

Juventud y juegos de azar. Una visión general del juego en los jóvenes



→ estudios

Juventud y juegos de azar.
Una visión general del juego en los jóvenes

DIRECCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Santiago Pérez Camarero

Instituto Max Weber

EQUIPO INVESTIGADOR

Santiago Pérez Camarero

Bleric Alcalá Revilla

Guillermo Pérez Cañellas

Instituto Max Weber

COLABORADORES

Abraham Yahón

Experto en marketing/juegos de azar

Diseño Gráfico
Pep Carrió / Sonia Sánchez
Antonio Fernández

Dirección del Estudio
Santiago Pérez Camarero. Instituto Max Weber

Imagen portada:
Rocío Mira

Edición
@ Instituto de la Juventud

Redacción
Observatorio de la Juventud en España
C/ Marqués del Riscal, 16
28010 Madrid
Tel. 91 782 74 82
E-mail: estudios-injuve.es
web injuve: www.injuve.es

Catálogo general de publicaciones oficiales
<http://www.publicacionesoficiales.boc.es>



NIPO: 684-18-021-5

Las opiniones publicadas en éste estudio
corresponden a sus autores.
El Instituto de la Juventud no comparte
necesariamente el contenido de las mismas.

Prólogo

La afición al juego es uno de los rasgos más característicos de las primeras etapas de desarrollo de los individuos de todas las culturas y también de muchas especies. Entre los seres humanos, esta afición por lo lúdico conlleva un componente de fantasía predominante en los niños y otro de aprendizaje predominante en los adolescentes. La edad juvenil abre un tiempo indefinido en el que el afán por el juego o su simple práctica parece conservar algo de esa fantasía y de ese aprendizaje y ser, al mismo tiempo, una actividad de distracción, esparcimiento u ocio en la que con frecuencia se concita también al azar como un invitado especial.

Esta evolución, que es también histórica, antropológica y cultural, nos ha conducido hoy a la existencia de dos tipos de juego no siempre nítidamente separados. Por un lado, el juego definido principalmente por su interactividad, basado en las habilidades del jugador y en indicadores de progreso y éxito (*gaming*). Frente a él, existe otro juego definido por la mecánica de las apuestas, en el que predominan los resultados determinados por el azar y en el que con frecuencia aparece una monetización que implica riesgo y pago para el jugador.

Desde una perspectiva cultural o sociológica, cabe afirmar que coexisten en la sociedad dos visiones del juego; para unos, el juego es percibido como un mero entretenimiento que permite articular relaciones sociales positivas y dar cauce al desarrollo de habilidades personales de diversa índole. Pero, hay una segunda visión que entiende el juego en los adultos como una práctica inútil y generadora de muchos desasosiegos y problemas y de poca o ninguna satisfacción duradera. Estas dos visiones se corresponden con dos realidades en el ámbito del juego; las separa la misma línea que diferencia el juego responsable del que no lo es y también la que separa el juego saludable del juego problemático y patológico.

La mayoría de los autores diferencia entre juego problemático, que no constituye una patología, pero sí un problema para los jugadores afectados en el que se produce una fuerte sensación de culpabilidad, unido a un alto nivel de ansiedad y pérdidas económicas mayores de las que el jugador puede permitirse, y juego patológico, en el que el jugador no tiene control sobre sus impulsos y no puede evitar el juego, lo que lleva a un deterioro de su vida individual, familiar y colectiva, a un aislamiento progresivo y a un alejamiento progresivo de la realidad.

La generalización de las modernas tecnologías de la información ha situado en la mano de casi todos los ciudadanos la posibilidad de acceder a múltiples formas de juego *online*, con apuesta o sin ella, con dinero o sin él. Casinos siempre abiertos y accesibles desde cualquier

espacio o lugar con internet representan un escenario abonado para la masiva participación en juegos y apuestas.

El trabajo que presentamos aspira a contribuir a facilitar a los jóvenes y al conjunto de la sociedad información sobre los riesgos del juego, no de aquellos riesgos que se encuentran implícitos en las normas de cualquier juego de azar formando parte de él, sino de los que pueden convertir el juego en una adicción y hacer que este deje de ser una diversión para convertirse en una prisión. El presente estudio pretende reforzar con su información los tres vectores que sustentan la política de promoción del juego responsable, la sensibilización social sobre los peligros y los riesgos del juego, la reducción de riesgos y maximización de la protección de los colectivos más vulnerables y el apoyo a quienes ya son víctimas directas o indirectas de la adicción al juego o ludopatía.

Los dos primeros capítulos se centran en describir los aspectos más generales del juego y los perfiles conceptuales del juego patológico, así como las líneas generales de una evolución histórica ligada a la necesidad permanente de su regulación. En los capítulos tercero y cuarto se aportan algunas nociones sobre la industria del juego y se explican las técnicas de marketing más comunes de las operadoras del juego. El capítulo quinto ofrece una breve panorámica sobre las cifras y estadísticas más relevante en materia de juego, recogiendo las prevalencias del juego problemático y del juego patológico.

En el capítulo sexto se revisan las nociones básicas relativas a los factores biopsicosociales que pueden actuar como factores de riesgo en las ludopatías. El séptimo apartado complementa al anterior ilustrando a través del relato de las propias víctimas, ludópatas y familiares, la experiencia real del juego patológico. Los mecanismos de prevención y control del juego establecidos por los agentes reguladores se recogen en el capítulo octavo dedicado al juego responsable. Completa este texto un directorio de ayuda con una relación de centros de apoyo, asociaciones y centros sanitarios o asistenciales especializados en estas patologías.

El Juego Responsable es una tarea de todos, del conjunto de la sociedad, y en particular de los reguladores y de los operadores del sector del juego. El reto conjunto es el de conseguir establecer los mecanismos más efectivos de protección para toda la población española en riesgo, independientemente del juego en el que participen, de si lo hacen de forma presencial u *online*, o de la provincia o Comunidad en que vivan. Ningún tratamiento o terapia supera en eficacia a la prevención. Una estrategia compartida permitirá ofrecer una verdadera protección a los colectivos más vulnerables y a los ciudadanos en general. A este respecto, el 9 de febrero de 2018, el Gobierno aprueba en Consejo de Ministros, a propuesta de la ministra Dolors Montserrat, la primera Estrategia Nacional de Adicciones 2017-2024. Una Estrategia que va dirigida “a las personas, las familias y al conjunto de la sociedad, contribuyendo a construir una sociedad más saludable, informada y segura”.

Observatorio de la Juventud
Injuve

1. Introducción: La ludopatía en los jóvenes españoles. El juego como una problemática social	7
• Introducción conceptual sobre el juego	7
• Cuando el juego se convierte en un problema	8
• Los objetivos de este informe	9
2. La regulación del juego. Un recorrido por el entorno regulatorio en España y el mundo	13
• Los orígenes de la regulación del juego	13
• La moderna regulación del Juego	16
• Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE)	17
• Marco regulatorio de los juegos de azar en España ...	18
3. Economía del juego. Dimensión del negocio y regulación en España	25
• Mercado de juego	28
4. Marketing y procedimientos de los juegos de azar online. Una visión de la operativa comercial y publicitaria del juego online	37
• Un poco de historia	37
• Modelo de negocio operadores juego de azar <i>online</i> ..	38
Modelo de negocio <i>online</i> vs. <i>offline</i>	40
El bono - La piedra angular del negocio	41
• Organización de un operador de juego de azar - Departamentos y funciones	44
Marketing externo	45
Marketing interno	49
Otros aspectos de interés - Contenido de páginas web y aplicaciones móviles	55
Algunas cuestiones que es necesario conocer sobre el juego <i>online</i>	57
• Psicomarketing en el juego <i>online</i>	57
5. Situación actual del juego problemático. Las cifras del juego	61
• La prevalencia del juego problemático	62
• Prevalencia en España	65
6. Factores que pueden llevar a los jóvenes y adolescentes a ser víctimas juego; aspectos sociales y biopsicológicos de riesgo	73
7. Entrevistas grupales. Entrando al mundo del juego de azar en los jóvenes. Conociendo a jóvenes exjugadores	79
• Metodología	79
• Perfil de los exjugadores	80
• Breve descripción de los exjugadores	80
• Resultados Grupo de Exjugadores	80
Fase de Inicio	81

Fase crítica	82
Fase de recuperación	82
Mensaje de prevención y reflexión a los jóvenes	83
Reunión con familiares de exjugadores en rehabilitación	83
Breve descripción de los familiares	83
Resultados Grupo de familiares	84
Principales conclusiones	87
8. El juego responsable - Mecanismos de prevención y control y estrategias de ayuda.	89
• El Proyecto sobre Comunicaciones Comerciales en Actividades de Juego y Juego Responsable	95
9. Directorio de Ayuda: Centros de apoyo, asociaciones, referencias de guías de ayuda	99
• Estatal	99
• Autonómico	100
• Páginas Internacionales sobre el Juego Responsable	113
10. Referencias bibliográficas	115
11. Listado de abreviaturas empleadas	119

1

Introducción: La ludopatía en los jóvenes españoles. El juego como una problemática social

*“He pedido prestado y quisiera devolverlo. He tenido la idea extraña y temeraria de que aquí ganaría irremisiblemente al juego. No sé por qué he tenido esa idea, pero he creído en ella porque no me quedaba otra alternativa”. F.M. Dostoievski, **El jugador, 1866.***

Introducción conceptual sobre el juego

El juego no es una actividad privativa de la especie humana. Muchas especies animales, cuando menos los mamíferos, especialmente en las fases jóvenes de desarrollo, juegan como forma de entretenimiento o diversión y también como medio de aprender y ensayar habilidades y aptitudes. El juego es la actividad predilecta de cachorros y niños y su forma de manifestarse se modifica a medida que avanza el proceso de crecimiento y maduración. El juego puede ser mero recreo o entretenimiento que no precisa de la participación de otros, como el gato que juega con un ovillo de lana o la persona que juega un “solitario” con las cartas, o puede ser juego social en el que se comparte con otros individuos dicha actividad, con o sin ánimo de triunfo o competencia. Muchos juegos de rol infantiles no aspiran a ganar o perder, sino tan solo a ensayar o representar papeles o actuaciones adultas.

Por otro lado, los juegos favorecen la sociabilización y están asociados a la necesidad de pertenecer a un grupo. Asimismo, fortalecen la competitividad, que, con moderación, es clave para el desarrollo y la mejora continua y la autorrealización. Adentrándonos más en la vivencia del juego, también éste representa la búsqueda de emociones positivas, evasión de sentimientos negativos, activación emocional; jugar no es solo ganar, es arriesgar. La búsqueda del riesgo y su deseo de control sobre el mismo siempre han estado presentes en el desarrollo ser humano y evidentemente (si dejamos de lado las actividades físicas de riesgo) el juego de azar es el riesgo por excelencia, es una descarga de adrenalina en la que el individuo busca entender y controlar las leyes del azar y sobrevivir con éxito a los vaivenes de la fortuna. Reglas, tensión, diversión, libertad, decisión, competición, etc.; desde una perspectiva antropológica, nada nuevo y nada destructivo.

Asimismo, el juego tiene en la lengua castellana una enorme polisemia tanto en su forma verbal como sustantiva. Expresiones como “se la juega en esto”, “me la han jugado”, “juega un papel, secundario”, “jugar limpio”, “dejarse de juegos”, “el tobillo ha perdido juego”, “está ju-

gando con su vida”, etc. forman parte del lenguaje coloquial sin que se refieran a una actividad lúdica. Descartando estas referidas acepciones, en las que el término juego tiene muy poco que ver con esa actividad libre, espontánea, universal y placentera que recorre la historia de la humanidad y toda la geografía del planeta, podemos considerar que el término “juego” tiene dos acepciones importantes que serán las tratadas en este estudio.

