadores a no escatimar esfuerzos en desplegar todo un entramado de recursos publicitarios con el fin de retener y enganchar a esa población joven que busca resultados rápidos en su vida a través de las apuestas deportivas, ajenos en muchas ocasiones a ese peligro silencioso que no avisa y que lleva implícito altas dosis de pasión y obsesión: la ludopatía.

4.3.2.1 La publicidad

A lo largo del tiempo, todos hemos podido observar cómo la publicidad ha ido evolucionando y cambiando conforme lo hacía la sociedad, pero siempre con ese fin último de conseguir vender productos, ideas y opiniones.

La publicidad de hoy, no es la misma de hace años y tampoco será la publicidad del mañana. Ha cambiado sus mensajes, soportes e incluso el propio concepto de publicidad ha evolucionado.

Para O'Guinn et al. (1999): "La publicidad es un esfuerzo pagado, transmitido por medios masivos de información con objeto de persuadir" (p.6)

Por su parte, para Stanton et al. (2004),

la publicidad es "una comunicación no personal, pagada por un patrocinador claramente identificado, que promueve ideas, organizaciones o productos. Los puntos de venta más habituales para los anuncios son los medios de transmisión por televisión y radio y los impresos (diarios y revistas). Sin embargo, hay muchos otros medios publicitarios, desde los espectaculares a las playeras impresas y, en fechas más recientes, el internet" (p. 569).

Para Santesmases (2007),

La publicidad es una transmisión de información impersonal y remunerada, efectuada a través de un medio de comunicación; está dirigida a un público objetivo, en la que se identifica el emisor, y tiene un objetivo específico que, de forma inmediata o no, trata de estimular la demanda de un producto o de cambiar la opinión o el comportamiento del consumidor (p.244).

Kotler y Armstrong (2017) definen la publicidad como "cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado" (p. 470)

Es incuestionable que publicidad y sociedad han ido siempre de la mano. Ambas se retroalimentan mutuamente: a medida que se producen cambios sociológicos, como por ejemplo la digitalización, el nuevo papel de la mujer, la diversidad de género, el intercambio de roles o incluso los nuevos modelos de familia, la publicidad se hace eco de ellos. En definitiva, la publicidad se ha ido adaptando a los cambios de la sociedad y viceversa.

De aquella publicidad racional que ensalzaba las características de un producto apenas queda nada. Hoy en día, los consumidores se han vuelto mucho más exigentes y demandan algo más que atributos. Piden emociones y mayor responsabilidad social y puesto que eso es lo que piden, eso es lo que la publicidad les da.

Como hemos visto anteriormente en el Figura 7, la publicidad es la herramienta de marketing en la que más se invierten las casas de apuestas. El objetivo: captar nuevos clientes. La forma: mostrar entretenimiento, la emoción, la facilidad de ganar dinero, de conseguir premios, vivir el fútbol y el deporte de manera intensa, de pasar tiempo con amigos etc., aunque la realidad sea que apostando se puede ganar pero también perder.

La publicidad permite llegar de manera masiva a los consumidores bien sea a través de la televisión en cadenas públicas, privadas o por suscripción, radio, redes sociales o páginas web. El mundo de las apuestas deportivas se ha convertido en un mundo abierto y accesible para todo el mundo y pese a estar limitado el acceso a mayores de 18 años, lo cierto es que existe una gran preocupación social por el aumento de jóvenes entre 18 y 25 años que ha apostado en algún momento, según muestra la Figura 8 publicada por la DGOJ en su Informe del Perfil del Jugador 2021.

Figura 8: Jugadores activos por rango de edad 2021

Jugadores activos por rango de edad			
Año	2021		
Rango_edad	Jugadores	% Var Anual	Cuota (%)
18-25	440.367	8,45	29,95
26-35	488.634	-2,75	33,23
36-45	313.884	-4,67	21,35
46-55	150.794	-3,24	10,26
56-65	55.714	-9,57	3,79
Más de 65	20.910	-13,18	1,42
Total	1.470.303	-0,61	100,00

Fuente: Ministerio de Consumo. DGOJ

Los datos del informe revelan que las personas que han apostado online en todas las franjas de edad han disminuido en 2021 salvo en los jóvenes de 18 y 25 años, que ha crecido un 8,45% hasta alcanzar los 440.367 jugadores. Esto significa que respecto al 2020, hay 36.000 jóvenes más que apuestan online situándose en segundo lugar por

detrás del grupo de entre 26 y 35 años en el que hay 488.634 personas que apuestan online.

Esta afición de los jóvenes por las apuestas deportivas, se ha convertido en un verdadero problema a nivel social. Y pese a que se han adoptado medidas para limitar su exposición y se han implementado medidas restrictivas para poner límites a la publicidad de las casas de apuestas online, los datos demuestran que el sector de las apuestas deportivas sigue al alza y que los jóvenes, lejos de distinguir esa fina línea roja que separa la afición de la adicción, siguen viendo en esta actividad una forma de ocio más.

Sin embargo, este no es el único problema. Según datos de la Fundación de Ayuda a la Drogadicción (FAD), la adicción al juego de adolescentes de entre 14 y 18 se está convirtiendo en un problema creciente. Incluso el propio Ministerio de Sanidad confirma que: “En lo relativo al juego, pese a ser esta una actividad restringida a mayores de 18 años, los datos oficiales indican que un 10,3% de los menores han apostado online en el transcurso del último año y un 22,7% de manera presencial” (p.3).

Evidentemente, que los adolescentes menores de 18 puedan hacer apuestas deportivas online, significa que algo está fallando en los protocolos de acceso a las plataformas de los operadores. Que un menor pueda registrarse en una casa de apuestas online suplantando la identidad de una persona mayor de edad, sin mayor problema, significa que no se han implementado las medidas suficientes, para proteger a los más vulnerables.

En la página Web del Ministerio de Consumo, en su política de Juego Responsable afirma:

“La Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ) tiene la obligación de proteger a los participantes, particularmente menores y grupos vulnerables, mediante la promoción de políticas de juego responsable que permitan difundir buenas prácticas de juego y prevenir y reparar los efectos negativos del mismo. En consecuencia de lo anterior, la Dirección General de Ordenación del Juego pone a disposición de los interesados en los temas de juego responsable el portal temático www.jugarBIEN.es , punto de encuentro de usuarios y profesionales.”

El mismo Ministerio en su programa de Juego Responsable 2019-2022 señala

“A partir de la actitud proactiva de los diferentes agentes e instituciones, se deben desarrollar desde medidas de responsabilidad social corporativa hasta actuaciones regulatorias, con el propósito de que todas estas actuaciones reviertan en la seguridad, protección y por ende bienestar de los consumidores”
(P.9)

Es evidente que esa actitud proactiva que se demanda a las casas de apuestas online, no ha de limitarse únicamente a incluir en su publicidad los logotipos de Juego Responsable (Figura 9) vinculados al cumplimiento de los objetivos fijados por la Ley 13/2011, de 27, que la DGOJ pone a disposición de los operadores. Es necesario que exista una verdadera RSC que mida los impactos que genera su actividad sobre sus clientes y sobre la sociedad en general. El problema, y no atañe solo al mercado del juego, es que el papel lo aguanta todo y muchas veces la RSC de muchas empresas, no es ni responsable, ni social

Figura 9: Logotipos de Juego responsable



Fuente: DGOJ. Elaboración propia

¹⁰ Logotipo emitido por la Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ) que garantiza que el operador que ha enviado la comunicación electrónica es titular de una licencia de juego legal para operar en territorio español.

¹¹ Derecho que le asiste a un cliente a dejar de jugar por iniciativa propia durante un periodo mínimo de seis meses sin que el operador pueda contactar con él de ninguna forma.

¹² El logotipo de +18 y el juego responsable, suelen incluir un enlace que conduce a la página de juego responsable del propio operador.

¹³ Logotipo de la sección de la DGOJ destinada a informar y concienciar sobre el juego online responsable, contiene información y herramientas para fomentar el juego como una opción de entretenimiento

En el año 2022, el Ministerio de Consumo aumentó el presupuesto para la regulación del juego online, un 66,08% con respecto a 2021 para fortalecer “la capacidad de vigilancia, control y sanción sobre el mercado de apuestas y juego online”. Asimismo, dotó una partida de millón y medio de euros en campañas para la prevención de la ludopatía.

La solución a toda esta problemática para disminuir la afición y evitar una posible adicción de los jóvenes por las apuestas deportivas no es fácil. Hay varios intereses encontrados tanto por parte de los operadores, como de la Administración. Por una parte los económicos: el mercado es una excelente fuente de ingresos tanto para unos, como para otros. Por otra, existe cierta alarma social como consecuencia del efecto que las apuestas ejercen sobre los jóvenes que es necesario abordar, por ambas partes.

4.3.2.2 Los bonos promocionales

Tras la publicidad, los bonos constituyen la segunda estrategia de marketing más utilizada por las casas de apuestas con una inversión en 2021 que alcanzó los 195 millones de euros.

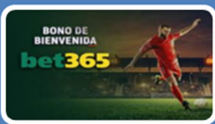



Los bonos son en realidad una estrategia para la captación de clientes, que ofrecen dinero no real como reclamo para atraer y registrar nuevos usuarios. Son en definitiva, el gancho para conseguir que ese dinero gratis, anime al jugador a efectuar depósitos de dinero real y así, entre en la dinámica de las apuestas.

Una vez conseguida la cuenta, lo cierto es que el uso y disfrute de ese bono está sujeto a una serie de condiciones, que varían de un operador a otro y que dificultan que el dinero real que un jugador pueda ganar con el uso del bono, acabe en su bolsillo. Pérez (2018), señala algunos de los requisitos más habituales establecidos por los operadores:

- El primer depósito de dinero en efectivo debe hacerse en el plazo de 7 días a contar desde el registro y concesión del bono.
- Todos los requisitos de apuestas deben cumplirse en un plazo de 30 días para no perder el bono.
- Si el usuario no cumple con los requisitos, no podrá retirar el dinero depositado tal como estipulan los términos y condiciones que aceptó al registrarse.
- Además del bono estándar de bienvenida que ofrecen todas las casas de apuestas, existe una amplia oferta de promociones en el mercado (Figura 10), que depende de

lo que el operador quiera ofertar. Normalmente estos bonos se ofrecen a jugadores ya registrados que han agotado con mayor o menor fortuna su bono de bienvenida, con el objetivo de retenerle apostando.

Figura 10: Tipos de bonos promocionales

	BONO DE BIENVENIDA. <ul style="list-style-type: none">• Se ofrece a los nuevos usuarios registrados. Se obtienen automáticamente con el primer depósito en dinero real en la cuenta de juego.
	BONO DE RECARGA <ul style="list-style-type: none">• Se ofrecen semanalmente para que los jugadores vuelvan a jugar.
	INVITA A UN AMIGO <ul style="list-style-type: none">• Algunos operadores regalan bonos jugadores ya registrados que hayan invitado a un amigo a registrarse y haya hecho su primer depósito
	REEMBOLSO/DEVOLUCION. <ul style="list-style-type: none">• Se regala a aquellos jugadores que hayan perdido a su última sesión de juego. Buscan fomentar el juego cuando disminuye la liquidez del jugador.