En la primera de estas acepciones, el juego es una actividad que se realiza generalmente para divertirse o entretenerse y en la que se ejercita alguna capacidad o destreza. Con tal significado, el juego está, como ya hemos dicho, íntimamente ligado a la evolución y desarrollo del niño y del individuo en general. En la segunda acepción, consideramos el juego como una actividad recreativa física o mental en la que compiten dos o más personas sometidos a unas reglas. El juego pasa a ser necesariamente juego social y aparecen las reglas o normas de actuación junto al factor de competencia y/o competitividad: aparecen los ganadores y los perdedores. Es este segundo significado del juego, como lucha del jugador por alcanzar algún objetivo frente a otros que también lo quieren, en un marco o escenario temporal sometido a reglas aceptadas por todos, el cauce por el que discurre el contenido de este texto.

Cuando el Juego se convierte en un problema

El juego en sí es una actividad normal y positiva en la vida de cualquier niño o adolescente y permite el desarrollo físico, psicológico y social, facilitando que descubra y aprenda las normas sociales y de convivencia. Pero cuando este juego se convierte en competitivo y permite la consecución de algo valorado y generalmente material, podemos decir que el tren del juego cambia de vía y empieza a discurrir entre un extenso repertorio de formas de actividad lúdica que pueden llevar de la alegría a la pasión y del entretenimiento a la obsesión.

Cuando el juego empieza a suscitar la ilusión de un rápido y fácil enriquecimiento y evoca remotas formas de combate en las que el jugador se siente fascinado y atraído por una tensión que mezcla el castigo y la recompensa y en la que el azar aparece como un invitado especial, con cuyos secretos y veleidades cree el jugador que puede también jugar y hasta ganar, estamos ya en el territorio abonado para el juego problemático, que podrá ser en algunos casos también patológico. El problema del juego patológico se da normalmente en los juegos de azar con remuneración económica.

Aunque la actividad del juego no precisa necesariamente del componente económico para derivar en problemática, suele ser el carácter oneroso el factor que precipita su conversión en patológico. En los hogares y los bares, en los que juegan familiares y amigos, es muy corriente que los juegos de azar con cartas o dominó se hagan con alubias o monedas de muy escaso valor con la intención de mantener el interés del juego – si no hay ganancia en juego, pierde estímulo – y al mismo tiempo no despertar ambiciones y rencores en los participantes. Podemos considerar que es una forma de prevenir el posible daño en una actividad que la cultura popular considera de riesgo si se introducen elementos de valor en el juego. El afán de lucro es un factor muy importante del juego problemático, pero no es indispensable para que aparezca.

En este contexto, consideramos “juego” a una actividad en la que un individuo arriesga un objeto o algo de valor, por lo general, dinero, a cambio de la posibilidad de conseguir otro objeto o dinero de valor superior. Como veremos existen múltiples tipos de juegos. En casi todos ellos intervienen factores de azar, pero los llamados juegos de técnica se caracterizan porque el respeto a las normas, la capacidad y el entrenamiento de los participantes se identifican como determinantes del resultado. En el ajedrez, el azar se limita a la posibilidad de jugar blancas o negras; el resto es habilidad, técnica e inteligencia. En el llamado juego profesional, que casi siempre es un jugador de ventaja que dispone de información privilegiada (el corredor de apuestas en carreras de caballos o el corredor de la bolsa de valores), los riesgos están medidos y limitados y la disciplina es central, por lo cual la destreza del sujeto ocupa un lugar prioritario respecto al factor azar.

En el juego de azar existe independencia entre la conducta del sujeto y el éxito o fracaso final. Por desgracia, son precisamente los juegos en los que el azar juega un mayor papel, cuando no todo, aquellos que parecen despertar mayor atractivo y en los que las probabilidades de entrar en el juego problemático se incrementan. La creencia de tener algún atisbo de posibilidad de conocer el resultado del azar sea por la vía de un esmerado “cálculo de probabilidades” o por la de la mera superstición, suscita un mágico atractivo en muchos jugadores que piensan tener más probabilidades que los demás participantes en el juego. En el juego patológico, o ludopatía, la actividad parece dirigida a controlar las leyes del azar, es recurrente y origina en forma progresiva diferentes trastornos en la vida personal y social del sujeto afectado.

La ludopatía es una enfermedad, reconocida como tal por la Organización Mundial de la Salud (OMS)¹. El reconocimiento oficial del juego patológico como trastorno se produjo en 1980, fecha en la que se incluyó en una de las categorías del DSM-III (Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales, manual oficial de la Asociación Estadounidense de Psiquiatría (APA))². Mas recientemente, el juego patológico tiene criterios diagnósticos descritos en el Manual Diagnóstico y Estadístico de los trastornos mentales, 4ª edición (DMS-IV-TR)³ y en la Clasificación Internacional de las Enfermedades, 10ª edición (CIE-10)⁵, como un trastorno de impulsividad⁶Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders, fourth edition (DSM-IV, consistente en el fracaso del control de los impulsos, manifestado en un comportamiento de juego desadaptativo, persistente y recurrente, que altera, como cualquier adicción, la vulnerabilidad de la persona que lo padece, deteriorando de manera muy fuerte su vida personal, familiar y profesional. La quinta edición (DMS-V)⁴ reevalúa esta patología (*Gambling Disorder*) adscribiéndola en un nuevo apartado denominado “trastornos adictivos no relacionados a sustancias”, dentro de la sección de “trastornos por uso de sustancias y adictivos”.

Tener buena salud no significa solamente estar bien físicamente. La OMS define a la salud, como el estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente como la ausencia de afecciones o enfermedad⁷. El juego patológico al igual que otras adicciones representan un problema de salud pública para la sociedad y el sistema sanitario. Estamos ante una adicción de carácter comportamental que no requiere sustancia material alguna. Los especialistas se refieren hoy día a las adicciones como una enfermedad biopsicosocial, identificándola no sólo como un problema individual, sino también como un problema social⁸.

Los objetivos de este informe

Históricamente, el juego se ha analizado y entendido desde diversas perspectivas, moral, matemática, económica, legal, social, psicológica, cultural y, más recientemente, biológica. Dentro del campo de la salud, el interés ha venido principalmente de los profesionales de la salud mental y las adicciones. Hasta hace relativamente poco el juego no era visto como una cuestión de salud pública⁹. El valor de una perspectiva de salud pública es que aplica diferentes enfoques para entender el comportamiento de los juegos de azar, analizar sus beneficios y costes, e identifica estrategias de acción y puntos de intervención con todos los agentes involucrados. Los encargados de diseñar y formular políticas, los investigadores y los profesionales en el sector de los juegos de azar pueden incorporar un marco de salud pública para reducir al mínimo sus consecuencias perjudiciales, mejorar la calidad de vida y proteger a las personas vulnerables, en nuestro caso los jóvenes y adolescentes que cada vez más tienen mayor disponibilidad y accesibilidad a los juegos de azar.

El enorme desarrollo de internet y su utilización por las plataformas de juego ha traído consigo cambios notables en las prácticas de juego tradicionales, estando todavía inmersos en un proceso de transferencia de la actividad del juego desde el ámbito presencial y físico al de los soportes digitales (tablets, pcs, móviles, etc.) propiciado por el intenso crecimiento de las tecnologías de la información. Esto ha transformado el escenario del juego y obliga a

los referidos agentes y las instituciones implicadas (*stakeholders*) a adaptar teoría y práctica a las nuevas realidades. Uno de los cambios más notables ha sido la creciente facilidad de acceso por parte de un público cada vez más joven a diferentes tipos de juego que pueden practicarse *online*. El público más joven que durante el siglo XX podía ser filtrado a la entrada de los casinos y salas de juego y otros espacios públicos y semipúblicos de juego, impidiendo su participación en el mismo, puede hoy entrar con bastante facilidad en cualquier plataforma de internet en la que se puede jugar y apostar a innumerables juegos y deportes.

El juego ha dejado de ser visto por los jóvenes como una “cosa de mayores”. Cada vez más jóvenes recurren al juego con apuestas pudiendo originar en las personas más vulnerables problemas y trastornos que pueden derivar en ludopatía. Varias fuerzas convergen para aumentar el juego en los jóvenes. Por un lado, el componente económico, en la medida en que ofrece la teórica posibilidad de “ganar dinero fácil” en un contexto laboral difícil para una mayoría de ellos, al menos en España. Por otra parte, la mayor accesibilidad, ya que los juegos *online* permiten no sólo el anonimato frente al control familiar, sino también evadir las restricciones legales, como es precisamente la de la edad. Asimismo, el muy publicitado matrimonio entre deporte y apuestas, antes circunscrito a las quinielas de fútbol y, para un público muy minoritario, a las carreras de caballos, se amplía hoy *online* a casi la totalidad de los deportes, siendo los medios audiovisuales de mayor audiencia utilizados como canales publicitarios para informar con persistencia sobre los juegos con apuestas.

Los estudios demuestran que el inicio del juego problemático y patológico se sitúa en la adolescencia y en la juventud en edades cada vez más tempranas. En España, en el año 2015, según el Estudio sobre Prevalencia, Comportamiento y Características de los Usuarios de Juego de Azar, realizado por la Dirección General de Ordenación del Juego, del Ministerio de Hacienda y Función Pública, la edad media de inicio en el juego patológico es de 19 años y la edad media de inicio en el juego es de 23 años. Cabe destacar de este estudio, que el 14,6% de las personas que han jugado juegos de azar se iniciaron en ello antes de los 18 años, lo que sitúa a algunos grupos de riesgo en las edades más tempranas.

De igual forma, el 44,8% de las personas que conforman el colectivo de personas con patologías afirman haber comenzado antes de la mayoría de edad su participación en juegos de azar. El referido informe, que incluye una encuesta presencial a una población de 15 a 17 años, pone de manifiesto que el 25,3% de estos jóvenes son jugadores de azar sin riesgo, el 1% son jugadores con riesgo, un 0,9% jugadores con problemas y el 0,6% son ya jugadores patológicos. Cifras que nos llevan a la reflexión en cuanto a la tendencia que las mismas puedan experimentar en los próximos años, así como sobre los posibles impactos psicológicos y sociales que pueden sufrir estos jóvenes y adolescentes.

Sobre la base de la revisión de investigaciones estudios previos realizados en la materia, pretendemos plantear una visión general de los juegos de azar en España y acerca de los factores que llevan a los jóvenes y adolescentes a recurrir a este tipo de juego. Por ello, el objetivo esencial de este estudio es informativo y preventivo.

Revisaremos algunas nociones esenciales para la comprensión del fenómeno del juego, tanto desde su perspectiva social, económica y regulatoria, como desde la psicológica y sanitaria, especialmente la preventiva. Dedicamos un extenso capítulo a explicar el diseño mercadotécnico del juego *online* con el objetivo esencial de informar y aportar a posibles y potenciales jugadores un conocimiento más cercano y detallado del funcionamiento de las plataformas de juego y apuestas *online*. Un marco regulatorio liberal como el nuestro, que posibilita la elección libre de las personas adultas para acceder y participar en una actividad que, como el juego, conlleva ciertos riesgos, debe contar con el apoyo de una información comprensible y accesible no sólo sobre las reglas formales del juego (*gaming*), sino también sobre los mecanismos y el funcionamiento del mercado y sus agentes (*gambling*).

Asimismo, y para facilitar un mayor acercamiento al mundo del juego y sus posibles riesgos, hemos preparado un capítulo especial, que refleja algunas ideas y experiencias de un

grupo de jóvenes exjugadores, o adultos que iniciaron el juego siendo jóvenes o adolescentes. A través de sus experiencias y testimonios en primera persona, pretendemos ofrecer al lector una visión más cercana a esta problemática que permita entender de manera directa a adolescentes y jóvenes el juego patológico, sus consecuencias vitales para ellos y para su entorno familiar y profesional. Esperamos poder incentivar futuras investigaciones en la materia dirigidas a los jóvenes que brinden herramientas e información relevante para ellos y su entorno.

También dedicamos un espacio a algunas consideraciones sobre el juego responsable, las pautas de acción que parecen haber demostrado ser más útiles y los mecanismos de control o regulación más relevantes que ayudan a delimitar y señalar con más visibilidad la línea que separa el juego social, divertido y saludable, del juego de riesgo que puede llegar a convertirse en problemático y/o patológico. El apoyo y la corresponsabilidad de la sociedad, los agentes sociales y las instituciones, especialmente las de ámbito juvenil, es fundamental para ayudar en el diseño de estrategias para favorecer un juego responsable en jóvenes y adolescentes.

Completamos el texto con un apartado sobre centros de ayuda y apoyo en materia de juego, de interés para quienes deseen o necesiten algún tipo de apoyo e información más cercana, directa y personal.

2

La regulación del juego. Un recorrido por el entorno regulatorio en España y el mundo

En este capítulo, facilitamos algunas nociones sobre el marco regulatorio del juego a nivel europeo y mundial, con especial énfasis en España. Algunos detalles del marco regulatorio español están complementados y detallados en los capítulos: Economía del juego y procesos, accesibilidad y marketing de los juegos de azar *online* y en el capítulo 9 sobre El Juego Responsable. Para ello, introducimos brevemente algunos comentarios sobre los remotos orígenes del juego, asociados desde sus primeros pasos con su regulación.

Los orígenes de la regulación del Juego

Aunque es cierto que el juego, en su sentido más básico y lúdico, parece un instinto arraigado en la naturaleza humana e incluso compartida con otras especies animales, no hay ninguna evidencia de que el juego de azar sea un instinto natural en los seres humanos. Todos los seres vivos buscan entornos seguros que preserven y aseguren su propia vida y se acomodan con facilidad a aquellos medios que minimizan riesgos para su integridad. El comportamiento homeostático o de autoconservación se traduce precisamente en la evitación del azar y en la protección frente al mismo.

El azar no es precisamente y por definición un espacio-tiempo seguro, sino un ambiente con cierto grado riesgo, en el que el siniestro o la ventura pueden ser también mayores o menores. Desde un punto de vista epistemológico – y acaso también ontológico – podríamos afirmar que el azar no existe y que no es sino el resultado de nuestra ignorancia o incapacidad para conocer la determinación o causa de los fenómenos naturales. Nada hay de azaroso o casual en el movimiento de cada una de las gotas de agua de un río, pero el resultado puede parecernos tan azaroso como el resultado del lanzamiento de una moneda al aire y que ciertamente solo depende de fuerzas físicas teóricamente determinables.

Pero, aunque el azar pueda ser sólo el resultado de nuestra ignorancia o nuestra incapacidad para percibir los determinismos físico-naturales, es fácil entender que el hombre se habituó muy pronto a convivir con los riesgos asociados a esa ignorancia respecto a hechos o sucesos cuyo resultado no conocemos ni controlamos. La noción de casualidad, como alternativa a la imposible determinación de la causalidad, pudo haber nacido hace miles de años en las primeras aventuras cazadoras o de cultivo en las que una y otra estaban sometidas a

la suerte de encontrar una presa o a los caprichos del clima. Ese proceso de habituación al riesgo-azar probablemente también preparó a los seres humanos para protegerse frente a los siniestros y a aprovechar las ventajas de la suerte o fortuna. Una vez que el hombre se percató de que existía el azar, era fácil emprender el camino de la apuesta, confrontando a quienes creían que sucedería una cosa con los que creían que ocurriría otra.

En las pirámides egipcias (3000 a. C.) ya encontramos narraciones que dejan ver cómo el juego, como apuesta, era ya conocido, no sin la presencia e influencia mágica de los dioses. Los himnos védicos de la India (1500 a. C.) dejan también testimonio de que una de las diversiones más extendidas eran carreras de carros sobre cuyo resultado se apostaban rebaños y cosechas, y de que el juego era ya una actividad muy extendida.

En las civilizaciones babilónica, etrusca, china y las indígenas precolombinas encontramos juegos organizados socialmente. Alrededor de 1700 A.C. el imperio babilónico prohibió toda lotería ajena al templo o palacio. En la cultura prerromana ya encontramos presencia de las diosas Fortuna de Preneste o Fortuna Primigenia, madre o hija de Júpiter según unos u otros autores, junto a la Fortuna de Ancio; ambas diosas protectoras de la fertilidad y predictoras del futuro. Y más adelante, en la época romana, hallamos hasta ocho diosas con el nombre de Fortuna y diferentes linajes y finalidades.

También en la cultura griega la diosa fortuna era respetada, alabada y temida. En la mitología griega, Tyche o Tique (en su forma castellanizada), era la personificación del destino y de la fortuna en cuanto diosa que regía la suerte o la prosperidad de una comunidad. Tyche podía decidir cuál era la suerte de cualquier mortal, y lo hacía de una forma aleatoria. Se la representaba jugando con una pelota como símbolo de la inseguridad de sus decisiones. A pesar de su reconocimiento como parte de las divinidades romanas o como miembro importante del Olimpo, ni romanos ni griegos tenían el mínimo respeto por el juego, al que consideraban pernicioso y era castigado en ambas culturas.

La historia del juego, extendida en toda el planeta, está acompañada por su frecuente reprobación moral y su estrecha regulación y persecución por los poderes del Estado¹⁰. En paralelo con la generalización del juego en la historia de la humanidad, encontramos cómo las autoridades comenzaron a preocuparse pronto por su ejercicio y difusión en la población y a tomar medidas para restringir y controlar su práctica. El debate, primero moral y después legal, sobre su conveniencia o sus riesgos, así como el control del poder sobre su práctica o ejercicio han sido una constante hasta la fecha de hoy, si bien en la actualidad las prohibiciones absolutas y la permisividad total son las posiciones menos frecuentes.

Según los historiadores, el primer registro de una ley escrita sobre la regulación del juego fue el código de Hammurabi, el cual convertía los sorteos en reserva fiscal, costumbre que se prolonga hasta nuestros días. En el siglo II D.C. surgen en Roma las primeras loterías públicas, estableciendo el pago de impuestos a los regentes de apuestas¹¹. En la actualidad, muchos siglos después, existe en casi todos los países del mundo, exceptuando aquellos en los que está prohibido.

Los dados tienen su origen en el antiguo juego de hacer rodar huesos¹¹. Posiblemente, los dados sean la forma más antigua de juego de azar, expandida por los griegos y los romanos. Del sentido religioso y de adivinación que tenían inicialmente, los dados pasaron a convertirse en el primer juego masivo que traspasó fronteras. La misma biblia menciona los juegos de azar, relatando como los soldados que estaban bajo la cruz, se jugaron a los dados las vestiduras de Jesucristo.

El término aleator (jugador) era una expresión peyorativa utilizada como insulto entre los romanos y entre los griegos. El juego se consideraba pernicioso para el Estado y se castigaba con la esclavitud. Hasta tal punto se consideraba pernicioso la inclinación al juego que entre los romanos era motivo para la devolución de un esclavo a su vendedor, tal como si tuviera un defecto inhabilitante. Durante el Imperio Romano, los legisladores decretaron que era de fundamental importancia enseñar a los niños el arte de las apuestas, es decir a que éstas se realizaran dentro de la más rigurosa legalidad¹².

La primera intervención represiva en materia de juegos de azar en la antigua Roma vino de la mano de las llamadas *leges aleariae*. En distintas fuentes literarias que contienen pasajes de Plauto, Ovidio, Horacio o Cicerón, se menciona la existencia de leyes que desde época antigua reprimían los juegos de azar, si bien dichas fuentes no nos dicen cuáles eran estas leyes, ni hacen referencia tampoco al contenido de la prohibición o a las sanciones por ellas introducidas. Las *leges aleariae* prohibían el juego con dinero y también las apuestas correspondientes. Estas leyes establecían la licitud de las apuestas realizadas en caso de juegos *virtutis causa*, es decir, los ligados a competiciones deportivas y que dependen del valor y de la habilidad de cada uno, y declaraban la ilicitud de las formalizadas con ocasión de otros juegos de azar¹³.

Las leyes de Grecia y Roma ya establecieron la distinción entre juegos lícitos e ilícitos, en el digesto aparece la prohibición de jugar con dinero, “excepto si alguno compite a tirar la lanza, el dardo o a correr, saltar, luchar o pelear y se hace como deporte”. Mediante las leyes de Titia, Publicia y Cornelia se sigue la misma línea, prohibiéndose los juegos, salvo los que contribuyan al perfeccionamiento del manejo en las armas o al ejercicio de la fuerza¹⁴. Éstas mismas prohibiciones se mantienen en las leyes de Justiniano, aunque permiten las apuestas limitadas a un sólo “solidium”.

En las antiguas leyes griegas y romanas, se aprecia un permanente reconocimiento de la existencia del juego como una actividad muy extendida, y también de la necesidad de que su práctica se encuentre regulada y se limiten los excesos de jugadores y organizadores de los mismos para que estos no discurren fuera de los cauces de la legalidad. Asimismo, hay una mejor aceptación de las apuestas que se refieren a juegos de habilidad, técnica o fuerza que de aquellos que dependen mayoritariamente del azar.

Durante Las Cruzadas el juego llegó a tener tanta relevancia que, en 1190, el rey Ricardo Corazón de León limitó su práctica en las tropas. Tampoco las autoridades religiosas han mostrado nunca simpatía por el juego y las apuestas. Tanto los caballeros como los clérigos sólo estaban autorizados a perder hasta 20 chelines y a los soldados se les prohibía jugar.

En España, la primera regulación que se cita es la contenida en las Partidas (1256-1265) de Alfonso X el Sabio, que decretaron la persecución de los tahúres y establecieron penas para el que tuviera en su casa “tablero para jugar dados o naipes”. Le siguió el Ordenamiento de Tafurerías (casa de juego) de 1314, la disposición de Don Alonso, en Madrid, en 1329, y el Ordenamiento de Alcalá de 1348, que en su artículo 31 de la Ley I prohibía el juego de dados y tablas a dinero sobre pendas a los militares durante la guerra y en servicio¹⁵.

Aunque sus orígenes son muy remotos la invención de la moderna lotería se atribuye al genovés Benedetto Gentile, quien había transformado en juego la manera de renovar los integrantes del Concejo Municipal de la Ciudad. Las loterías nunca recibieron muchos anatemas, sin duda porque tanto la Iglesia como los Estados encontraron en ella algo muy difícil de conseguir: una forma de obtener fondos con un cierto grado de satisfacción por parte de los contribuyentes. En España fue reglamentada por Carlos III en 1763/76 mediante la creación de la Real Lotería.

Aunque los precedentes históricos de los juegos de cartas o naipes son lejanos y difusos, según algunos historiadores fueron los sarracenos, en su invasión en Italia en el siglo X, quienes introdujeron en Europa este juego. Los primeros documentos fehacientes que dan cuenta de su existencia en Centroeuropa son del siglo XIV. En 1418 Johannes Gutenberg imprimió el primer mazo de la historia. El origen del bacará está en la Italia del siglo XV y del blackjack en la Francia del XVIII.

El inicio de los casinos se sitúa en Europa y el término casino proviene del italiano que hacía referencia originalmente, a un pequeño chalé o casa de verano de carácter privado. Más tarde, ya en el siglo XIX el término perdió su carácter privado para ser un lugar de reunión de personas ilustradas. Durante el siglo XIX, el término casino comenzó a incluir edificios públicos en los que tenían lugar juegos de azar y deportes. Posteriormente, esta denominación se utilizaba para identificar a las casas de citas de exclusiva utilización para los varones, en las que, además, se jugaba.

También a principios del siglo XIX se popularizan en los EE. UU los juegos de azar a bordo de naves fluviales. Los barcos que recorrían el río entre Nueva York y Nueva Orleans y Louisville se convierten en el marco idóneo para el nacimiento y desarrollo de la, desgraciadamente para muchos, atractiva figura del jugador profesional. El modelo de jugador errante – el mismo “Maverick” llevado al cine como un atractivo jugador, timador y embaucador – ha sido idealizado románticamente como un simpático bribón, triunfador en el amor y en el juego. La realidad de estos profesionales del juego es que eran, en su inmensa mayoría, truhanes y tramposos, que a menudo trabajaban en equipo, con un extenso repertorio de trucos y habilidades ilícitas, siempre dispuestos a despojar a cualquier creyente en los favores del azar.