Fuente: bet365, 888sport, bwin. Elaboración propia.

Para Pérez (2028) los operadores buscan con los bonos:

- Captar la atención del cliente potencial con las promociones de dinero gratis.
- Conseguir los datos personales de los jugadores en el momento de su registro para usos posteriores.
- Asegurarse de que sus condiciones y requisitos fomenten a su vez:
 - El depósito de dinero real en la cuenta de juego
 - El juego y/o apuestas de los nuevos jugadores.
 - La urgencia de uso del bono por su caducidad.
- Cuanto más restrictivas sean las condiciones del bono, menos opciones tendrá el jugador de liberarlo y mayor será la rentabilidad del operador por cliente captado.
- Promociones constantes de forma segmentada para que los jugadores permanezcan en sus plataformas y aumenten su gasto en apuestas.

Toda esta variedad de bonos promocionales ayudan a comprender cómo y por qué los usuarios entran en un bucle de apuestas y depósitos constantes que, a largo plazo, solo beneficia al operador de juegos de azar.

4.3.2.3. La afiliación

La afiliación es otra de las estrategias del marketing especialmente utilizada en el sector de las apuestas deportivas que permite a los operadores dar a conocer y promocionar sus productos a través de sus afiliados, que son en definitiva páginas web y blogs de terceros que ofrecen, todo tipo de información sobre la oferta y promociones que ofrecen los operadores. En el proceso de afiliación, por tanto son tres los actores intervinientes, tal como se representa la Figura 11.

Figura 11: Actores en el proceso de Afiliación



Fuente: Boada, (2021) .Elaboración propia.

Los objetivos que persigue la estrategia de afiliación fundamentalmente son los de conseguir una mayor visibilidad, llegar a un público objetivo más amplio y dar a conocer sus productos.

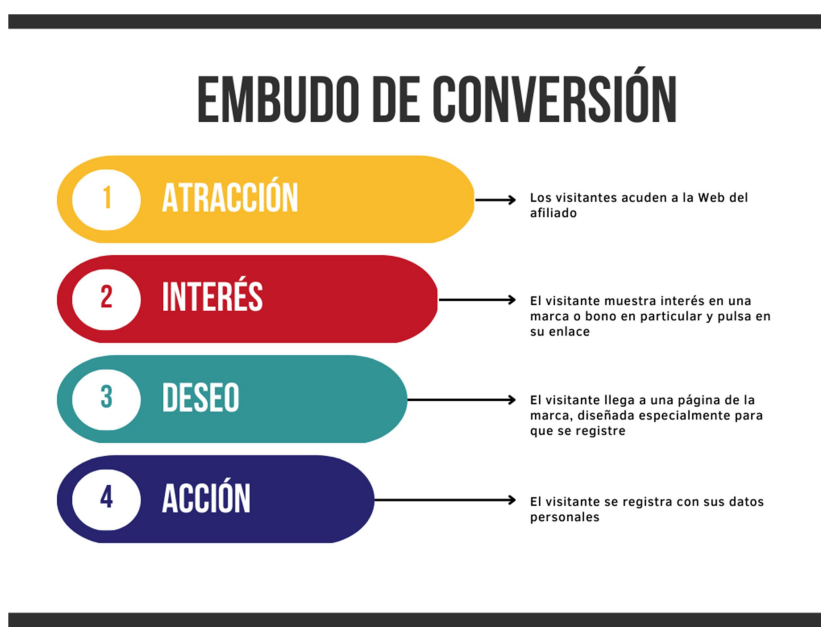
Evidentemente, la labor desempeñada por los afiliados, no es altruista. En realidad son comisionistas que cobran un porcentaje (previamente acordado) por cada cliente que visita su web y acaba convirtiéndose en cliente final para el operador. Cortes

(2021), señala que, normalmente, las comisiones de los afiliados pueden ser de dos tipos:

- 1) Coste por Adquisición (CPA) donde el afiliado gana una comisión por cada usuario que se registra, deposita y juega;
- 2) Revenue Share: el afiliado gana un porcentaje de los ingresos generados por los jugadores registrados en las webs de juego online.

En el marketing de afiliación se produce un proceso conocido como embudo de conversión (Figura 12) que describe los diferentes pasos que sigue un cliente desde que llega a una página web como potencial, hasta que termina convirtiéndose en final.

Figura 12: Proceso de conversión cliente potencial / cliente final



Fuente: Santesmases, (2007). Elaboración propia

Las Redes Sociales (RRSS) como Twitter, Facebook o Instagram, entre otras juegan también un papel importante en la estrategia de afiliación por su efectividad, a la hora de captar nuevos clientes, promocionar los productos y, sobre todo, establecer una comunicación directa con los clientes. Las casas de apuestas procuran que sus perfiles sean lo suficientemente atractivos para asegurarse un buen número de seguidores y diseñar así un plan de marketing adaptado a cada sector de público objetivo que se pretende abordar, con el fin de promocionar su negocio de manera más eficaz y persuasiva.

En Twitter, por ejemplo, los tipster gozan de gran aceptación por parte de los jóvenes que realizan apuestas deportivas. Ofrecen pronósticos, y hacen recomendaciones en apuestas con más posibilidad de éxito. Evidentemente, sus servicios están sujetos a condiciones y pueden, regalarlos a sus seguidores siempre y cuando utilicen sus pronósticos con una casa de apuestas concreta, con la que previamente ha acordado una compensación o bien, venderlos directamente al jugador.

Sin embargo, la figura del Tipster no está exenta de polémica. Considerados en unos casos como “gurús de las apuestas” (Figueras, 2023) o en otros como “vendedores de humo” (Pareja, 2021), lo cierto es que la industria generada en torno a los Tipster arrasa en la red vendiendo pronósticos deportivos y sobre todo y más importante, según Martínez (2021), “la mayoría representan un referente perverso para los jóvenes porque les muestran un mundo de dinero y lujo inalcanzable” (p.10).

4.3.2.4. El Patrocinio

Según la web de la Asociación de Marketing de Patrocinio (Sponsorship Marketing Association, SMA), el marketing de patrocinio se define como "la asociación entre una marca y un evento, equipo, atleta o propiedad con el propósito de promover la marca mientras el patrocinado aprovecha los beneficios del respaldo financiero"

El patrocinio es la herramienta de marketing utilizada por las casas de apuestas que más ha sufrido los efectos del RD 958/2020 de comunicaciones comerciales de las actividades de juego. Respecto al 2021 su inversión cayó un 26%.

Antes de la entrada en vigor del RD 958/2020, las casas de apuestas, previo pago de una contraprestación económica, firmaban contratos de patrocinio con entidades deportivas, futbolísticas en su mayoría, con el fin de adquirir una mayor notoriedad a través de la actividad del patrocinado. Así, por ejemplo, se podía ver a como jugadores conocidos del equipo patrocinado participaban en anuncios del patrocinador, o como exhibían su marca en sus equipaciones, o incluso viendo un partido, estaba presente la marca del operador en las instalaciones del estadio.

El RD 958/20 prohibió cualquier tipo de patrocinio que estuviera relacionado específicamente con la casas de apuestas.

5. Una adicción sin sustancias: la ludopatía

El mercado de las apuestas deportivas online, al margen de su innegable incremento, de sus cifras, de los ingresos que genera tanto para operadores como para el Estado, o incluso de los miles de puestos de trabajo que crea, ha dejado un escenario de gran preocupación que alerta ante los efectos nocivos de un uso compulsivo del juego en los sectores más vulnerables, y muy especialmente, en los jóvenes y adolescentes.

Jugar a las apuestas, no supone ningún problema, salvo cuando esta forma de entretenimiento deja de ser voluntaria para convertirse en obligación, o cuando deja de ser lúdica y se transforma en una obsesión mostrando esa parte oscura, silenciosa y adictiva que esconde el juego: la ludopatía.

5.1. La ludopatía

La adicción al juego o ludopatía, comienza a ser considerada un problema social en los años 80 en el marco de una sociedad consumista que incita a la compra compulsiva de productos y objetos no imprescindibles. Las penurias y carencias de generaciones anteriores parecen haber quedado en el olvido. “Ya no es indigno, ni inmoral, gastar por gastar, o dicho de otra forma, cada vez hay menos culpabilidad por gastar dinero en cosas que no sean imprescindibles” (Pérez del Río, 2011. p 49).

El concepto de ludopatía ha ido cambiando con el tiempo e incorporando nuevas connotaciones en la medida que la sociedad ha ido evolucionando y tomando conciencia de la problemática de adicción al juego.

Todos estos cambios se han visto reflejados en las diferentes ediciones publicadas del Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales (DSM) de la American Psychological Association (APA) y en la Clasificación Internacional de Enfermedades (CIE) de la Organización Mundial de la Salud (OMS).

La OMS introdujo el juego patológico por primera vez en la actualización de 1992 (CIE-10) dentro de la categoría de “Trastornos de los hábitos y del control de los impulsos” y la definía como:

“Un trastorno caracterizado por la presencia de frecuentes y reiterados episodios de participación en juego de apuestas, los cuales dominan la vida del/la

enfermo/a en perjuicio de sus valores y obligaciones sociales, laborales, materiales y familiares;(…) esta conducta persiste y a menudo se incrementa a pesar de sus consecuencias sociales adversas tales como pérdida de la fortuna personal, deterioro de las relaciones familiares y situaciones personales críticas”. (OMS, 1992, citada en Carmona, 2013 p.1).

La versión revisada de 2019 (CIE-11), sin embargo, la contempló en la categoría “Trastornos por consumo de sustancias o conductas adictivas”.

En cuanto a la APA, los primeros criterios diagnósticos de la ludopatía fueron establecidos en el DSM-III (APA, 1984), que en realidad eran los mismos que se utilizaban para diagnosticar el abuso de sustancias tóxicas. Sin embargo, el DSM-III.R publicado en 1987, limitaba la categoría de adicciones sólo al consumo de drogas y alcohol. (Vázquez y Barrera, 2020).

En 1994 el DSM-IV, incluyó el juego patológico en el epígrafe de los *Trastornos en el control de impulsos (DSM-IV-TR)* y mejoraron los criterios de diagnóstico del ludópata. Se comenzó a dar relevancia no solo a las consecuencias del juego sino a los factores que lo desencadenan, y se sugiere así la necesidad de tratamientos tanto sintomáticos como no sintomáticos del problema. También se añade que el juego es utilizado como medio para eludir problemas o para disminuir un estado de ánimo disfórico o deprimido. (Vázquez y Barrera, 2020)

Sin embargo, los cambios más significativos en el diagnóstico de la ludopatía llegaron con los criterios diagnósticos del DSM-V de 2013 (Tabla 2), a partir del cual el juego patológico deja de estar incluido en el apartado de los Trastornos en el control de impulsos y pasa a formar parte del epígrafe de los Trastornos relacionados con sustancias y trastornos adictivos (Ibáñez y Sáiz, 2020).