En los grandes centros urbanos, como Nueva York y Chicago, las salas de juego de azar atraían a una refinada clientela, los jugadores, principalmente varones, acudían con sus mujeres, que debían esperar largas horas el fin de las partidas. Para su entretenimiento y mejor y mayor gasto, se instalaron unas máquinas a palanca con rodillos que entregaban golosinas como premio, forma incipiente de las primeras tragaperras. Las salas de juego o casinos se convirtieron rápidamente en un gran negocio. Aún siguen siéndolo.

Finalmente, en el último cuarto del siglo XX se produce el inicio de la era de la Revolución Informática. Las nuevas tecnologías, han venido a trastocar la situación existente en la explotación de los juegos de azar y ha dado lugar al diseño de nuevos planteamientos que, en la medida de lo posible, puedan ser capaces de resolver de forma eficiente el complejo panorama de la globalización de este tipo de actividades. Son numerosos los problemas que se han suscitado a partir de la incidencia de las nuevas tecnologías en el ámbito de los juegos de azar, derivados de la dificultad jurídica, social, económica y técnica de regular este fenómeno¹⁶.

La moderna regulación del juego

Históricamente, tanto Estados Unidos como el Reino Unido son ejemplos de jurisdicciones en las que el estatus legal del juego y la actitud general hacia el juego cambia drásticamente de una época a otra. El estatus legal del juego en los Estados Unidos se caracteriza por “ciclos de prohibición completa que se abre posteriormente hacia la permisividad y viceversa¹⁷. Esta pendulación de las regulaciones del juego ha sido bastante frecuente en el mundo y en la historia. En contraste, el juego seguía siendo una actividad generalizada en Australia “desde el primer establecimiento colonial”.

En los últimos tiempos, los Estados Unidos, el Reino Unido y varios otros países en diferentes regiones del mundo han visto un gran impulso hacia la creación legal de más formas de juego. En particular, los últimos años del siglo XX trajeron “una liberación asombrosa y una expansión de las oportunidades de jugar en todo el mundo”.

Permitir un mercado de juego requiere controles y balances apropiados y demanda un régimen regulatorio. Las cuestiones importantes incluyen cómo el juego responsable (por ejemplo, la protección de los menores de edad) puede aplicarse eficazmente; garantizar que el cliente es tratado de manera justa; y determinar cómo se cubrirán los costes para la comunidad que surjan del juego problemático. Los enfoques adoptados con respecto a estas cuestiones varían considerablemente entre países, a veces adoptados a nivel regional, y a menudo la situación puede describirse mejor como fragmentada o falta de homogeneidad.

Un ejemplo de esta fragmentación es la Unión Europea, donde cada Estado miembro sigue su propio enfoque, y algunos aspectos son regulados por los gobiernos locales, como los gobiernos regionales federales en Alemania o las Comunidades Autónomas en España. Mientras que el juego está restringido en algunos países de la Unión Europea y sólo puede ser proporcionado por un organismo estatal en posición de monopolio (por ejemplo, las loterías estatales en Alemania o en Suecia, que tiene un monopolio para las loterías y terminales de video lotería), otros países operan un régimen de licencias bajo el cual las empresas privadas pueden participar y competir. En algunos países, existen diferentes regímenes reguladores

para diferentes formas de juego, por ejemplo, en Suiza, donde un monopolio regional de la lotería coexiste con un régimen de licencias federal para los casinos.

A este respecto, cabe mencionar lo que especifica la legislación derivada de la Unión Europea aplicable al juego en línea. En relación con la legislación derivada europea¹⁸, y si bien los servicios de juego no están regulados por ninguna normativa sectorial específica a nivel de la UE, quedan, no obstante, sujetos a lo dispuesto en determinados actos de la UE²⁸. Cabe destacar a este respecto los siguientes textos:

- Directiva de servicios de comunicación audiovisual,
- Directiva sobre las prácticas comerciales desleales,
- Directiva sobre venta a distancia,
- Directiva sobre el blanqueo de capitales,
- Directiva sobre protección de datos,
- Directiva sobre la privacidad y las comunicaciones electrónicas y
- Directiva sobre el sistema común del impuesto sobre el valor añadido.

En otros casos, los servicios de juego se han excluido explícitamente del ámbito de aplicación de las disposiciones legales de la UE. Este es el caso de la Directiva sobre el comercio electrónico y de la Directiva de servicios.

La normativa nacional fija, en ocasiones, límites cuantitativos en relación con el número de licencias de las que puede disponerse para prestar servicios de juego en línea o, incluso, prohíbe por completo tales servicios en el territorio nacional (p.ej., prohibición o monopolio legal o de hecho de una o varias categorías de servicios de juego). Otros Estados miembros no restringen el número total de licencias que pueden conceder: se expide una licencia a cualquier operador en línea que cumpla una serie de condiciones establecidas por las disposiciones legales o reglamentarias. Las licencias pueden tener un período de vigencia limitado o concederse por tiempo indefinido. En la UE, el mayor número de operadores de juego en línea con licencia se registra en Malta (cerca de 500 licencias en 2009).

La actual situación reglamentaria de los Estados miembros hace que los operadores puedan verse obligados, cuando ofrezcan el mismo tipo de servicio de juego en línea (p.ej., apuestas deportivas) en distintos Estados miembros, a solicitar una licencia en cada uno de ellos. Algunos Estados miembros reconocen las licencias emitidas por otros Estados miembros que les son notificadas (lista blanca) y permiten a los proveedores titulares de las mismas ofrecer sus servicios de juego en línea en el territorio nacional sin necesidad de solicitar otra licencia. Otros pueden tener en cuenta esas licencias al expedir las suyas propias a tales operadores, pero aplican, no obstante, un régimen de doble autorización, de tal modo que todo proveedor, con independencia de que opere o no en otro Estado miembro, está obligado a obtener una licencia en su territorio antes de poder ofrecer los servicios.

Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE)

Conforme al Derecho de la UE los servicios de juego entran en el ámbito de aplicación del artículo 56 del TFUE y están, por tanto, sujetos a las normas sobre prestación de servicios. Con arreglo a estas normas, los operadores autorizados en un Estado miembro pueden ofrecer sus servicios a los consumidores de otros Estados miembros, salvo que éstos impongan restricciones que se justifiquen por razones imperiosas de interés general, como pueden ser la protección de los consumidores o la necesidad general de preservar el orden público. La política general de los Estados miembros en materia de juego en línea debe ser proporcionada y aplicarse de manera coherente y sistemática. Por otra parte, las citadas restricciones han de ser también compatibles con la legislación derivada de la UE: aun cuando los servicios de juego no estén regulados por una normativa sectorial específica a nivel de la UE y queden excluidos de instrumentos horizontales como la Directiva de servicios (2006/123/CE) o la Directiva sobre comercio electrónico (2000/31/CE), sí están sujetos a una serie de normas contenidas en la legislación derivada de la UE.¹⁸

En los últimos años varios países europeos se han unido a la regulación del sector del juego: Dinamarca, Portugal, Rumania, República Checa y muy pronto los Países Bajos, Austria y Alemania también serán parte de este grupo de países con mercado regulado.

España ha sido uno de los primeros en normalizar la industria del juego porque junto con Francia, Italia y el Reino Unido, cuenta con algunos años más de experiencia con el mercado regulado en comparación con los demás países europeos.

Los países de Europa del Este como la República Checa, Eslovaquia y Rumania han sido bastante rápidos en la concesión de licencias y en la creación de la legislación necesaria para promover su nuevo mercado regulado. Polonia y Eslovenia también han empezado hacer los cambios que necesitaban para poder incluir en sus mercados nacionales a las plataformas de juegos de azar *online*. A lo largo de 2017 sus mercados ya estarán regulados y se podrán emitir las licencias a los operadores internacionales que desean operar en dichos países.

No parece ser tan clara la situación de Alemania, donde los dieciséis estados germanos tienen distintas regulaciones y necesitan llegar a un acuerdo en la creación de una ley común y unas licencias válidas para todo el territorio alemán. Otro país de habla alemana que se une a los países con sector del juego regulado es Austria donde la Asociación Austríaca de juegos y apuestas está trabajando para crear un órgano regulador que establecerá los requisitos legales para el mercado austríaco.

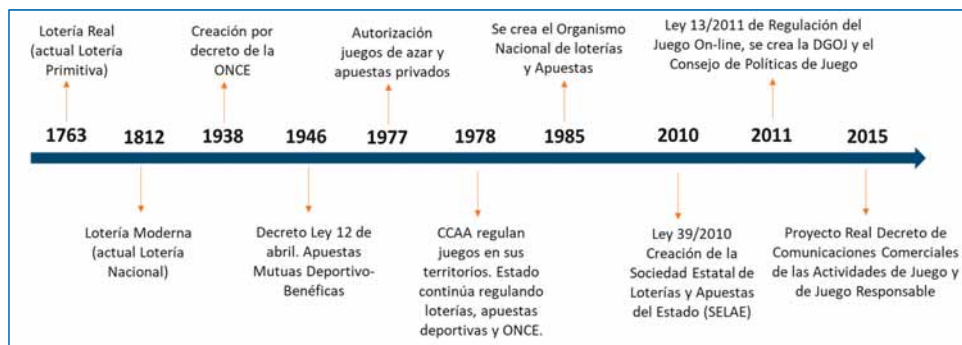
Por otra parte, el proceso de la regularización en Holanda ha llegado hasta el punto en que el Proyecto Ley del juego *online* ya ha sido votado y aprobado por la Cámara Baja el verano pasado, así que a lo largo de este año 2017 se espera la entrada de varios operadores internacionales en el mercado holandés.

Todo este proceso permitirá y promoverá una mejor prevención de la ludopatía y los fraudes, además de la protección de los jugadores y los menores de edad que serán amparados por la ley del juego en cada país.

Marco regulatorio de los juegos de azar en España

A lo largo del siglo XX el juego estuvo vedado en España durante más de cinco décadas, desde su prohibición en 1923, durante la Dictadura de Primo de Rivera, hasta la transición posterior a la época franquista, en 1977 año en el que se legaliza el juego en España. En los últimos cuarenta años tanto la actividad del juego como su regulación ha experimentado importantes cambios derivados no sólo del proceso general de liberalización de muchas actividades de ocio y entretenimiento, sino también de los cambios en las tecnologías que han evolucionado y multiplicado las formas de acceso al juego.

Figura 1. Breve cronología de la regulación del juego en España



Fuente: Elaboración propia.

La primera lotería que se recuerda en Europa con compra de billetes y posterior distribución de premios data de 1466 en Brujas y fue una iniciativa privada de la viuda del pintor Jan van Eyck, con objeto de recaudar fondos para los pobres de la ciudad¹⁹. En 1566 Francisco I la legalizó en Francia y a lo largo del siglo XVI se extendió a Italia, Inglaterra y otros países de Europa. Muchas loterías eran públicas, otras privadas; unas filantrópicas y otras con fines lucrativos; unas legales y honestas y otras amañadas e ilegales. En todos los casos se mostraba como una magnífica fuente de ingresos, por lo que la intervención del Estado en su regulación primero y en su organización después no se hizo esperar mucho.

En España el Estado ha explotado durante los últimos dos siglos y medio las loterías (primitiva y moderna) y las Apuestas Mutuas Deportivo-Benéficas (Figura 1). Carlos III introdujo en 1763 la lotería conocida entonces como “Lotería Real” (actual Primitiva), mediante una Real Ordenanza. Años más tarde, en 1812, tuvo lugar el primer sorteo de una nueva modalidad de lotería, denominada “Lotería Moderna” (actual Lotería Nacional), tras ser aprobada por las Cortes de Cádiz. Por su parte, las apuestas deportivas, y en principio la más popular, la quiniela, se derivan de la creación, por Decreto-Ley de abril de 1946, del Patronato de Apuestas Mutuas Deportivo-Benéficas. Las quinielas se implantan a partir de septiembre del mismo año; el 45% de lo recaudado se destinaba a premios y el otro 45% iba a parar conjuntamente a las arcas de las diputaciones provinciales (en orden al cumplimiento de sus fines benéficos) y de la Dirección General de Beneficencia y Obras Sociales del Ministerio de la Gobernación¹⁵.