Tabla 2: Criterios diagnósticos del DSM-V

Criterios diagnósticos del DSM-V	
1.	Necesidad de apostar cantidades de dinero cada vez mayores para conseguir la excitación deseada.
2.	Está nervioso o irritado cuando intenta reducir o abandonar el juego
3.	Ha hecho esfuerzos repetidos para controlar, reducir o abandonar el juego, siempre sin éxito.
4.	A menudo tiene la mente ocupada en las apuestas (p.ej. reviviendo continuamente con la imaginación experiencias de apuestas pasadas, condicionando o planificando su próxima apuesta, pensando en formas de conseguir dinero para apostar).
5.	A menudo apuesta cuando siente desasosiego (p.ej. Desamparo, culpabilidad, ansiedad, depresión)
6.	Después de perder dinero en las apuestas, suele volver otro día para intentar ganar (“recuperar las pérdidas”)
7.	Miente para ocultar su grado de implicación en el juego
8.	Ha puesto en peligro o ha perdido una relación importante, un empleo o una carrera académica o profesional a causa del juego
9.	Cuenta con los demás para que le den dinero para aliviar su situación desesperada provocada por el juego
Especificar si:	
1.	Esporádico: Reúne los criterios diagnósticos, pero pasan meses sin síntomas
2.	Persistente: Los síntomas son continuos y persistentes durante años
Especificar si:	
1.	En remisión temprana: Tras haber sido diagnosticado, no manifiesta ninguno de los criterios durante un periodo de 3 a 12 meses.
2.	En remisión sostenida: Tras haber sido diagnosticado, no manifiesta ninguno de los criterios durante un periodo superior a 12 meses
Especificar la gravedad actual	
	<ul style="list-style-type: none"> • Leve: cumple 4-5 criterios • Moderado: Cumple 6-7 criterios • Grave: Cumple 8-9 criterios

Fuente: Ibáñez et al. (2020). Elaboración propia

Además de los criterios diagnósticos, Custer (1984) señala que el desarrollo y progresión del juego patológico sigue un patrón uniforme, que pasa por tres fases ganancia, pérdida y desesperación.

Fase de ganancia: En esta primera fase el jugador obtiene grandes ganancias, que le lleva a apostar más dinero de forma habitual. Esta fase puede continuar durante meses o años. El individuo cree ser un gran jugador y está convencido que puede controlar el azar.

El refuerzo social que recibe de sus amistades juega un papel importante en sus expectativas irracionales sobre su control del azar. Las pérdidas no son más que el producto de una mala racha, fruto de malos consejos o una suerte gafada por alguno de los presentes. En cualquier caso, siempre se debe a factores externos. (Domínguez et al. 2007)

Fase de pérdida: La gran ganancia marca el fin de la primera fase y el comienzo de la segunda. En esta fase el jugador comienza a jugar solo y en consecuencia, pierde el refuerzo social. Irá aumentando las cantidades en las apuestas y al final volverá a perder y volverá a jugar para recuperar el dinero perdido, no para ganar.

Las continuas pérdidas le llevarán a pedir préstamos, pero en cualquier caso, no supondrá ningún problema porque el juego le proporcionara el dinero necesario para pagarlos rápidamente y evitar que este hecho sea conocido por familiares y amigos.

Comienza a encubrir el juego con mentiras con la esperanza de conseguir una gran ganancia. A nivel personal, su productividad disminuye en el trabajo y desatiende sus obligaciones familiares, con el consiguiente deterioro de las relaciones. Cuando no cuenta con ninguna fuente de ingresos acude a fuentes ilegales de financiación y si esto no es posible, finalmente recurre a la familia o amigos, que por lógica, le ayudarán para salvar la situación. Solucionado el problema, llega el momento de las promesas y cumplirá, pero por poco tiempo. El juego ha perdido su sentido lúdico y genera un importante malestar.

Fase de desesperación: El rescate de la fase anterior marca el fin de esa y comienza la tercera fase. Se apodera del jugador un estado de pánico como consecuencia de las fuertes deudas, el deseo de saldarlas lo más rápidamente posible, el distanciamiento de amigos y familiares, la mala reputación adquirida y un deseo nostálgico de recuperar aquellos primeros días de ganancias.

El jugador física y psicológicamente se siente agotado y desesperado e impotente ante las deudas. Tiene problemas de insomnio, y está inquieto e irritable. La depresión, pensamientos suicidas e intentos de suicidio son comunes en este momento. Sin embargo, sigue sintiendo la necesidad de jugar.

Otros autores, como Lesieur y Rosenthal (1991), añaden otra fase, la de abandono:

Fase de abandono: El jugador asume que jamás podrá dejar de jugar, pero ya no le importa, aun sabiendo que seguirá perdiendo.

5.2. Tipos de Jugadores.

Un aspecto a tener en cuenta en los estudio sobre la ludopatía es la categorización de los jugadores según la intensidad en la actividad del juego, las características sociales y psicológicas del jugador, o el fin que persigue, con el fin de extraer las principales características que los definen . y aplicar en consecuencia los tratamientos más eficaces y del mismo modo, diseñar los planes de prevención más adecuados a cada tipología.

Tal como señala Prieto (2003), existe una amplia literatura sobre este tema. y muchos los intentos que se han llevado a cabo para establecer una clasificación tal como se recoge en la Tabla 3

Tabla 3: Tipos de Jugadores

SEGÚN LA INTENSIDAD	
AUTORES	TIPOS DE JUGADORES
Jugadores Anónimos (s.f. citado en González 1989)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Jugador serio:</i> juega regularmente, dedica gran parte de su tiempo y dinero al juego. • <i>Jugador dependiente:</i> necesita jugar para aliviar la ansiedad y la tensión. El juego le ayuda a escapar de los problemas, pero no pierde el control, • <i>Jugador compulsivo:</i> Ha perdido el control y no puede dejar de jugar.
	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Jugador social:</i> Juega de vez en cuando por pacer o entretenimiento como forma de interacción social. Es capaz de dejar de jugar en cualquier momento, independientemente de si gana o pierde, sin perder el control. • <i>Jugador profesional:</i> El juego es su forma de vida.

<p>González (1989, citado en Prieto, 2003)</p>	<p>Apuesta de forma racional y no pasional, de acuerdo a un cálculo estudiado y en juegos que le permitan mantener el control</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Jugador patológico</i>: el juego es una necesidad. No puede dejar de jugar, ha perdido el control. El juego es una forma de aliviar la ansiedad y la tensión y escapar del vacío interior.
<p>Becoña (1993, (citado en Prieto, 2003)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Jugador ocasional</i>: Juega de vez en cuando pequeñas cantidades de dinero. • <i>Jugador social</i>: Juega por ocio o placer cantidades considerables de dinero y empleando gran parte de su tiempo, pero sin perder el control. • <i>Jugador social excesivo</i>: Tiene gran implicación en el juego pero su conducta no es patológica. • <i>Jugador profesional</i>: Vive del juego. Participa en juegos que requieren habilidad y es proclive a hacer trampas para ganar. • <i>Jugador problema</i>: Juega a diario con un gasto considerable. Muestra dificultades para mantener el control. • <i>Jugador patológico</i>. La falta de control sobre el juego le acarrea problemas personales, familiares y profesionales.
<p>Ochoa y Labrador (citados en Prieto, 2003)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Jugador social</i>: Juega por ocio o placer cantidades considerables de dinero y empleando gran parte de su tiempo, pero sin perder el control aunque, cuanto más intensa sea la forma de jugar, y más fácil será que se convierta en jugador problema. • <i>Jugador problema</i>: Juega frecuente o incluso diariamente con un desembolso económico que suele traerle problemas. La regularidad en el juego exige una mayor dedicación de tiempo y su

	<p>dificultad para controlarse puede convertirlo en poco tiempo en jugador «patológico».</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Jugador patológico</i>. Tiene total dependencia del juego. Su falta de control interfiere en el funcionamiento normal de su vida cotidiana. • <i>Jugador profesional</i>: Vive del juego. Participa en juegos donde es importante la habilidad y es capaz de hacer trampas para ganar. Apuesta de forma racional y analítica.
--	--

SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS SOCIALES Y PSICOLÓGICAS

<p>Morán (1970, citado en Prieto, 2003)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Jugador sintomático</i>; el juego está asociado a trastornos psicológicos primarios¹⁴ como la depresión. (Nota)ej. depresión). • <i>Jugador psicopático</i>: juega como parte del patrón conductual generalizado característico de su estado psicopático. • <i>Jugador neurótico</i>: el juego actúa como respuesta a una situación o problema emocional. • <i>Jugador impulsivo</i>: Pierde totalmente el control y continúa jugando hasta que se acaba el dinero. • <i>Jugador subcultural</i>: Juega para conseguir la aceptación de su grupo, pero no puede dejar de jugar, mientras sus compañeros sí lo hacen.
--	--

SEGÚN EL FIN BUSCADO CON EL JUEGO

<p>Custer y Milt (1985, citados en Prieto, 2003)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Jugador de alivio y escape</i>: juega para aliviar la ansiedad, depresión, ira, aburrimiento o soledad. El juego le proporciona un escape a sus crisis y dificultades. Se subdivide a su vez en dos tipos: el explosivo, que juega de manera intensa pero sólo en
---	--

¹⁴ Trastornos mentales no inducidos por sustancias ni debidos a enfermedad médica.

	<p>ciertos momentos u ocasiones y el tranquilo, que juega más por los efectos analgésicos, que por los eufóricos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Jugador social frecuente</i>: Empieza jugando por entretenimiento, pero de forma progresiva va jugando más regularmente, con más concentración y más intensidad, dejando de atender aspectos de su vida cotidiana, familiar y laboral, para convertirse en un jugador social frecuente.
--	--

Fuente: Prieto (2003). Elaboración propia

5.3. Consecuencias de la ludopatía

El juego patológico provoca unas consecuencias negativas que varían en función de la persona, sus circunstancias y el nivel de juego patológico desarrollado. Además, estas consecuencias negativas tienden a intensificar la conducta de juego (Brime et al, 2019).

En este sentido el juego patológico desarrolla una serie de consecuencias que afectan al individuo desde un punto de vista psicológico, afectivo y fisiológico.

Las consecuencias psicológicas derivan en apatía, ansiedad, trastorno bipolar, irritabilidad, desarrollo del síndrome de abstinencia, elevados índices de estrés y desgaste psicológico (Blanco, 2016).

En cuanto a las consecuencias afectivas, destaca la depresión, el sentimiento de culpa motivado por los conflictos familiares o las pérdidas económicas, inestabilidad emocional, angustia, impulsividad y baja autoestima (Extremera, 2019).