En otro plano se sitúa el cupón de la Organización Nacional de Ciegos de España (ONCE). En el siglo XX, en mayo de 1939, se celebró por primera vez un sorteo del “cupón pro-ciegos”, tras la creación por Decreto de la ONCE el año anterior. En el preámbulo del Acuerdo General firmado entre el Gobierno y la ONCE, que data de 1999, se declara que el peso de la financiación de esta última recae fundamentalmente sobre los recursos provenientes del cupón pro-ciegos, calificado como una modalidad de la Lotería del Estado y explotada por una Corporación de Derecho Público con carácter social.

Una Orden del Ministerio del Interior de junio de 1977, dictada en ejecución de un Real Decreto de marzo del mismo año, legalizaba el juego en España a través del Reglamento Provisional de Casinos de Juego. Ese mismo mes de junio de 1977, otra Orden de la Presidencia del Gobierno aprobaba el Reglamento provisional de ordenación del juego del Bingo. Al año siguiente se crea el dispositivo policial adecuado para velar por la observancia estricta de las disposiciones dictadas en esta materia con el nombre de Brigada Especial del Juego. Año y medio después, en enero de 1979, entraba en vigor el Reglamento Definitivo de Casinos de Juego.

A partir de 1977 se autorizaron los juegos privados (con gestión privada). Un primer grupo de ellos queda englobado en la expresión genérica de “juegos de casino”. El bingo es el segundo juego autorizado. Posteriormente en el Real Decreto 2110/1998, de 2 de octubre, fueron autorizadas las máquinas recreativas: las máquinas tipo A (las simplemente recreativas, que ya estaban autorizadas, por ejemplo, las denominadas “Flipper”, derivadas del popular Pinball, presente ya en las salas de juego en los años 60 y 70); las máquinas tipo B o máquinas recreativas con premios programado (conocidas como tragaperras) y, por último, las máquinas tipo C o máquinas de casinos o azar (que dependen únicamente del azar).

La estructura territorial del Estado Español recogida en la Constitución Española de 1978, donde se contempla el reparto de competencias entre el Estado y las Comunidades Autónomas da lugar a una descentralización de la regulación del juego y a una multiplicación de las normas reguladoras de esta actividad. Las distintas CCAA, de acuerdo con las competencias asumidas en sus respectivos Estatutos de Autonomía, han ido regulando los juegos que se realizaban en su territorio (máquinas recreativas, bingos, casinos, rifas...), mientras que el Es-

tado ha continuado su labor normativa en el ámbito nacional (loterías, apuestas deportivas y sorteos de la ONCE).

Hasta 1985, los juegos y apuestas del Estado se comercializaban a través de dos redes diferenciadas, una distribuidora de Lotería Nacional y dependiente del Servicio Nacional de Loterías, y otra expendedora de la quiniela de fútbol, competencia del Patronato de Apuestas Mutuas Deportivo Benéficas. Ese año se fusionaron ambas en el Organismo Nacional de Loterías y Apuestas del Estado. Mediante la Ley 39/2010 se crea la Sociedad Estatal de Loterías y Apuestas del Estado (SELAE), quedando separado el ente regulador del operador de juegos.

Finalmente, las apuestas deportivas *online* y los juegos *online* fueron autorizados a través de la Ley 13/2011, que entró en vigor en junio de 2012 y contiene un nuevo marco jurídico para las actividades de explotación y gestión de juegos de ámbito estatal y, particularmente, a aquellos juegos que se practican a través de medios electrónicos, informáticos, telemáticos e interactivos y en los que los medios presenciales tienen un carácter accesorio²⁰.

En ese mismo año se crea la Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ) como el órgano del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas que ejerce las funciones de regulación, autorización, supervisión, control y, en su caso, de aplicación del régimen sancionador en el ámbito de las actividades de juego *online* de ámbito estatal.

Debido a este reparto de competencias, el Estado tiene como ámbito de actuación la regulación y control del juego *online*, mientras que cada Comunidad Autónoma se encarga del juego en su territorio, ya sea presencial (bingo, salas de casino, máquinas recreativas ...) u *online*, de ámbito autonómico, incluyendo las distintas ayudas para el juego responsable o la gestión de sus propios registros de jugadores autoexcluidos o prohibidos autonómicos.

A fin de lograr una mejor coordinación y colaboración entre el Estado y las CCAA, en el año 2011 también se crea el Consejo de Políticas del Juego, órgano de coordinación que promueve las actuaciones pertinentes para favorecer la convergencia del régimen jurídico y fiscal, así como la regulación en materia de publicidad, patrocinio y promoción aplicable a cualquier modalidad de juego, tipo de juego y operador, en todo el territorio nacional²¹.

El Consejo de Políticas del Juego entiende de las siguientes materias²¹:

- Normativa básica de los diferentes juegos
- Desarrollo de la regulación básica de los juegos y de las bases generales de los juegos esporádicos.
- Criterios de otorgamiento de licencias.
- Definición de los requisitos de los sistemas técnicos de juego y su homologación.
- Principios para el reconocimiento de las certificaciones y homologaciones de licencias por los órganos de las Comunidades autónomas competentes en materia de juego.
- Coordinación de la normativa sobre medidas de protección a los menores y personas dependientes y vulnerables.
- Estudio de las medidas a proponer al Estado y las Comunidades Autónomas que permitan avanzar en la equiparación del régimen jurídico aplicable, incluido el ámbito tributario, al juego realizado a través de canales electrónicos, informáticos, telemáticos e interactivos y al juego presencial, así como a las actividades de publicidad y de patrocinio de dichas actividades, promoviendo las consultas a las asociaciones representativas del sector.
- De todo aspecto de las actividades de juego que dada su naturaleza precise de una actuación coordinada del Estado y de las Comunidades Autónomas.

Con base en el estudio realizado por Cases en el año 2011²², sobre la transformación de las políticas públicas de juego de azar en España, detallamos como ha sido el recorrido de la normativa del juego en las Comunidades autónomas.

Tabla 1. Desarrollo de la normativa sobre el juego en las Comunidades Autónomas

Comunidad	Fecha primer Estatuto	Transferencia	Ley del Juego
Andalucía	LO 6/81, de 30 de diciembre (art.13.33)	RD 170/1984, de 18 de julio	2/86, de 19 de abril
Aragón	LO 8/1982, de 10 de agosto (art. 35.1.36)	RD 1055/1994, de 20 de mayo	2/2000, de 28 de junio
Asturias	LO 7/1981, de 30 de diciembre (art. 10.1.26)	RD 847/1995, de 30 de mayo	3/2001, de 4 de mayo
Islas Baleares	LO 2/1983, de 25 de febrero (art. 10.25)	RD 123/1995, de 23 de febrero	Ley 6/2014 de 13 de junio
Islas Canarias	LO 10/1982, de 10 de agosto		Ley 8/2010 de 15 de junio
Cantabria	LO 8/1981, de 30 de diciembre (art. 24.25)	RD 1387/1996, de 7 de junio	15/2006, de 24 de octubre
Castilla y León	LO 4/1983, de 25 de febrero		4/1998, de 26 de junio
Castilla-La Mancha	LO 9/1982, de 10 de agosto (art. 31.1.21)	RD 337/1995, de 10 de marzo	Ley 2/2103 de 25 de abril
Cataluña	1979 (art. 9.32)		15/1984, de 20 de marzo*
Extremadura	LO 1/1983, de 25 de febrero (art.7)		6/1998, de 18 de junio
Galicia	LO 1/1981, de 6 de abril (art.27)	RD 228/1985, de 6 de febrero	14/1985, de 23 de octubre
Comunidad de Madrid	LO 3/1983, de 25 de febrero (art. 26.1.29)	RD 2370/1994, de 9 de diciembre	6/2001, de 3 de julio
Región de Murcia	LO 4/1982, de 9 de junio		2/1995, de 16 de marzo
Navarra	LO 13/1982, de 10 de agosto (art. 44.16)		16/2006 de 14 de diciembre
País Vasco	LO 3/1979, de 18 de diciembre (art. 10.35)		4/1991, de 8 de noviembre
La Rioja	LO 3/1982, de 9 de junio (art. 8.1.10)	RD 2376/1994, de 9 de diciembre	5/1999, de 13 de abril
Comunidad Valenciana	LO 5/1982, de 1 de julio	RD 1038/1985, de 25 de mayo	4/1998, de 3 de junio
Ceuta	LO 1/1995, de 13 de marzo		
Melilla	LO 2/1995, de 13 de marzo		

*Complementada por la Ley 1/1991, de 27 de febrero, de Régimen Sancionador en materia de juego.

**De Reintegración y Amejoramiento del Régimen Foral de Navarra.

Fuente: Cases 2011²² y García Rodríguez 2017²³.

Las Comunidades Autónomas, conforme tienen incorporado en sus respectivos Estatutos la competencia exclusiva sobre juegos y apuestas, hacen uso de ella de manera extensa al abordar la redacción y contenido de sus textos legislativos, entendiéndolo que, salvo la exclusión de las Apuestas Mutuas Deportivo-Benéficas que se retienen bajo titularidad estatal, el resto de las potestades legislativas y ejecutivas sobre el juego han de integrarse enteramente en la esfera competencial autonómica²³.

Con la aparición del juego *online*, entró en el escenario regulatorio un aspecto clave que obligó a modificar de manera significativa la normativa existente, y es el concepto de la no territorialidad, que lleva consigo la no presencia física del jugador. Aspectos como la regulación del juego en menores, prohibiciones, sanciones, así como características técnicas relacionadas con el juego, determinaron el desarrollo de una nueva ley, Ley 13/2011, mencionada anteriormente, la cual forma parte del marco normativo vigente, disponible en el portal de la DGOJ y el cual detallamos a continuación:

Normas en Vigor:

- Ley 13/2011, de 27 de mayo, de Regulación del Juego.

Reales Decretos:

- Real Decreto 769/2017, de 28 de julio, por el que se desarrolla la estructura orgánica básica del Ministerio de Hacienda y Función Pública y se modifica el Real Decreto 424/2016, de 11 de noviembre, por el que se establece la estructura orgánica básica de los departamentos ministeriales.
- Real decreto 1613/2011, de 14 de noviembre, por el que se desarrolla la Ley 13/2011, de 27 de mayo, regulación del juego, en lo relativo a los requisitos técnicos de las actividades de juego.
- Real Decreto 1614/2011, de 14 de noviembre, por el que se desarrolla la Ley 13/2011, de 27 de mayo, de regulación del juego, en lo relativo a las licencias, autorizaciones y registros del juego.
- Disposición adicional cuadragésima de la ley 39/2010, de 22 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2011.
- Real Decreto-ley 13/2010, de 3 de diciembre, de actuaciones en el ámbito fiscal, laboral y liberalizadoras para fomentar la inversión y la creación de empleo.

Órdenes ministeriales

Convocatoria Licencias Generales

- Orden HAP/1995/2014, de 29 de octubre, por la que se aprueba el pliego de bases que regirán la convocatoria de licencias generales para el desarrollo y explotación de actividades de juego de la Ley 13/2011, de 27 de mayo, de regulación del juego.

Reglamentación básica distintos tipos de juego

Reglamentación básica otros juegos

- Orden HAP/1370/2014, de 25 de julio, por la que se aprueba la reglamentación básica del juego de máquinas de azar.
- Orden EHA 3085/2011, de 8 de noviembre, por la que se aprueba la reglamentación básica del juego de la "Ruleta".
- Orden EHA 3086/2011, de 8 de noviembre, por la que se aprueba la reglamentación básica del juego de "Punto y banca".
- Orden EHA 3087/2011, de 8 de noviembre, por la que se aprueba la reglamentación básica del juego del "Bingo".
- Orden EHA 3088/2011, de 8 de noviembre, por la que se aprueba la reglamentación básica del juego del "Black Jack".
- Orden EHA 3089/2011, de 8 de noviembre, por la que se aprueba la reglamentación básica del juego del "Póquer".
- Orden EHA 3090/2011, de 8 de noviembre, por la que se aprueba la reglamentación básica de del tipo de juegos denominado "Juegos Complementarios".