En lo referente a *las consecuencias fisiológicas*, son frecuentes entre otras, las alteraciones del sueño, cefaleas, dolores estomacales, falta de apetito, contracturas musculares, mareos, vértigos, fatiga e hiperactividad, Toda esta sintomatología, responde a un elevado nivel de estrés provocado por la obsesión de conseguir dinero para continuar con el juego (Blanco, 2016)

6. Los jóvenes y las apuestas deportivas. ¿Juegan o se la juegan?

La sociedad española ha experimentado profundas transformaciones en las últimas décadas que han propiciado cambios importantes en el sistema de valores de los individuos. Del clasicismo de valores como la familia o el trabajo, hemos pasado otros más individualistas. Y así, en consecuencia nuestros estilos de vida se han modificado (Martínez, 2014).

Los derechos y libertades, poco a poco van ganando terreno, tenemos un extenso abanico de posibilidades dónde escoger y sin embargo, no siempre resulta fácil encontrar dónde ubicarnos. La incertidumbre es un factor que siempre acompaña al ser humano: es difícil saber lo que pasará en cinco minutos, mañana y mucho más lo que deparará el futuro. Y si eso, es complicado para los adultos, mucho más lo es para los jóvenes, que “planifican su vida a partir de una estrategia cortoplacista, «aquí y ahora», mientras omiten empresas de gratificación diferida como estudiar o trabajar para obtener la recompensa a largo plazo” (Tourine, 2009, citado en Martínez, 2021 p. 52).

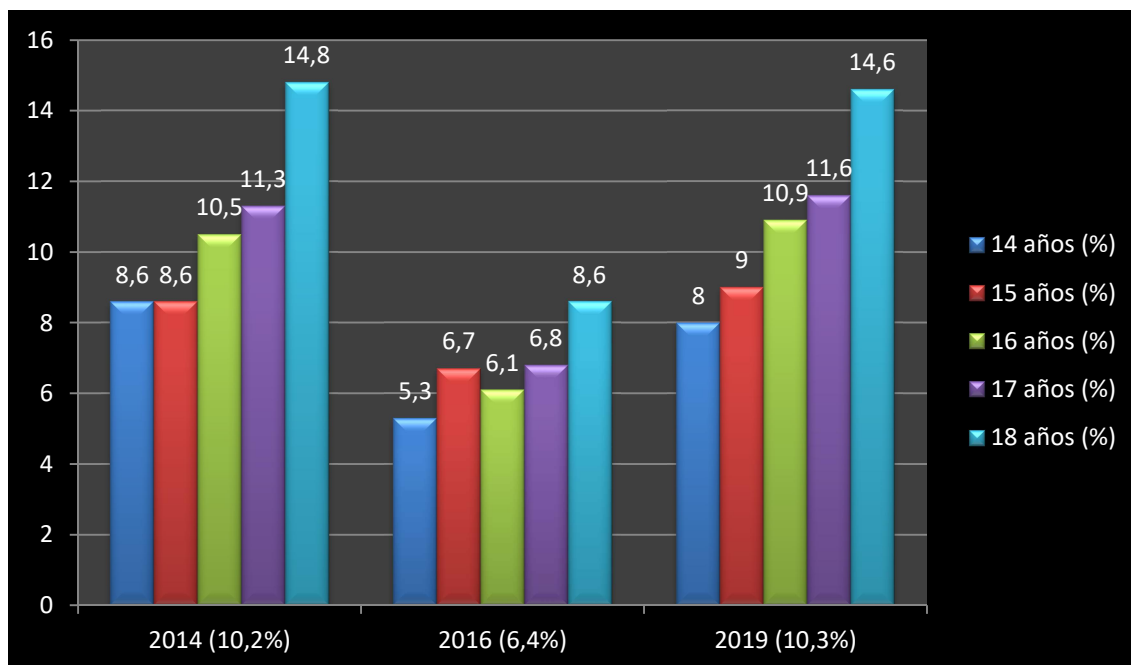
En este contexto de inmediatez, muchos jóvenes encuentran en el mundo de las apuestas una vía de escape y una posibilidad, aunque no siempre real, de conseguir algún aliciente económico que les permita seguir enganchados a esa sociedad de consumo que tanto bienestar y felicidad promete. Todo esto, añadido al desarrollo de las Nuevas Tecnologías (NNTT), han hecho que las apuestas deportivas se hayan convertido en una de las formas de ocio más demandada y también peligrosa el sector del juego sobre todo por los jóvenes y también peligrosa, porque el riesgo de estar más familiarizados con la cultura digital no les exime de riesgos. “El juego de apuestas se está convirtiendo en una práctica integrada y complementaria de un modelo de ocio totalmente normalizado, como una actividad más que se suma a los circuitos y planes de ocio juvenil, lo que implica riesgos evidentes” (Megías, 2020 p.4).

Riesgo, que por otro lado los jóvenes relativizan respecto a su propia persona pues lo ven como algo pasajero y no consideran que implique tantos problemas como otros consumos, para ellos el juego es menos peligroso que el alcohol, las drogas o la tecnología (Megías 2020)

Solamente téngase en cuenta que en las últimas encuestas realizadas en España llevadas a cabo por el Ministerio de Sanidad y recogidas en el Informe sobre Adicciones Comportamentales 2021, reflejan cifras cada vez más preocupantes: El 10,3% de los jóvenes entre 14 y 18 años realizan apuestas online con dinero. Si desglosamos este dato

por franjas de edad y lo comparamos con años anteriores tal como recoge el mismo Informe (Figura 13) se puede observar que la mayoría de los jóvenes se inicia en las apuestas online entre los 14 y los 16 años.

Figura 13: Prevalencia en el juego online con dinero de 14 a 18 años



Fuente: Informe Adicciones Comportamentales 2021. Elaboración propia

Estamos asistiendo a un problema creciente sin ser del todo conscientes y siendo en ocasiones partícipes de ello. Las adicciones sin sustancias (juego, internet, móvil, compras trabajo...) están mejor vistas a nivel social, más normalizadas, pasando incluso desapercibidas.

Desde que los jóvenes se inician en el juego como mera distracción, hasta que se convierte en un hábito, se suceden toda una serie de acontecimientos que hacen que se vayan enganchando cada vez más. El acceso a bonos gratuitos que les reportan ganancias ficticias, les incita apostar dinero real con el que conseguir beneficios reales.

Martínez, (2021) afirma que “En el caso de las apuestas queda acreditado que la mayoría de los jóvenes cruzan por primera vez la maroma del riesgo de las apuestas sin tener que pagar por ello, invita la casa (p.162). Sin embargo, continúa: “No podemos afirmar que los bonos ni las «freebet» sean responsables de ninguna tropelía y menos de la ludopatía, como algunas voces señalan sin titubeos, pero no cabe duda de que inoculan la emoción de apostar” (p.162).

6.1. ¿Por qué juegan los jóvenes?

Lostutter et al. (2002, citado en Pérez 2018), llevaron a cabo una investigación entre jóvenes universitarios para conocer las razones por las cuáles jugaban. De un total de 762 motivos, los resultados señalaron 16, como más representativos:

- Dinero: Jugar para ganar para obtener dinero fácil, con la idea de que su vida puede cambiar en un golpe de suerte.
- Diversión: Jugar para entretenerse, por diversión.
- Emoción: Sentir la excitación que les reporta el juego y como forma de liberar adrenalina.
- Razones sociales: Sociabilizar con amigos o conocer gente nueva.
- Ocupar el tiempo para mitigar el aburrimiento.
- Ganar: Jugar para experimentar la sensación de ganar.
- Competir: Jugar para competir con otros o apostar contra alguien,
- Aprobación: Jugar para conseguir la aceptación del grupo.
- Riesgo: Jugar para sentir la sensación del riesgo.
- Habilidades: Jugar para demostrar a los demás ser el mejor en el manejo de habilidades y estrategias.
- Interés porque el juego les resulta interesante.
- Escape: Huir de las responsabilidades y también de los problemas y momentos de angustia. .
- Desafío: Jugar para experimentar un reto.
- Alcohol: Jugar motivados por el alcohol o por hacer algo mientras se bebe.
- Recuperar pérdidas: Jugar para recuperar lo perdido o para pagar deudas.

En este mismo sentido, Megías, (2020) no habla de motivaciones, sino de sensaciones y aunque coincide en algunas de las señaladas anteriormente, introduce una serie de matices a tener en cuenta. Entre las principales sensaciones que experimentan los jóvenes que, de manera descontrolada, invierten largos periodos de tiempo en los juegos y apuestas online, señala las siguientes:

- Diversión, como fase de iniciación al mundo del juego asociada al ocio grupal y a compartir pequeñas apuestas en partidas rápidas y cortas que no exigen capacidad de atención. Cuando el hábito del juego va en aumento y se incrementa el desembolso económico, se refuerza la importancia del beneficio frente a la pérdida. Es entonces,

cuando se pasa de la diversión grupal a la individual y cambian las prioridades, apareciendo en escena factores como el riesgo, los nervios, la tensión... “Solo habrá diversión si se gana dinero” (p.36).

- Reforzador social. El juego como medio para el reconocimiento social y la aceptación dentro del grupo es un elemento no exento de peligro. En el caso de las apuestas deportivas se tiende a ser el mejor, a apostar mejor que el resto, a convertirse en definitiva, en figura de referencia dentro del grupo y siempre por encima del resto.
- El olvido, distracción y evasión. Llevan a un “estado anestésico, de trance o aplanamiento afectivo y emocional, sólo contrarrestado por algunos repuntes de adrenalina, menos frecuentes cuanto más se juega” (p.38)
- Competitividad. El jugador experimenta ambición y superación dentro del juego, sobre todo si hay terceras personas que obtienen mejores resultados o salen victoriosas. “Pero en torno al imaginario del juego individual (sobre el que se fundamentan las percepciones en relación a los problemas y los hábitos) no se asume la existencia de competitividad: se compete solo, y se debe aceptar” (p.38)
- Inmediatez. El juego en sí mismo posee una dinámica sencilla y rápida, con la que se puede obtener dinero fácil a corto plazo que genera una emoción efímera que busca una siguiente vez.
- La ansiedad que genera continuas pérdidas en el juego incita a seguir jugando hasta que se consigue ganar.
- La Ambición surge cuando el juego deja de ser diversión y el único objetivo es buscar a toda costa el beneficio económico. Esta sensación “Se asocia a hábitos cercanos al juego problemático” (p.40).
- Emoción. Esta se asocia de manera casi exclusiva a las apuestas deportivas. Las apuestas se consideran como un añadido de emoción a los partidos. “Es habitual que jóvenes afirmen que, sin apostar, “no es lo mismo” ver un partido” (p. 40).
- Los nervios, el arrepentimiento y la culpabilidad son sensaciones asociadas a la faceta más negativa del juego que se producen cuando las pérdidas son cuantiosas y el tiempo invertido, al final no ha merecido la pena.

6.2. Factores que predisponen al juego patológico en los jóvenes

A la vista de lo anterior, pudiera pensarse que todos los jóvenes que se inician en el mundo del juego acaban desarrollando ludopatía y no es así. Rull, A. (2023) señala una serie de factores sociales, psicológicos, biológicos o socioambientales que contribuyen a ello y preparan el terreno para su desarrollo.

- **Factores sociales:** Los adolescentes con entornos familiares desestructurados, con problemas entre los progenitores o con una relación conflictiva con ellos, bajo nivel educativo, poca presencia de un modelo de referencia, falta de supervisión, o con un entorno en el que domina la drogadicción y la violencia, son más proclives a la ludopatía.

La normalización de la familia hacia la conducta de juego en ocasiones especiales o como una tradición puede suponer que se normalicen juegos como las apuestas y no haya conciencia de que el juego puede llegar a ser problemático (Megías, 2020).

- **Factores psicológicos:** Los adolescentes con sentimientos de depresión o ansiedad, tendencia a la impulsividad y al riesgo, problemas emocionales, de socialización y de aprendizaje, baja autoestima, escasa tolerancia a la frustración, o cambios bruscos de humor, entre otros, son más vulnerables a la ludopatía.
- **Factores biológicos:** Los trastornos de la conducta y la predisposición genética también son factores de riesgo que contribuyen al desarrollo de la ludopatía en jóvenes y adolescentes.
- **Factores socioambientales:** El consumo de alcohol y drogas, la compañía de otros jóvenes con problemas de ludopatía o el exceso de tiempo libre, son factores que también contribuyen a la gestación del juego patológico en los jóvenes.

Robert y Botella (2008) además señalan a la publicidad de los juegos en los medios de comunicación, la facilidad de acceso a los lugares de juego y la gran oferta de juegos disponibles como factores también a tener en cuenta. Por su parte, Megías (2020) recuerda que España es considerado “un país jugador” (p.14) lo que facilita aún más el acceso a los juegos de azar y su amplia aceptación.

Extrapolando todo lo anterior al caso de las apuestas deportivas, resulta interesante la aportación de Martínez, (2021) que señala nueve factores de riesgo a tener en cuenta

en el desarrollo del juego patológico, si bien “no todos los apostadores los sufren con la misma saña” (p.196)

1º. “Ser deportista y seguir las competiciones de élite. “Los jóvenes aficionados al deporte y que desde la más tierna infancia han seguido con pasión el deporte de élite son interpelados de manera directa por la industria del juego a demostrar sus habilidades y conocimientos” (p.196).

Como señala Martínez (2021),

“los jóvenes las conceptualizan como una actividad de ocio más porque se han convertido en parte intrínseca del deporte” (p.22) [...] son “todo un reclamo para jóvenes con ganas de poner a prueba sus conocimientos sobre el deporte, mientras experimentan la adrenalina que inyecta la incertidumbre de ganar o perder” (p.29)

Cuando el deporte se observa desde la competitividad y la participación queda en un segundo plano, los jugadores más competitivos buscan ganar a toda costa porque forma parte de su sistema intrínseco de valores. No admiten una derrota y no dudan en apostar una y otra vez para demostrar a los demás y a sí mismos que dominan el mundo del deporte.

2º La familia: “Algunos padres han inculcado la competitividad deportiva a sus hijos. Llegada la edad adulta, algunos quieren convertirse en apostadores profesionales porque su sistema de valores es similar al recibido por parte de la familia” (p.197) . Muchas familias todavía consideran que la Quiniela se ha hecho toda la vida y que apostar no entraña riesgos y entra dentro de lo normal.

3º El mercado online: “La irrupción de casas de apuestas online es un riesgo porque el acceso al juego es ilimitado, desde cualquier sitio y momento con una simple conexión a Internet” (p.197)

4º Ser hombre. “El deporte, históricamente, ha sido considerado como masculino. En consecuencia, los hombres deportistas y/o con especial interés por el dinero siempre son más receptivos a mensajes publicitarios pensados para ellos” (p.197). En los jóvenes el riesgo se intensifica cuando ocupan su tiempo mayoritariamente en las apuestas en detrimento del aspecto lúdico del deporte y por añadidura, de otras formas de ocio.

5º Vulnerabilidad social. “Las personas en situación de vulnerabilidad social son quienes presentan mayores riesgos” (p.198). Problemas ya antes mencionados como la

falta de socialización, problemas económicos o expectativas de futuro inciertas, entre otros, favorecen la incorporación de las apuestas como actividad de ocio en lo jóvenes, como una estrategia aceptada para ganar dinero.

6°. Explorar otros juegos de azar. Cuando el tiempo empleado en las apuestas deportivas y las expectativas, no producen los beneficios económicos esperados, se tiende a probar suerte en otros juegos de azar deportivos como una vía rápida de enriquecimiento, que por otro lado, resulta ser mucho más compulsiva y contribuye a desarrollar el juego patológico mucho más rápidamente.

7°. Las drogas. Cuando una persona apuesta bajo los efectos del alcohol o las drogas tiende a jugar de forma irracional mayores cantidades de dinero. Asimismo, Martínez (2021) señala la existencia de jóvenes que arrastrados por pérdidas continuas se involucran en la venta de droga para hacer frente a las deudas. “La combinación de drogas y apuestas incrementa la probabilidad de sufrir daños” (p.199)

8° Los tipster. La pseudorealidad que presentan los tipster tan seguidos por los jóvenes en los canales de Telegram les incita a apostar para gozar de ese mundo privilegiado que muestran y que manifiestan haber conseguido apostando. La falsa promesa de ganar cada vez más dinero es una mala influencia para los jóvenes, en general, y muy particularmente para los más vulnerables.

9° Los riesgos. Se incide fundamentalmente en los problemas económicos derivados de las apuestas como el elemento generador y catalizador del juego patológico asociado a la mentira, la ansiedad, irritabilidad, necesidad de pedir préstamos o malestar emocional, entre otros.

6.3. Los jóvenes relatan la peor apuesta de sus vidas

El mundo de las apuestas no es ningún juego. Pese a esa pretensión de mostrarlo como una actividad más de ocio entre los jóvenes inocua y exenta de riesgo, la realidad que esconden es otra bien distinta. Hemos visto porqué juegan los jóvenes y cuáles son las motivaciones que les llevan a adentrarse en ese mundo aparentemente inofensivo y que sin embargo, pone de manifiesto la existencia de un verdadero problema social: cada vez son más los jóvenes que apuestan y muchos los casos de adicción al juego.

Detrás de datos, encuestas o estudios sobre este tema, encontramos historias reales, testimonios de jóvenes y adolescentes que, lejos de encontrar en el juego una forma de entretenimiento han terminado sufriendo la peor apuesta de sus vidas.

Las vivencias de jóvenes adictos al juego que se transcriben a continuación, son tan solo un mínimo ejemplo de esa realidad perversa y dañina que esconden las apuestas deportivas.

Comencé apostando 2€ los cuales pensé que iba a perder porque no había hecho nunca algo parecido. Acerté. Mi cabeza hizo un clic impresionante pensando que realmente podía ganarme la vida apostando en apuestas y viendo básicamente el fútbol sentado en sofá de mis papis viendo a como los demás iban a trabajar en trabajos que no les gustaba simplemente para pagar el alquiler, hipoteca, facturas de comida...etc. Yo me sentía el puto amo pensando pobres ingenuos, ignorantes de la vida, estúpidos que trabajan en trabajos que no les gusta y yo, mírame aquí ganándome la vida haciendo apuestas de fútbol.

Comencé a perder. Comenzaba a intentar recuperar lo que perdía de manera inmediata. Comenzaba a perder más. Comencé a gastarme mi sueldo de camarero en básicamente 3 días, en pedir préstamos de 100 y 200€, de robarle a mi madre 50€ del bolso. Comenzaba a perder más dinero, necesitaba más. Más robos, más préstamos. Comencé a robar a personas desconocidas [...]. Empecé a pedir préstamos más grandes, a endeudarme más aun, a pedir adelantos en el trabajo, a mentir más, a alejarme de los míos. No era yo en ningún momento. No era yo en ningún momento. No sé en qué puto momento llegue a deber más de 10.000€, a tener que ir me de España [...] para intentar dejar de apostar. Y no se en que momento me quedé solo, me alejé de mundo por esta puta mierda. En serio, no te engañes, no controlas una mierda. No. Apostando te vas a ir a tomar por culo. (@partedecero, 2023)

Empiezas jugando por casualidad, con el cambio, porque juegan tus amigos... Hasta que un día tienes la mala suerte de que te toca el premio gordo. Ese día te gastas 100 euros y te vas a casa con 400. Sales del bar con un subidón, pero antes de llegar a casa te lo gastas en los tres bares siguientes. El juego es como una amante. Cuando tienes problemas, juegas. Cuando estás feliz, juegas. Si estás tenso, juegas. Si estás desesperado, juegas. Llega un momento en el que ganar o perder te da igual. Incluso si ganas pronto, te enfadas porque lo que quieres es seguir jugando. Y al final lo pierdes todo. El trabajo, la familia, la dignidad. Lo pierdes todo por nada, por una fantasía de éxito (Entrevistado citado en Terrasa, 2019).

Si ganas, sientes que eres el mejor del mundo. Lo he hecho, lo he conseguido yo solo. Cuando pierdes, eres lo peor... Pero en un rato ya crees que podrás recuperarlo, que volverás a ser el mejor otra vez. Crees que un día sonará la campana y te harás rico», cuenta. Hay gente que escucha música para evadirse o conduce rápido para sentir otras emociones. Yo sustituía el vacío de felicidad apostando. (Entrevistado citado en Terrasa, 2019).

Empecé casi sin querer, con los amigos, una vez a la semana. Al principio era como hacer la quiniela, algo que no tenía mucha importancia ni me suponía un gasto excesivo. Así estuve el primer año, hasta que comencé a invertir más dinero. Cuando pierdes, que es lo habitual, intentas apostar más para recuperarlo y la deuda cada vez es más grande. [...] Mientes a todo el mundo, discutes a menudo y realmente no te das cuenta de que eres un enfermo. (Entrevistado en Anuncibay, 2017)

Mi primer contacto con el juego pues ya fue bastante jovencito con 14 años. Empecé con el póker con esto de las timbas con los amigos y después ya empecé un poco más en solitario con el poker online y después pues poco a poco pues fue creándose una dependencia digamos de alguna manera al juego [...] hasta que después llegaron las apuestas deportivas y con ellas acabe de engancharme del todo [...] lo que notaba era una tranquilidad [...] y no lo veía como ningún problema ni mucho menos sino como un pasatiempo eh y la verdad que era como un ocio que me gustaba tanto que llegué a necesitarlo en el día a día. [...] los amigos pues siempre te llaman un poco la atención porque ven que cuando estás con ellos estás jugando. Entonces imaginan que cuando no quedas por algún motivo que es porque estás jugando. [...]

[...] Llegó un momento que eran las 24 horas sobre todo, por las apuestas deportivas. Yo por la mañana pues hacía mis apuestas incluso si estaba trabajando estaba mirando continuamente los resultados en directo de cómo iban las los partidos que yo había apostado. Incluso a la hora de ir para cama pues dejaba las apuestas hechas y ponía el despertador por la noche para ver los resultados en directo. [...] al final tu vida se convierte en una mentira. Lo que estás buscando son excusas momentos para evadirte de la gente digamos para estar tú solo y poder eh jugar tranquilamente sin que la gente esté molestando.