Reglamentación básica apuestas

- Orden HAO/1369/2014, de 25 de julio, por la que se aprueba la reglamentación básica de las apuestas cruzadas, y se modifican distintas órdenes ministeriales por las que se aprueba la reglamentación básica de determinados juegos.
- Orden EHA 3079/2011, de 8 de noviembre, por la que se aprueba la reglamentación básica de "Otras apuestas de contrapartida".
- Orden EHA 3080/2011, de 8 de noviembre, por la que se aprueba la reglamentación básica de las "Apuestas deportivas de contrapartida".

- Orden EHA 3081/2011, de 8 de noviembre, por la que se aprueba la reglamentación básica de las “Apuestas deportivas mutuas”.
- Orden EHA 3082/2011, de 8 de noviembre, por la que se aprueba la reglamentación básica de las “Apuestas hípcas de contrapartida”.
- Orden EHA 3083/2011, de 8 de noviembre, por la que se aprueba la reglamentación básica de las “Apuestas hípcas mutuas”.

Reglamentación básica concursos

- Orden EHA 3084/2011, de 8 de noviembre, por la que se aprueba la reglamentación básica de los “Concursos”.

Modificación distintos tipos de juego

- Orden HAP/1998/2013, de 22 de octubre, por la que se modifican diversas órdenes ministeriales relativas a distintos tipos de juegos.

Entidades certificadoras

- Orden EHA 2528/2011, de 20 de septiembre, establece los requisitos y el procedimiento de designación de entidades independientes que realicen las certificaciones de evaluación del *software* de juegos y de seguridad de operadores de juegos.

Impuesto sobre actividades de juego

- Orden EHA/1881/2011, de 5 de julio, aprueba el modelo 763 de autoliquidación del Impuesto sobre actividades de juego en los supuestos de actividades anuales y plurianuales, se determina forma y plazo de su presentación y se regulan las condiciones generales y el procedimiento para su presentación telemática.

Resoluciones de la DGOJ

Resoluciones de desarrollo normativo

- Resolución de 13 de octubre de 2014, por la que se aprueba la disposición que desarrolla el Capítulo III del Título II del Real Decreto 1614/2011, de 14 de noviembre y la determinación de los importes de la garantía de operador que se vinculan a las licencias singulares correspondientes a los distintos tipos de juego. - *Nota informativa relativa a las modificaciones en el cálculo y cuantía de la garantía a partir del 1 de enero de 2014.*
- Resolución de 3 de julio de 2013, de la Dirección General de Ordenación del Juego, por la que se acuerda no hacer público el anexo II de las resoluciones de otorgamiento de títulos habilitantes para el desarrollo de las actividades de juego previstas en la Ley 13/2011, de 27 de mayo, de regulación del juego.
- Resolución de 24 de julio de 2012, por la que se acuerda no hacer públicos determinados datos de carácter personal contenidos en el anexo II de las resoluciones de otorgamiento de títulos habilitantes.
- Resolución de 16 de noviembre de 2011, por la que de conformidad con lo dispuesto en el artículo 50 del Real Decreto 1614/2011, de 14 de noviembre, por el que se desarrolla la Ley 13/2011, de 27 de mayo, de regulación del juego, en lo relativo a licencias, autorizaciones y registros del juego, se establece el contenido mínimo de las inscripciones provisionales en la sección especial de concurrentes del registro general de licencias de juego.

Resoluciones de carácter técnico

- Resolución de 6 de octubre de 2014, por la que se aprueba la disposición por la que se desarrollan las especificaciones técnicas de juego, trazabilidad y seguridad que deben cumplir los sistemas técnicos de juego de carácter no reservado objeto de licencias otorgadas al amparo de la Ley 13/2011, de 27 de mayo, de regulación del juego. (PDF, aprox. 463)

- Resolución de 6 de octubre de 2014, por la que se aprueba la disposición que establece el modelo y contenido del informe de certificación definitiva de los sistemas técnicos de los operadores de juego y se desarrolla el procedimiento de gestión de cambios (PDF, aprox. 765 KB).
- Resolución de 6 de octubre de 2014, por la que se aprueban las disposiciones por las que se establecen los modelos de informes preliminares de las certificaciones de los proyectos técnicos y el modelo de informe de certificación de sistema de control interno, presentados por los solicitantes de licencias generales y singulares para la explotación y comercialización de juegos.
- Resolución de 6 de octubre de 2014, por la que se aprueba el modelo de datos del sistema de monitorización de la información correspondiente a los registros de operaciones de juego.
- Resolución de 12 de julio de 2012, por la que se aprueba la disposición que desarrolla los artículos 26 y 27 del Real Decreto 1613/2011, de 14 de noviembre, en relación con la identificación de los participantes en los juegos y el control de las prohibiciones subjetivas a la participación.

Resoluciones sobre procedimientos

- Resolución de 10 de octubre de 2014, por la que se establece el procedimiento de solicitud y otorgamiento de licencias singulares.

Resoluciones sobre juego responsable

- Resolución de 16 de noviembre de 2011, por la que, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 36 del Real Decreto 1614/2011, de 14 de noviembre, por el que se desarrolla la Ley 13/2011, de 27 de mayo, de regulación del juego, en lo relativo a licencias, autorizaciones y registros del juego, se establece el test de juego responsable y de prevención de conductas.

Proyectos normativos y de resoluciones:

- Proyecto del Real Decreto de Comunicaciones Comerciales de las Actividades de Juego y de Juego Responsable.
- Proyecto de resolución por la que se acuerda autorizar una modalidad de liquidez distinta a la propia de la participación de los jugadores con registro de usuario español para el juego de póquer *online* y por la que se modifican determinadas resoluciones sobre las actividades de juego previstas en la Ley 13/2011, de 27 de mayo, de regulación del juego.

El marco regulatorio de este sector, tanto a nivel nacional como internacional, debe ser capaz de cubrir las necesidades individuales de los agentes participantes, tantos jugadores, empresas operadoras y sociedad en general, que garanticen el desarrollo de actividades de juego de forma transparente, legal e íntegra, respetando los derechos de los jugadores y de las operadoras, a la vez que vele y evite que el colectivo más vulnerable caiga en el juego compulsivo, problemático y patológico. Se deben establecerse los mecanismos de supervisión necesarios para que se cumpla la normativa reguladora sobre juegos de azar y se eviten conductas que puedan situarse al margen de la legalidad y de impacto en la salud pública.

3

Economía del Juego. Dimensión del negocio y regulación en España

Como ya hemos comentado, los juegos de azar y, especialmente, la dedicación excesiva y/o profesionalizada a esta actividad, siempre han gozado de una dudosa reputación, tanto por la frecuencia de prácticas poco honestas, como por su carácter adictivo y sus consecuencias sobre el entorno social. Además, esta actividad ha estado con frecuencia asociada a otras prácticas poco saludables o con poca aprobación social, como el consumo de tabaco y alcohol o el tráfico de drogas y la prostitución. Sin embargo, el desarrollo económico, social y legislativo en el mundo actual ha hecho que las peores prácticas del juego organizado hayan desaparecido en gran medida o queden en el ámbito criminal y, por tanto, socialmente denostadas y legalmente perseguidas. Con ello, el juego se ha acabado convirtiendo en una actividad más de ocio y entretenimiento, pudiendo ser una actividad económica legítimamente lucrativa para quienes la promueven u organizan.

Los grandes volúmenes de dinero que se mueven en el mercado de los juegos de azar lo han convertido en una parte a tener en cuenta en la economía del país, sobre todo, en relación con el alto nivel de recaudación de impuestos que puede tener para las arcas públicas. Dadas las consecuencias socioeconómicas que surgen de las actividades del juego, en España éstas se encuentran reguladas por el Estado y las Comunidades Autónomas.

Además de obtener mayores ingresos para el estado, la regulación del sector permite proporcionar mayor seguridad jurídica tanto para operadores como para jugadores. De esta manera, se trata de evitar, por ejemplo, que las personas menores de 18 años o personas con prohibición de jugar, por razones médicas o judiciales, tengan acceso al juego. Los operadores de juego deben identificar y confirmar la identidad de sus clientes. Al mismo tiempo, desde las instituciones públicas, se intenta prevenir el blanqueo de capital o la financiación de actividades ilícitas que muchas veces utilizan el juego como tapadera. Por tanto, el Estado, a través de la Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ), órgano del Ministerio de Hacienda y Función Pública que, bajo la dependencia de la Secretaría de Estado de Hacienda, ejerce las funciones de regulación y vigilancia de esta actividad ²⁴.

La DGOJ no solo tiene la función de fiscalización de la actividad del juego; también tiene la obligación de promover políticas de juego responsable que permitan prevenir posibles conductas adictivas al juego u otros efectos negativos que puedan surgir de la realización de esta actividad. La DGOJ pone a disposición de los jugadores herramientas para gestionar sus

comportamientos de juego y mecanismos de autoexclusión con el fin de reducir al mínimo el número de jugadores con problemas²⁵.

Con el objetivo de coordinar las funciones del Estado y las Comunidades Autónomas, la Ley 13/2011 estableció el Consejo de Políticas del Juego (CPJ) como el órgano de coordinación y participación entre las Comunidades Autónomas y el Estado. De esta manera, mediante el CPJ se intenta promover las actuaciones necesarias para “favorecer la convergencia del régimen jurídico y fiscal, así como la regulación en materia de publicidad, patrocinio y promoción aplicable a cualquier modalidad de juego, tipo de juego y operador, en todo el territorio nacional”²⁴.

La fuerte influencia que es capaz de ejercer este sector en todo el mundo ha llevado a algunos agentes a reclamar algún tipo de política común dentro de la Unión Europea, sobre todo en torno a los juegos *online*. En noviembre de 2011, el Parlamento Europeo aprobó el informe de Jürgen Creutzmann, miembro alemán del Parlamento Europeo, en el que recomendaba la creación de un reglamento único para el juego en línea en Europa. El informe proponía el establecimiento de una estrecha cooperación entre los Estados miembros para desarrollar políticas comunes en materia de protección de los consumidores, prevención del fraude y concesión de licencias a los operadores del sector en toda Europa. El informe también señalaba que, si bien cada Estado puede gozar de cierto margen de maniobra en su regulación de la industria del juego fuera de línea, es necesario establecer un compromiso común para el avance de las normas comunitarias mínimas en el caso de los juegos de azar en línea.

España también ha participado en las convocatorias de la Comisión Europea y ha mantenido frecuentes reuniones con reguladores en Francia, Italia y el Reino Unido²⁶, con objeto de compartir avances y resultados y mejorar la homogeneización de la normativa en esta materia. A pesar de no existir un reglamento único para toda Europa y de la dificultad de poner “límites” y fronteras a internet, muchos países están iniciando regularizaciones del sector en sus territorios, apoyándose en la experiencia relativamente exitosa de otros países que ya habían regularizado antes este sector.

La importancia del sector del juego radica en el gran crecimiento que ha tenido en los últimos años y en sus buenas perspectivas de futuro. La actividad del juego tiene un fuerte impacto económico, movilizándolo gran cantidad de dinero, además de los efectos secundarios, principalmente negativos, que pueda tener socialmente (ludopatía). Si bien es cierto que desde la Administración del Estado y las empresas de juego siempre se han resaltado los impactos positivos sobre los negativos, aludiendo a la gran capacidad de este sector para generar ingresos y los posteriores beneficios económicos y sociales que pueden resultar de la recaudación fiscal sobre el juego.

Como cualquier otra actividad económica que mueva grandes cantidades de dinero, el sector del juego es capaz de contribuir de una manera muy positiva a los ingresos del estado. De acuerdo con los últimos datos publicados en la Comisión Europea²⁷, sobre las cifras del sector del juego, el mercado de juegos de azar de la UE se estima en alrededor de 84.900 millones de euros y en los últimos años crece a una tasa cercana al 3%. Los juegos de azar *online* son particularmente populares entre unos 6,8 millones de consumidores en la UE y existe una gran variedad de operadores que ofrecen estos servicios.