[...] Trece mil euros fue la cantidad máxima que gané en un día y trece mil euros la cantidad máxima que perdí. Todo en el mismo día en cuestión de tres horas. [...] cuando perdías el dinero y no tenías como conseguirlo es un bucle pero una vez que consigues el dinero se te olvidaba lo mal que estabas hasta que volvías a perder y volvías a estar mal. [...] Llegue a una deuda con el banco importante que no podía pagar y pedí a mi familia que me ayudara. Fue cuando me di cuenta que tenía un problema. (Entrevistado citado en Lacort, 2019)

Las vivencias de todos estos jóvenes presentan trayectorias muy similares: comienzo a edades tempranas con los amigos por mera diversión, la idea de un enriquecimiento rápido apostando pequeñas cantidades y sin previsión del riesgo. Ellos mismos cuentan cómo, poco a poco, lejos del juego en grupo se fueron adentrando de forma individual en un bucle que les llevó a la mentira, al endeudamiento, a alejarse de todo y de todos. En definitiva, a vivir por y para el juego de forma compulsiva.

Todos estos testimonios demuestran por sí mismos, la necesidad de dar visibilidad a un problema real que se extiende entre nuestros jóvenes y desmitificar el juego como una forma de entretenimiento más, exenta de peligro.

7. Prevenir, mejor que curar

En este TFG hemos visto cómo la adicción al juego se ha convertido en un verdadero problema social que en los últimos años afecta especialmente a los jóvenes y cómo este problema va alcanzando niveles preocupantes que hacen necesaria una intervención efectiva desde los distintos actores y sectores implicados para invertir esta tendencia.

En este sentido, el Estado como garante del ordenamiento jurídico tal como afirma Dorrego (2011, citado en García, 2016)

“debe tener en cuenta, por una parte, el cuidado de la salud pública amenazada por los riesgos asociados a la adquisición de adicciones; por otra parte, la protección de los menores y de las demás personas vulnerables que hace necesario el establecimiento de medidas que les impidan participar; además, los poderes públicos deben velar por la protección general de consumidores y usuarios adoptando dispositivos de seguridad que impidan la posibilidad de acciones delictivas” (p.562).

La adicción al juego no sólo la sufre el jugador que, evidentemente se lleva la peor parte, sino también el conjunto de la sociedad, que ha de ser consciente de las consecuencias sociales y económicas que acarrea.

Es cierto que el mercado del juego genera importantes ingresos para el Estado ya sea vía impuestos o por la creación de empleo, pero no es menos cierto que esos beneficios llevan asociados una serie de costes derivados del juego patológico a los que el Estado tiene que hacer frente, desde una perspectiva social, pero también económica.

En el caso de jóvenes y adolescentes esos costes se traducen en abandono escolar, un menor rendimiento académico, depresiones y en los casos más extremos en conductas delictivas (Megías, 2020; García et al. 2016). Para minimizar el daño, el Estado debe aplicar políticas sociales de apoyo y tratamiento de la adicción al juego en distintos ámbitos que también suponen un coste para las arcas públicas a las que todos contribuimos.

Si el Estado recibe fuertes ingresos de la industria del juego, resulta lógico que esos mismos ingresos se reinviertan en programas y asociaciones de ayuda a los

perjudicados o en la adopción de planes de prevención que contribuyan a mitigar el riesgo.

Existe una amplia literatura sobre la ludopatía en la juventud que ha analizado en mayor o menor medida los factores desencadenantes, así como las motivaciones que llevan a los jóvenes a sumergirse de forma compulsiva en el mundo de las apuestas y muchos los autores que coinciden en la prevención, como herramienta para evitar la adicción al juego en los jóvenes.

En este sentido Ibáñez et al. (2020) desarrollan tres ámbitos de intervención desde la familia, el entorno educativo y el sector publicitario.

- **Ámbito familiar**

Los padres han de promover actitudes contrarias a la conducta del juego. Es importante transmitir a los jóvenes la idea de que el tiempo y el dinero invertido en las apuestas implican un riesgo de desarrollar problemas con el juego. Para ello, es de suma importancia que los padres cuenten con la información necesaria que les ayude a conocer los factores desencadenantes y sus consecuencias así como a detectar indicios que sugieran una posible adicción al juego en sus hijos.

- **Ámbito educativo**

Aunque es importante que la comunidad educativa cuente con la información y la formación necesaria para hacer frente a la problemática de la adicción al juego en los jóvenes, no es suficiente para producir cambios en sus hábitos de conducta. Es necesario desarrollar programas que trabajen el entrenamiento en la toma de decisiones, saber gestionar la presión de grupo, trabajar la asertividad y la empatía y promover actividades que favorezcan la mejora de la autoestima y el autocontrol, así como la tolerancia a la frustración

Según Carpio (2009), un programa educativo para la prevención del juego patológico debería incluir los siguientes aspectos:

- “Información al alumnado sobre los riesgos del juego, sus consecuencias y las características del juego patológico.
- Fomento de estilos de vida, actitudes y valores opuestos al juego.
- Promoción de actividades de ocio incompatibles con la conducta de juego.
- Entrenamiento en habilidades para manejar de forma apropiada la presión social que incita a jugar” (p.41)

- **Ámbito publicitario y medios de comunicación**

Con la entrada en vigor del RD 958/2020, de 3 de noviembre, se ha restringido notablemente la visibilidad en los medios y las tendencias publicitarias de los operadores. Sin embargo, todavía queda un largo camino por recorrer.

Los jóvenes y adolescentes perciben las apuestas como algo divertido y asociado al éxito de deportistas de referencia. En este sentido es importante que los medios de comunicación contrarresten este tipo de creencias y contribuyan a alertar del riesgo de normalización de este tipo de ocio tan generalizado entre jóvenes y adolescentes.

Por su parte Martínez (2021) en la línea de actuaciones preventivas de autores anteriores, propone tres que son bastante interesantes:

- La regulación de la figura del tipster, como figura central de la comunidad apostadora. Martínez (2021), considera que es lícito la venta de sus pronósticos siempre y cuando cumpla con sus obligaciones tributarias en España, avale su fiabilidad con estadísticas contrastadas por expertos independientes para evitar el fraude y asuma un código de buena praxis.
- La incorporación de la industria del juego como agente preventivo. Puesto que los operadores son quienes mejor conocen a los apostadores, tienen la capacidad suficiente para implementar medidas preventivas que por una parte contribuyan a desmitificar la sombra que rodea el mundo del juego y por otra para contribuir al bien social, siempre en el marco de una Responsabilidad Social Corporativa bien definida que eluda el juego problemático.
- Evaluar el programa «Juego Responsable». Las indicaciones de juego responsable que aparezcan en las páginas web de los operadores, funcionan más como un descargo de responsabilidades que como acciones preventivas. No queda acreditado que tenga impacto sobre los jugadores y más bien parece una estrategia del mercado del juego sin ningún efecto real. De ahí la necesidad de una revisión del programa

En los últimos años, hemos visto cómo ha aumentado el número de jugadores de apuestas a edades cada vez más tempranas y cómo la adicción al juego se ha convertido en un verdadero problema social. Es por ello, por lo que se hace necesario seguir profundizando en todos aquellos aspectos que contribuyan a su prevención y llegado el caso, a su diagnóstico y tratamiento.

Tal vez, con un sistema de acceso más seguro y restrictivo se conseguiría reducir el porcentaje de jóvenes que se inicia en el mundo de las apuestas deportivas. En cualquier caso, esa será una decisión de los actores implicados que serán los que decidan si es necesario y de ser así el cómo y cuándo hacerlo

8. Conclusión: es el momento de reflexionar

Este TFG nació con la finalidad de dar visibilidad a esa parte oscura de las apuestas deportivas online que va tentando de forma silenciosa y que ha hecho que, en muchos casos, desemboque en una verdadera adicción.

En este trabajo se han mostrado distintos puntos abordados por expertos en la materia para contextualizar el tema y llegar así a una serie de conclusiones que aunque evidentes y de las que mucho se ha hablado en distintos estudios, conviene recordar.

Las cifras dicen que el mercado del juego ocupa un gran peso en la economía y genera grandes ingresos tanto para operadores, como para el Estado, pero también dicen que existe en nuestra sociedad un problema latente que va en aumento y afecta fundamentalmente a jóvenes y adolescentes: la ludopatía.

La irrupción de las nuevas tecnologías ha cambiado las reglas del juego. Apostar en el entorno digital se ha convertido para la juventud en una nueva forma de ocio totalmente normalizada e integrada en sus planes de esparcimiento y socialización, ajena a los evidentes riesgos que implica y que sin embargo no asume como propios. Si esto por sí solo ya supone un problema, el hecho de que los menores se inicien en el mundo del juego a edades cada vez más tempranas lo amplía aún más y eso, es indicativo de que algo está fallando.

A pesar de las restrictivas medidas aplicadas por la Administración al sector del juego y de haber puesto límites a la publicidad de las casas de apuestas, aún no se ha encontrado una solución efectiva que revierta esta situación.

Evidentemente, los operadores también tienen su parte de responsabilidad en este asunto. Las estrategias de publicidad y marketing que utilizan para ofrecer sus servicios y captar nuevos clientes muestran una visión distorsionada del juego que impacta especialmente en la población más joven, y que nada tiene que ver con la realidad. El reclamo del dinero o de los bonos de bienvenida intenta mostrar el juego como algo inocuo exento de peligro, cuando lo cierto es que no son más que el gancho para entrar en la dinámica de las apuestas.

La ludopatía se ha convertido en un tema de salud pública que afecta directa e indirectamente al conjunto de la sociedad y que ha puesto a jóvenes y adolescentes en el punto de mira. Prohibir el juego es inviable, recordemos, como así se ha apuntado en este TFG, que durante siglos el juego, ha sido perseguido y castigado y sin embargo, ha

perdurado a través del tiempo. Como afirma Fontbona (2008) “Podemos detestar el juego; pero mientras haya humanos, habrá jugadores” (p.245).

Prohibir el juego, es algo que no va a suceder. Hay de por medio demasiados intereses económicos entre los actores implicados. La solución pasa por medidas preventivas y acciones responsables del uso del juego, para combatir esa adicción compulsiva que se vislumbra en el horizonte. Tal vez, una medida significativa es que no se hable de juego, pues como reza el título de este TFG más que jugar la juventud se la juega.

Prevenir, mejor que curar, de momento, es la única solución. Hoy por hoy, las implicaciones sociales del juego patológico son las que son. Y todo parece indicar que va en aumento. No sabemos si habrá nuevas revisiones legislativas o qué nuevos desarrollos tecnológicos nos esperan.

Son muchas las dudas que se plantean de cara al futuro, pero de momento hay que abordar el presente afrontando seriamente los riesgos de la adicción al juego, especialmente de los jóvenes y adolescentes.

Ante un problema social, la sociedad en su conjunto debe responder. Y eso nos incluye a todos, porque todos estamos implicados en mayor o menor medida.