En los Estados Unidos, las loterías estatales generaron 66.800 millones de dólares en ingresos brutos en el año fiscal 2015. De ellos, 42.200 millones fueron a los premios y 3.200 millones fueron a gastos administrativos (incluyendo publicidad), dejando el producto neto de la lotería en 21.400 millones de dólares que el Estado no tendrá que imponer a sus contribuyentes por otra vía (www.thedailyworld.com). De igual forma, en 2012, sólo los servicios de juegos de azar *online* representaron más del 12% del mercado de juego de los Estados Unidos, con ingresos anuales superiores a los 10.000 millones que se elevarían a 13.000 millones de euros en 2015.

En nuestro país, según el Anuario del juego en España de 15/16, el sector del juego ha pagado en impuestos la cantidad de 1.637,7 millones de euros. A ello, hay que sumar, las cantidades que se han pagado en Impuesto de Sociedades, IAE, etc., que se estiman en 133,1 millones de euros además de las cotizaciones sociales, estimadas en 211,7 millones de euros²⁸. Además, se trata de un sector con una gran capacidad para generar empleo. El sector del juego contaba en 2015 con 80.761 puestos de trabajo, generando de manera indirecta en torno a 160.000 empleos²⁸. En la Tabla 2, se puede observar el tipo de gravamen existente para cada juego. Las Comunidades Autónomas pueden elevar el tipo impositivo hasta un máximo del 20% de los tipos ya establecidos.

Evidentemente, no todos los juegos tienen la misma demanda, ni la misma tributación, por lo que no contribuyen de la misma forma a las arcas del estado. De igual forma, la introducción de nuevas formas de juego puede afectar a la actividad de las demás y, por tanto, a los ingresos que estos proporcionan al Estado. Aunque todas las innovaciones en esta materia suponen costes regulatorios para la Administración, estos resultan siempre inferiores a los ingresos fiscales asociados a las nuevas actividades.

A nivel general, la introducción o creación de salas de ocio dedicadas al juego de azar, sobre todo, de grandes complejos dedicados al juego (incluso ciudades como Las Vegas o Macao) estimulan también la creación de otros negocios “complementarios” en la zona como pueden ser hoteles, centros comerciales, restaurantes, etc. Estos, a su vez se suelen ver apoyados por mejoras en los servicios públicos de transporte, mejoras en servicios de urgencias y seguridad e incluso, desarrollo de nuevos accesos en carretera, alumbrado, alcantarillado, etc. En definitiva, además de los negocios privados que puedan surgir, el Estado trata de promover, muchas veces a través de financiación pública, una buena acomodación para un funcionamiento seguro y eficiente de la actividad económica de la zona.

Tabla 2. Resumen de tipos de gravamen según el tipo de juego

	Tipo de Apuesta ¹	Tipo de Gravamen	² Base Imponible
1º	Apuestas deportivas mutuas	22%	Ingresos brutos [1].
2º	Apuestas deportivas de contrapartida	25%	Ingresos netos [2].
3º	Apuestas deportivas cruzadas	25%	Ingresos netos.
4º	Apuestas hípcas mutuas	15%	Ingresos brutos.
5º	Apuestas hípcas de contrapartida	25%	Ingresos netos.
6º	Otras apuestas mutuas	15%	Ingresos brutos.
7º	Otras apuestas de contrapartida	25%	Ingresos netos.
8º	Otras apuestas cruzadas	25%	Ingresos netos.
9º	Rifas	20%, 7%*	Ingresos brutos. Si es de utilidad pública*.
10º	Concursos	20%	Ingresos brutos.
11º	Otros juegos	25%	Ingresos netos.
12º	Combinaciones aleatorias con fines promocionales	10%	Importe total valor de mercado de premios o ventajas concedidas a los participantes.

Fuente: Elaboración propia a partir de la Ley 13/2011 de regulación. BOE (2011)²⁹.

¹ Los ingresos netos, definidos como el 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. Cuando se trate de apuestas cruzadas o de juegos en los que los sujetos pasivos no obtengan como ingresos propios los importes jugados, sino que, simplemente, efectúen su traslado a los jugadores que los hubieran ganado, la base imponible se integrará por las comisiones, así como por cualesquiera cantidades por servicios relacionados con las actividades de juego, cualquiera que sea su denominación, pagadas por los jugadores al sujeto pasivo.

² Los ingresos brutos, definidos como el 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.

Sin embargo, en ocasiones la introducción de los juegos de azar se ve perjudicada por algunos efectos negativos (además de la ludopatía) que puedan surgir de esta actividad. Teóricamente, la creación de negocios de este tipo como casinos u otros centros de juego de azar, puede ir acompañada de un aumento de determinados delitos como el blanqueo de dinero o el incremento de algunos delitos contra la propiedad. También suele ser un punto de atracción para clientes con tendencias delictivas, muchas veces influidos por el alcohol o las drogas. Para tratar de reducir al mínimo el nivel de delincuencia relacionada con el juego, los organismos reguladores deben asegurarse de que los agentes del sector cumplan con todos los procedimientos y normas que están establecidos para luchar contra el blanqueo de dinero, el fraude y otras formas de delincuencia.

España, a pesar de contar con alrededor de 40 casinos distribuidos por todo el territorio (en 2011 el número de casinos existentes era de 39 más 4 Salas Apéndices³⁰) y de ser uno de los países con mayor gasto en juegos de azar, en 2014, fue el décimo país del mundo en pérdidas por juego de azar³¹. En nuestro país no existen aún grandes ciudades o complejos de ocio concentrados en esta actividad. Ejemplo de ello son los proyectos fallidos de *Euro-vegas*, *Gran Scala* o *Reino de Don Quijote*. Los desacuerdos con la administración, la falta de transparencia de algunas de las empresas responsables de los proyectos o la falta de financiación han sido algunos de los problemas por los que cuales no han salido adelante estos negocios.

En cualquier caso, a pesar del atractivo que puedan tener los establecimientos de juegos de azar, de todo el dinero que puedan generar y de su capacidad para promover el desarrollo de nuevos negocios a su alrededor, según La Memoria Anual 2016 de la DGOJ, los jugadores en España dedican una mayor cantidad de dinero a juegos como las loterías y apuestas del estado o el juego *online*³².

Mercado de juego

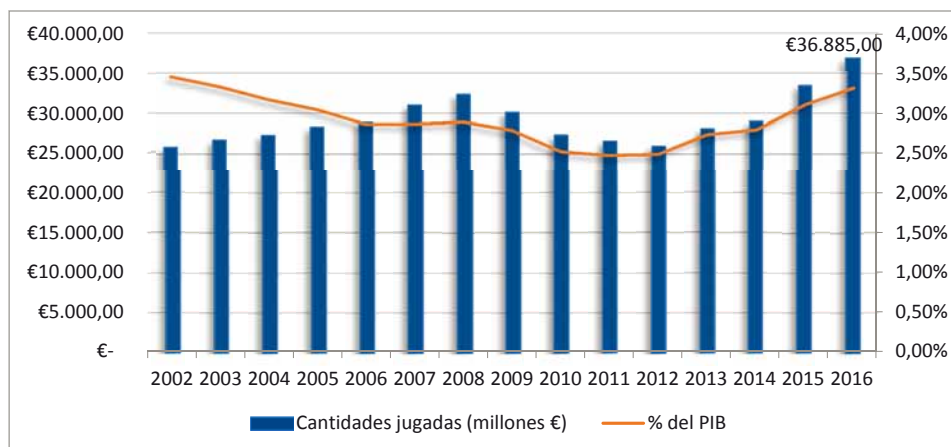
El desarrollo de la economía digital ha abierto nuevas vías de distribución y segmentado muchos mercados, entre ellos el del entretenimiento y los juegos. Actualmente, el mercado de juego se desarrolla dentro de modalidades, presencial y *online*. Dentro de la modalidad presencial, por un lado, se encuentran los juegos con carácter público o semipúblico, gestionados por Sociedad Estatal de Loterías y Apuestas del Estado (SELAE) y la Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE). Por otro lado, están los juegos gestionados por empresas privadas que corresponden a apuestas, bingos, casinos, máquinas de tipo B³ y salas de juego. Actualmente, los juegos de carácter privado y presencial están regulados por las Comunidades Autónomas.

El mercado de juego *online* ha ido creciendo progresivamente en los últimos años y ya está bastante consolidado dentro del sector del juego beneficiado por el avance de las nuevas tecnologías y por la regulación de 2011²⁹ que dio un fuerte impulso al crecimiento del sector.

A pesar de la tendencia creciente actual, el sector del juego tampoco fue ajeno a la crisis económica. En el Gráfico 1, se puede observar como las cantidades jugadas en el juego de azar iniciaron una tendencia negativa en el año 2008 llegando a descender hasta los 25.988 millones de euros jugados en 2012. Desde entonces el sector ha sido capaz de recomponerse y ha vuelto a alcanzar los niveles previos a la crisis e, incluso, superiores.³³

³ Las máquinas de tipo B son aquellas que, a cambio del precio de la partida, conceden al usuario un tiempo de uso o de juego y, eventualmente de acuerdo con el programa, un premio en metálico.

Gráfico 1. Evolución cantidades totales jugadas 2002-2016



Fuente: Elaboración propia. Cifras basadas en DGOJ e INE (2016)^{32 34}

Las cantidades totales jugadas en actividades de juego en el año 2016 se estiman en 36.885 millones de euros aproximadamente, según el Informe Anual del Juego de 2016, un 10,45% superior con respecto al 2015. También se han superado los 32.309,11 millones de euros jugados en el año 2008 previamente a la crisis, por segunda vez consecutiva, en el año 2015 ya se había superado la caída producida por la crisis, lo que demuestra que el sector se ha recuperado rápidamente y actualmente se encuentra en fase de crecimiento, favorecido por la última regulación y la nueva dinámica creada por las nuevas tecnologías y el crecimiento del juego *online* apenas existente en España antes de la crisis.

A pesar de la fuerte expansión del juego a través de internet, el juego presencial sigue siendo el sistema de juego utilizado mayoritariamente por los jugadores. El canal presencial representa el 70% aproximadamente del total de ventas, frente a un 30% del canal no presencial. Además, la contribución al margen de juego⁴ total³², estimada en 8.399,71 millones de euros, por parte del canal presencial es del 93,91%, mientras que el canal no presencial aporta el 6,09% restante. Por la tanto, la parte más importante del negocio continúa estando representada por el canal presencial (loterías nacionales, ONCE, bingos, casinos, etc.) tanto por volumen de ventas o cantidades jugadas, como por márgenes de juego.

La distribución del sector del juego por segmentos deja a las loterías liderando la actividad con un 49,14% del total del mercado, seguidas de las Maquinas B (29,99%) y las apuestas (7,63%). En un segundo plano, aunque también importante, quedan los Casinos (4,87%), el Bingo (6,98%) y otras modalidades (1,39%). Los datos dicen que, por lo general, los jugadores españoles suelen tener mayor preferencia por los juegos tipo lotería o sorteo que juegos en los que se requiere hacer algún tipo de pronóstico (apuestas deportivas) o tener que desarrollar cierta habilidad para ganar (póker). Es decir, la mayoría de los aficionados prefieren juegos dominados básicamente por las leyes del azar (lotería, bingo, etc....) en los que la posible capacidad predictiva del jugador apenas existe, que aquellos en los que un cierto conocimiento del juego puede suponer alguna ventaja (apuestas deportivas, casino, etc.)

⁴ Margen de juego: Importe total de las cantidades dedicadas a la participación en el juego, deducidos los premios satisfechos por el operador a los participantes.