Los jóvenes, juegan y se la juegan. Nosotros también.

9. Bibliografía

- Algarra, E. (s.f.) *La regulación del juego y la apuesta en el Derecho español*
<https://vlex.es/vid/juego-apuesta-derecho-espaa-475435334>
- Álvarez, Y. (02/08/2022) *El número de jóvenes entre 18 y 25 años que apuesta online aumentó un 8,45% en 2021*. El Salto. <https://www.elsaltodiario.com/sector-del-juego/jovenes-entre-18-y-25-anos-apuestan-online-aumento-845percent-2021>
- American Marketing Association (AMA). *Definición de Marketing*.
<https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>
- American Psychiatric Association, (1995). *DSM-IV. Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales*. Masson.
- Andrés, F. (05/01/2023). *Los adolescentes y las apuestas: descontrol y sufrimiento*
Ivane Salud. <https://www.ivanesalud.com/los-adolescentes-y-las-apuestas-descontrol-y-sufrimiento/#:~:text=Probar%20los%20juegos%20de%20azar%20no%20implica%20desarrollar%20ludopat%C3%ADa,-Para%20que%20se&text=Sin%20embargo%2C%20existen%20una%20serie,escasa%20comunicaci%C3%B3n%20familiar%2C%20problemas%20sociales%E2%80%A6>
- Anuncibay, S. (16/11/2017). *El lado oscuro de las apuestas*. El Diario de León.
<https://www.diariodeleon.es/articulo/deportes/el-lado-oscuro-de-las-apuestas/201711160400011724720.html>
- Attia, P (09/02/2016), *La muy, muy larga pero imprescindible historia de los juegos de mesa* (2016). [Fotografía]. <https://magnet.xataka.com/en-diez-minutos/la-larga-historia-de-los-juegos-de-mesa>
- Bayona, 3 (26/02/2023). *El juego online ya 'hurta' más de 50 millones semanales a las familias españolas*. Publico. <https://www.publico.es/economia/juego-online-hurta-50-millones-semanales-familias-espanolas.html>
- Becoña, E. (1993). *El juego compulsivo en la comunidad autónoma gallega*. Xunta de Galicia.
- Blanco, P. (2016). *Asumiendo las consecuencias negativas de la adicción al juego*. Cuadernos de Trabajo Social.
- Blanco, P. (2017). *Problemática Familiar y Adicción al Juego. Consecuencias*

- familiares derivadas de la adicción al juego. *Revista Española de Drogodependencias*.
- Boada, N. (02/03/2021). *¿Qué es el marketing de afiliación?*. Digital Marketing.
<https://www.cyberclick.es/que-es/marketing-de-afiliacion>
- Brime, B. et al.(2019). *Informe sobre adicciones comportamentales. Juego y uso compulsivo de internet en las encuestas de drogas y adicciones en España EDADES y ESTUDES*. Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social. Secretaria de Estado de Servicios Sociales.
- Cárdenas, P. (2005). *Una noción de juego en Bourdieu: Una posibilidad para la pedagogía de la literatura*.
<https://revistas.pedagogica.edu.co/index.php/RF/article/view/6050/5010>
- Carmona, A. (s.f). *Si quieres ganar..... ¡¡Apuesta por ti!!*. Ajuter.
<http://ajuter.org/que-es-la-ludopatia/>
- Carpio, C. (2009). *Aspectos psicológicos del juego comercial. Tratamientos y programas preventivos. Hacia el juego responsable*. Escuela Universitaria de Magisterio de Toledo.
<https://ruidera.uclm.es/xmlui/bitstream/handle/10578/8185/Aspectos%20psicol%C3%B3gicos%20del%20juego%20comercial.%20Tratamientos%20y%20programas%20preventivos.%20Hacia%20el%20juego%20responsable.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Carretero, A. (19/05/22) *Las casas de apuestas rompen su techo pese al veto del Gobierno y facturan 11.000 millones en 2021*. 2Playbook.
https://www.2playbook.com/mas-deporte/casas-apuestas-rompen-su-techo-pese-veto-gobierno-facturan-11000-millones-en-2021_8105_102.html
- Carta Europea del Deporte*. Consejo de Europa (2001, revisada 2021). Consejo de Europa. Extraído de: <https://www.consejo-colef.es/post/carta-europea-del-deporte-2021>
- Cartwright M. (13 de marzo 2018). *Los antiguos Juegos Olímpicos*. [Fotografía]
<https://www.worldhistory.org/trans/es/1-440/los-antiguos-juegos-olimpicos/>
- Castellá, A. (2008). *Una tradició feta esport*. Avui
- Chóliz, M. (2006) *Adicción al juego de azar*
<http://www.uv.es/choliz>

- Clasificación Internacional de Enfermedades para Estadísticas de Mortalidad y Morbilidad* (14/11/2019). Versión española CIE-10.
[https://icd.who.int/es/docs/Guia%20de%20Referencia%20\(version%2014%20nov%202019\).pdf](https://icd.who.int/es/docs/Guia%20de%20Referencia%20(version%2014%20nov%202019).pdf)
- Comprendiendo la adicción a las apuestas deportivas. (29/08/2022). *Psicología y Mente*.
<https://psicologiaymente.com/drogas/comprendiendo-adiccion-apuestas-deportivas>
- Cortes, E. (28/04/2021). La 'jugada maestra' de los tipsters: captar a jóvenes por redes y engancharles a apuestas deportivas. *ConSalud*.
https://www.consalud.es/pacientes/jugada-maestra-tipsters-captar-jovenes-redes-engancharles-apuestas-deportivas_95864_102.html
- Custer, R.L. (1984). *Profile of the pathological gambler: Journal of Clinical Psychiatry*.
- Custer, R.L. y Milt (1985). *When luck runs out. Help for compulsive gamblers and their families*. Facts on File Publications.
- Dirección General de Ordenación del Juego (2021). *Informe anual 2021*
<https://www.ordenacionjuego.es/es/conocenos>.
- Domínguez et al.(2007). *Guía clínica: actuar ante el juego patológico*. Junta de Andalucía. Consejería para la Igualdad y Bienestar Social. Junta de Andalucía.
- Domínguez, I. (17/01/2022). Así es vivir con una adicción a las apuestas deportivas. *Ethic*. <https://ethic.es/2022/01/asi-es-vivir-con-una-adiccion-a-las-apuestas-deportivas/>
- El juego patológico: un problema social (s.f.). Departamento de Psicología y Pedagogía. Universidad de Navarra. <https://academica-e.unavarra.es/xmlui/bitstream/handle/2454/27962/A12.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Enciclopedia de Humanidades (s.f). *Definición de Publicidad*.
<https://humanidades.com/publicidad/>
- ¿Es obligatorio declarar las apuestas deportivas en la renta?. *La persona natural debe notificar el resultado de sus ingresos y sus pérdidas*. (21/01/2023). *Economic Jurist* <https://www.economistjurist.es/articulos-juridicos-destacados/es-obligatorio-declarar-las-apuestas-deportivas-en-la-renta/>

- Escudero, B, (28/10/2018). *El mapa normativo del juego y las apuestas en España y las CCAA*. Iusport. <https://iusport.com/art/73081/el-mapa-normativo-del-juego-y-las-apuestas-en-espana-y-las-ccaa>
- Extremera, F. (2019). *Memoria terapéutica*. AGRAJER.
- Figueras, G. (04/02/2023). *Qué es un tipster o pronosticador de apuestas deportivas*. La Sexta Noticias. https://www.lasexta.com/como-que-cuando/que-tipster-pronosticador-apuestas-deportivas_2023020363dcea71fa7e600001be351b.html
- Fontbona, M (2008). *Historia del juego en España*. Flor del viento Ediciones.
- García et al. (.2016) Consumos de riesgo: menores y juegos de azar online. El problema del “juego responsable”. Universidad de Zaragoza. <https://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/47921/48925>
- García et al. (1993) Trastornos asociados al juego patológico. Anales de Psicología. Dialnet. https://www.um.es/analesps/v09/v09_1/08-09_1.pdf
- García, S. (26/03/2021). ¿Cómo ha cambiado el sector de las apuestas deportivas con el paso de los años?. El Periódico de Villena. <https://elperiodicodevillena.com/como-ha-cambiado-el-sector-de-las-apuestas-deportivas-con-el-paso-de-los-anos/>
- Geertz, C. (1973). *La interpretación de las culturas* Gedisa.
- González, A. (1989). *Juego patológico: una nueva adicción*. Tibidabo.
- GuiltyBit Redaction (21 de noviembre 2018). *¡Apostar! El juego más antiguo del mundo*. <https://okdiario.com/guiltybit/apostar-juego-mas-antiguo-del-mundo///>
- Hernández, C. (2022). *Evolución del concepto de Marketing*. 42900: Marketing Estratégico. Universidad de Valladolid
- Historia del franquismo* (1976). (cap.52) Diario 16.
- Historia del juego en el Reino Unido* (s.f.) https://hmong.es/wiki/History_of_gambling_in_the_United_Kingdom
- Historia milenaria de las apuestas deportivas* (2 de abril 2022) https://redhistoria.com/la-historia-milenaria-de-las-apuestas-deportivas/#3_-_El_juego_se_profesionaliza_en_Gran_Bretana_de_la_Edad_Moderna
- Historia y actualidad de las casas de apuestas en el Reino Unido* (24 de septiembre 2021) <https://www.nvinoticias.com/cultura/historia/historia-y-actualidad-de-las-casas-de-apuestas-en-el-reino-unido/108051>

- Ibáñez et al. (2020). *Adicción al juego en adolescentes y jóvenes*. Unidad de Ludopatía del Hospital Universitario Ramón y Cajal, Madrid. ADOLESCERE <https://www.adolescere.es/adiccion-al-juego-en-adolescentes-y-jovenes/>
- Ibáñez, A. y Saiz, J. (2000). *La ludopatía, una "nueva" enfermedad*. Masson., *Impacto de las apuestas deportivas sobre el deporte y la economía de un país* (27 de enero 2022) .<https://www.sport.es/es/noticias/apuestas-deportivas/impacto-apuestas-deporte-economia-pais-13156126>
- Informes Anuales Codere (s.f). *Memoria Anual Codere 2021* <https://www.grupocodere.com/sala-de-prensa/documentacion/informes-anuales/>
- Juegos de azar* (02-01-2023). En Wikipedia: https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Juegos_de_azar&oldid=148328269
- Kotler y Armstrong (2003). *Fundamentos de Marketing*. Pearson Education
- Lacort, J. (25/03/2019). *Ludópata desde los 14 hasta los 22 años: "En todo ese tiempo jugué en torno a medio millón de euros"* Magnet. <https://www.xataka.com/magnet/ludopata-14-22-anos-todo-ese-tiempo-jugue-torno-a-medio-millon-euros>. *La historia de las apuestas. Ya lo hacían los antiguos griegos* (30/01/2020) Redhistoria 2020: <https://redhistoria.com/la-historia-de-las-apuestas-ya-lo-hacian-los-antiguos-griegos/>
- La historia detrás de la Lotería*. (s.f.) <https://clubinfluencers.com/historia-de-la-loteria/>
- La Quiniela nació en el bar de la Callealtera de Santander* (17 de mayo 2017) <http://desdesdr.eu/2017/05/12/la-quiniela-nacio-en-el-bar-la-callealtera-de/>
- Las apuestas online duplican a las presenciales* (s.f). El Correo de Andalucía. <https://elcorreoweb.es/informaciones/las-apuestas-online-duplican-a-las-presenciales-GE6521091>
- Las Tafurerías. Las Casas De Juego Medievales* (s.f). <https://www.peonelectrico.com/post/las-tafurerias-las-casas-de-juego-medievales>
- Lemos, M. (14 de abril 2022). *Apuestas deportivas en Internet y cómo está revolucionando el mundo de las apuestas en línea*. <https://www.actuallynotes.com/apuestas-deportivas-en-internet-y-como-esta-revolucionando-el-mundo-de-las-apuestas-en-linea/>
- Lesieur H, y Rosenthal R.J.(1994). *Fases sobre el desarrollo ludopático*. Unidad de Barcelona.

- Ley Orgánica 13/11, de 27 de mayo, de Regulación del Juego (BOE num. 127, de 28 de Mayo de 2011, art. 49.6) <https://www.boe.es/eli/es/l/2011/05/27/13>
- Los deportes más populares para hacer apuestas deportivas.* (14 de noviembre 2022) <https://officialpress.es/los-deportes-mas-populares-para-hacer-apuestas-deportivas/>
- Los tres deportes con mayor demanda de apuestas* (17 de enero 2022) <https://www.noroeste.com.mx/hubnegocios/los-3-deportes-con-mayor-demanda-de-apuestas-online-KL1793941>
- Martínez , P.L. (2021) *Ludomorfina*. Icaria
- Martínez Oró, D. P. (2014). *El malestar emocional entre los jóvenes españoles. La liquidez de las instituciones sociales como fuente de malestar emocional*, en Romaní, O. y Casadó, L. (s.f.). *Jóvenes, desigualdades y salud: vulnerabilidad y políticas públicas*. Publicaciones de la Universitat Rovira i Virgili.
- Matías, A. (17/12/2022). La Historia detrás de la Lotería. [Fotografía]. <https://clubinfluencers.com/historia-de-la-loteria/>
- Mauzaize, C. (29/07/2015) *El juego online, nuevo generador de oportunidades laborales*. RRHHDigital. <https://www.rrhhdigital.com/secciones/actualidad/111490/El-juego-online-nuevo-generador-de-oportunidades-laborales>
- Megías, I. (2020). *Jóvenes, juegos de azar y apuestas. Una aproximación cualitativa*. Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fad. http://www.infocoponline.es/pdf/juego_ene2020.pdf
- Ministerio de Consumo. (2021) *Consumo aumenta un 20,36% su presupuesto, que reforzará la vigilancia sobre el juego y modernizará la protección en Internet*. <https://www.consumo.gob.es/es/carrousel/consumo-aumenta-un-2036-su-presupuesto-que-reforzar-la-vigilancia-sobre-el-juego-y>
- Ministerio de Consumo. *Dirección General de Ordenación del Juego*. <https://www.ordenacionjuego.es/es/juego-responsable-dgoj>
- Ministerio de Sanidad (2022). *Informe sobre Trastornos Comportamentales*. https://pnsd.sanidad.gob.es/profesionales/sistemasInformacion/sistemaInformacion/pdf/2022_Informe_Trastornos_Comportamentales.pdf
- Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social. *Estrategia Nacional sobre Adicciones 2017-2024*.

- Ministerio de Sanidad. *Revista especial de salud pública* (2021)
[https://www.sanidad.gob.es/biblioPublic/publicaciones/recursos_propios/revista_cdrom/VOL95/C_ESPECIALES/RS95C_202105065.pdf](https://www.sanidad.gob.es/biblioPublic/publicaciones/recursos_propios/resp/revista_cdrom/VOL95/C_ESPECIALES/RS95C_202105065.pdf)
- Morán, E. (1970). *Varieties of pathological gambling*. British Journal of Psychiatry.
- O'Guinn et al.(1999). *Publicidad*. International Thomson
- Ochoa, E. y Labrador, F.J. (1994). *El juego patológico*. Plaza y Janés.
- Ordenamiento de las Tafurerías (s.f.) Extraído de:
[https://www.encyclonet.com/articulo/ordenamiento-de-tafurerias/#:~:text=Ordenamiento%20de%20Tafurerias%20\(de%20tafur,las%20casas%20p%C3%BAblicas%20de%20juego.Enciclonet 3.0](https://www.encyclonet.com/articulo/ordenamiento-de-tafurerias/#:~:text=Ordenamiento%20de%20Tafurerias%20(de%20tafur,las%20casas%20p%C3%BAblicas%20de%20juego.Enciclonet 3.0)
- Organización Mundial de la Salud. (1992). *Décima Revisión de la Clasificación Internacional de Enfermedades. Trastornos mentales del comportamiento y desarrollo. Descripciones clínicas y pautas para el diagnóstico*. Meditor.
- Ortega, E. (19/08/2019) *El beneficio del sector del juego 'online' se dispara mientras su tributación baja*. El Economista.
<https://www.economista.es/economia/noticias/10044832/08/19/El-beneficio-del-sector-del-juego-online---se-dispara-mientras-su-tributacion-baja.html>
- Palomar, A (2010). *Las apuestas deportivas*. Aranzadi
- Pareja, P. (21/01/2020) *El oscuro mundo de los 'tipsters', los pronosticadores que ejercen de gancho de las casas de apuestas* (s.f.). El Diario.
https://www.eldiario.es/catalunya/oscuero-tipsters-pronosticadores-apuestas-deportivas_1_1081705.html
- Pena, F. (2021). *Testimonio de ludopatía. Adicción al juego*. Youtube.
<https://www.youtube.com/watch?v=iDE0t5S5SFI>
- Pérez del Rio, F. (2011) *Las adicciones sin sustancia en estos últimos 40 años*. Dialnet.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4830497>
- Pérez, C. (2019). *Lotería de Navidad 2019. Tengo la mejor colección de lotería y la más completa*. [Fotografía] [// https://www.rtve.es/rtve/20191217/loteria-navidad-2019-tengo-mejor-coleccion-loteria-mas-completa/1992474.shtml //](https://www.rtve.es/rtve/20191217/loteria-navidad-2019-tengo-mejor-coleccion-loteria-mas-completa/1992474.shtml)
- Pérez, S. (2018). *Juventud y juegos de azar. Una visión general del juego en los jóvenes*. Instituto Nacional de la Juventud.
https://www.injuve.es/sites/default/files/adjuntos/2019/06/juventud_y_juegos_de_azar.pdf

- Pernas, E. (28/03/2022). *El peligro de las casas de apuestas y el juego online: "Sentía que solo podía ganar"*. Rtve. <https://www.rtve.es/noticias/20220328/apostando-perder-reportaje/2323508.shtml>
- Preocupa la creciente adicción de los jóvenes a las apuestas, que cada vez se inician antes.* (17/02/2023). Europa Press. <https://www.telemadrid.es/programas/telenoticias-1/Preocupa-la-creciente-adiccion-de-los-jovenes-a-las-apuestas-que-cada-vez-se-inician-antes-2-2534166594--20230217050908.html>
- Prieto, U. (2003) *una propuesta de clasificación de los jugadores patológicos*. Psicología Conductual. Universidad Pontificia Comillas. https://www.behavioralpsycho.com/wp-content/uploads/2020/04/01.Prieto_11-1oa.pdf
- Razones para adentrarse en el mundo de las apuestas deportivas online* (28/11/2019). La Voz de Asturias. <https://www.lavozdeasturias.es/noticia/loquenotedebesperder/2019/11/28/razones-adentrarse-mundo-apuestas-deportivas-online/00031574954698684100899.htm>
- Real Academia Española (1992). *Diccionario de la lengua española* (20ª ed).
- Roca, J.L. (23/10/2019). *El sector del juego supone el 0,9% del PIB y 84.700 empleos* El Periódico. <https://www.elperiodico.com/es/economia/20191023/el-sector-del-juego-supone-el-09-del-pib-y-84700-empleos-7696444>
- Roldan, N. (01/07/2021) *Patrocinio*. Economipedia. https://economipedia.com/definiciones/patrocinio.html?nab=1&utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F
- Romero, D. (2021). *Embudo de Conversión*. <https://www.salecycle.com/es/blog/guias/embudo-conversion-marketing/>
- Rull, A, (06/02/2023). *Cómo tratar la ludopatía en los adolescentes*. Psicología y Formación. <https://www.somospsicologos.es/blog/ludopatia-adolescentes/>
- Salvador, J.L. (2004). *El deporte en occidente: historia, cultura y política*. Cátedra
- Sammy, E (3 de Abril 2022). *Mercado Juego online estatal*. <https://www.sectorgambling.com/2022/04/03/mercado-juego-online-estatal-2/>
- Santesmases, M. (2007): *Marketing. Conceptos y estrategias*, 5ª edición. Pirámide.

- Soto, J.M. (s.f.). *Apuestas deportivas online y juventud: una peligrosa combinación adictiva*. Revista Ocronos. <https://revistamedica.com/apuestas-deportivas-online-juventud-adiccion/>
- Stanton et al. (2004) *Fundamentos de Marketing*. McGraw –Hill Interamericana. México
- Terrasa, R (24/09/2019). *El drama del juego*. El Mundo. <https://www.elmundo.es/papel/historias/2019/09/24/5d023ddefdddfc37d8b4613.html>
- Un 10% de los adolescentes menores de 18 gasta dinero en apuestas online*. (s.f.) El Mundo. <https://www.elmundo.es/tecnologia/2021/09/15/6141da28fdddfc3798b45a4.html>
- Vázquez, M.J y Barrera, E. (2020) *El juego online en España y las apuestas deportivas: los jóvenes como nuevos perfiles con ludopatía*. Health and Addictions. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7541273>
- Velasco, J.L: (18/11/2019). *Historias en torno al juego: "Empecé a apostar a los 13 años en un local cerca del colegio"* El Heraldo de Aragón. <https://www.heraldo.es/noticias/aragon/2019/11/15/tratamiento-ludopatas-juego-terapia-azajer-aragon-testimonios-1343970.html>
- Viejo, M. (07/02/2017). *La Quiniela sucumbe a la tormenta perfecta*. El País. https://elpais.com/economia/2017/02/06/actualidad/1486398408_565078.html
- @partedezero (28/04/2023). *Así me fui a la mierd**. Ig: ParteDeZero #parati #partedezero #apuestasdeportivas #tipster #casino #ruleta. <https://www.tiktok.com/@partedezero/video/7227131669235404059>
- <https://sports.bwin.es/es/sports>
- <https://extra.bet365.es/features/es/bet365-bet-builder>
- <https://www.888sport.es/spt/generic/>