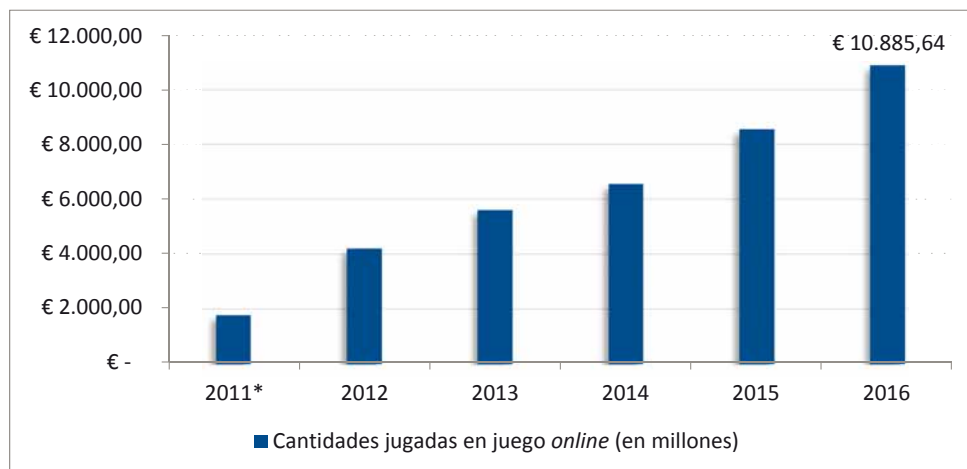
Según el informe de percepción social sobre el juego de azar en España³⁵, el perfil representativo del jugador presencial se divide entre los que prefieren juegos de carácter público como las loterías y los que prefieren acudir a salas de juego, casinos, bingos, etc. La lotería es el juego con mayor participación de todo el mercado ayudado por su “alta aceptación social” y por el hecho de haberse convertido el reparto de participaciones de lotería, especialmente las de Navidad o “el Niño”, en una costumbre familiar y comercial. De hecho, el 75% de las personas entre 18 y 75 años ha jugado a la Lotería. En el año 2015, el grupo de las personas de entre 35 y 65 años que jugaron a la lotería no bajaron del 79% su participación. Los menores de 24 años que jugaron lotería se quedan en un 39,8%. El azar anónimo y distante de la lotería no parece seducir a los más jóvenes.

Sin embargo, el perfil de personas que acuden a salones de juego, casinos, bingos, etc. se torna bastante distinto. Las personas más jóvenes son las que suelen acudir con mayor frecuencia a los casinos y los salones de juego, concretamente un 22,4% y un 15,3% de los menores de 24 años, respectivamente. En perfiles de más edad, los participantes no superan el 8% en ningún caso. En Apuestas deportivas, Máquinas C o póker, existe una dinámica parecida, habiendo una mayor participación de jugadores jóvenes (13,5%, 4,8% y 4,8% respectivamente) y reduciéndose a medida que avanza la edad en los jugadores. En el caso del Bingo no parece haber gran diferencia por edad, ya que, aunque el porcentaje de jóvenes que juegan es el mayor (22,9% de menores de 24 años) el resto de grupos etarios lo hacen con mucha menor frecuencia (menos del 9%).

Dentro de la modalidad *online*, las apuestas deportivas representan el 46,82% de las cantidades jugadas a través de internet. Casino y póker les siguen con un 25,58% y un 14,51%, respectivamente. Las máquinas de azar (12,23%), el Bingo (0,65%) y los Concursos (0,08%) son los juegos donde menos cantidad se juega *online*.

El Gráfico 2, muestra la evolución de las cantidades jugadas en Juego *online* desde que se reguló el sector a mediados de 2011. Se observa claramente la fuerte expansión del sector *online* del juego, aumentando las cantidades jugadas año tras año.

Gráfico 2. Evolución cantidades jugadas en juego *online* 2011-2016



Fuente: Elaboración propia. Cifras basadas en DGOJ (2015)³³.

* Debido a la regulación que entró a mediados de 2011, los datos de 2011 corresponden al periodo junio-diciembre.

La cantidad total jugada en la modalidad *online* del año 2016 se estima en 10.885,88 millones de euros, un 27,13% superior a las cantidades registradas en el año anterior. El mercado de juego no presencial es el que más está creciendo en comparación con los demás modos de juego y no parece tener muchas barreras para seguir creciendo en el futuro. Durante el año 2016, se ha producido un incremento en la cuantía de las jugadas en prácticamente todas las modalidades, con excepción del póker.

En cualquier caso, no parece que el juego *online* esté “robando” jugadores al canal presencial, puesto que éste viene demostrando una gran fortaleza ante el avance de la tecnología y las comodidades de la modalidad *online*, por lo que el fuerte crecimiento del juego *online* parece deberse en gran parte a la nueva demanda por parte de los jugadores más jóvenes.

El perfil representativo del jugador *online* es el de un varón entre 26 y 35 años, representando el 37% del total, seguido de los jugadores entre 18 y 25 años que representan el 29,5% del total. La juventud de gran parte de los jugadores *online* es un punto a favor para el desarrollo del sector en el futuro. Por género, la cantidad de mujeres jugadoras ha aumentado con respecto al 2014, sin embargo, sólo representa el 16,7% del total de jugadores. La menor pasión de las mujeres por el juego parece una constante historia y común en todas las culturas.

En cuanto al gasto medio anual por persona en Juego *Online*, los hombres gastan una media de 322€, mientras que las mujeres gastan 146€. Los hombres de 36-45 años tiene el récord de gasto con 552€ de media. Los hombres más jóvenes se quedan en 113€ de gasto medio (las mujeres jóvenes gastan 15€) mientras que el grupo de hombres entre 26 y 35, gasta en torno a 311€. El gasto de los hombres supera con creces al gasto de las mujeres en todos los grupos de edad.³⁶

Además, según el informe de percepción social sobre el juego de azar en España en 2016, la mayor parte de los jugadores *online* pertenecen a un estatus medio-alto representando el 38,7% de los jugadores de 2015. Las personas jugadoras con un estatus medio-bajo o bajo no llegan a alcanzar el 10%. El único juego donde prácticamente no existe distinción entre status sociales es la Lotería Nacional.

El fuerte potencial del mercado de juego *online* está haciendo que las empresas dediquen cada vez más esfuerzos en la promoción de su negocio. En general, el jugador “*online*” gasta más dinero y en menos tiempo por lo que este modo supone un “filón” para las empresas. El gasto en publicidad del año 2016 se estima en 113.691.899 euros, un 37,43% más que en el año 2015 y un 68,30% más con respecto al año 2013, que tuvo un gasto estimado de 67.549.462 euros.³⁷

Al mismo tiempo, el gasto en bonos para apuestas ha aumentado un 141,71% pasando de 37.193.926 euros en 2015 a 89.904.164 euros en 2016. El gasto total en afiliados y patrocinio en 2016 se ha incrementado fuertemente hasta alcanzar los 23.127.237 euros, aumentando un 68,80% con respecto a la media del período 2013-2015.³⁷

Sin embargo, este nivel tan alto de gasto en promoción sumado a una intensa competencia (actualmente existen actualmente 52 operadores con licencia) y una fiscalidad que resulta poco favorable a las empresas del sector, es la razón por la cual la rentabilidad de las empresas a corto plazo – según las asociaciones de empresas del sector - es realmente complicada y muchas empresas se encuentran en pérdidas. Según representantes de la patronal⁵, apenas el 20% de las empresas que operan en España obtienen beneficios. En España, los operadores están obligados a obtener su correspondiente título habilitante que les permita desarrollar las actividades de juego y que verifique que la actividad transcurre de manera justa, segura y transparente.

En la Tabla 3, se recogen todos los operadores con licencia que llevan a cabo su actividad en España.

⁵ Sacha Michaud, presidente de JDigital, Asociación española de Juego Digital

Tabla 3. Operadores con licencia en España

888 Spain, PLC	Banegras Unión, SA
Beatya Online Entertainment, PLC	Betfair Internacional, PLC
Betway Spain, PLC	Bingosoft, PLC
Bluesblock, SA	Casino Barcelona Interactivo, SA
Cirsa Digital, SAU	Codere Online, SAU
Comar Inversiones, SA	Concursos Multiplataformas, SAU
Digital Distribution Management Ibérica, SA	Ebingo Online España, SA
Ekasa Apuestas Online, S.A.	Electraworks España, PLC
Esgaming, SAU	Euroapuestas Online, SAU
Eurobet International, SPA	Eurobox, S.A.
Eurojuego Star, SA	Gamesys Spain, PLC
Giga Game Online, SA	Golden Park Games, SA
Gtech Spain, SA	Hillside España Leisure, SA
Hillside Spain New Media, PLC	Interwetten España, PLC
JS2015 Games, SAU	Juego Online, EAD
Kambi Spain, PLC	Luckia Games, SA
Mediaplay Solutions, SA	Merkur Interactive Malta, PLC
NetEnt Gaming Solutions, PLC	Paf-Consulting, ABP
Plataforma de Apuestas Cruzadas, S.A.	Première Megaplex, SA
Prima Networks Spain, PLC	Pt Entretenimiento Online, EAD
Rank Digital España, S.A.	Reel Spain, PLC
Rfranco Digital, SAU.	SKS365 España, PLC
Sociedad Estatal Loterías y Apuestas del Estado, S.M.E.,S.A.	Suertia Interactiva, SA
Tómbola International, PLC	Tele Apostuak, SA
Ventura24games, SA	Unidad Editorial Juegos, SA
Whg Spain, PLC	Vive La Suerte, SA

Fuente: DGOJ (2017)²⁸

La última ley de juego que entró en vigor a mediados del año 2012 creó un entorno de seguridad y transparencia en el mercado de juego. Sin embargo, diversos participantes del mercado de juego reclaman una reforma más profunda de la ley que aborde las lagunas y problemas que todavía persisten en las actividades del juego. Algunos expertos del sector del juego señalan que aún hay importantes temas sobre los que hay que legislar, especialmente en relación con la publicidad o la fiscalidad del juego.

Existe bastante publicidad de casas apuestas y de juego *online* a través de internet, sobre todo en televisión. En este sentido, las retransmisiones deportivas son el momento más utilizado por las operadoras, ya que la ley permite emitir publicidad durante estos eventos sin importar el momento del día. Dado que hay eventos deportivos a diario y a diferentes horas del día, no parece que se esté colaborando mucho con el objetivo de defender el juego responsable, puesto que colectivos vulnerables como los menores de edad o las personas con tendencias adictivas tienen una mayor sensibilidad a este tipo de publicidad. Además, la participación de grandes equipos deportivos y deportistas de élite en la promoción del juego a través del patrocinio es un elemento de atracción muy fuerte sobre todo para los más jóvenes que muchas veces tienen como modelos a estas figuras del deporte y tratan de emularles. En este sentido no hay que olvidar el papel de los medios de comunicación, que en general, no dudan en insertar este tipo de publicidad dentro de sus espacios, si bien de manera totalmente lícita y legal, aunque quizás no demasiado acorde con el objetivo de crear un ambiente de juego responsable y exento de adicciones. No obstante, desde 2012, existe un código de

conducta suscrita por medios de comunicación y muchos operadores, que aumenta las disposiciones acerca de los anuncios y la publicidad.

En cuanto al régimen fiscal, desde el punto de vista del jugador, las ganancias del juego se consideran una ganancia patrimonial por lo que se deben declarar a Hacienda en la declaración de la Renta del ejercicio que corresponda. Con la ley de juego de 2012 los jugadores españoles comenzaron a poder compensar las ganancias del juego con las pérdidas (acreditando la documentación correspondiente) que habían tenido en el mismo año (los juegos como la lotería nacional o de la ONCE tienen su propia reglamentación y quedan fuera de este sistema). De esta manera, se evita situaciones absurdas en las que, anteriormente, el jugador tributaba por lo que ganaba sin tener en cuentas sus pérdidas, aunque su beneficio final fuese negativo. Esta normativa se adecua de una manera bastante correcta para el juego *online* ya que las operadoras de juego tienen acceso al registro de todas las operaciones de los jugadores que luego tienen la obligación de presentar a Hacienda en caso de ser requeridas.

Sin embargo, esto no ocurre con el juego presencial. Las empresas de juego presencial afirman que llevar a cabo un registro de todas las pérdidas y ganancias que tiene cada jugador es una tarea prácticamente imposible. Por lo que, en la práctica, al jugador le resulta imposible demostrar las pérdidas que ha tenido para poder compensar sus ganancias y no tener que pagar unos impuestos que realmente no le corresponden. También es cierto que en muchas ocasiones las ganancias (sobre todo si no son muy cuantiosas) tienden a no ser declaradas, basta con romper el recibo justificante de turno y difícilmente alguien va a descubrir ese hecho. No obstante, desde el Ministerio de Hacienda recuerdan que la cantidad máxima para pagar en efectivo es de 2.500€, medida que trata de evitar el blanqueo y opacidad en los movimientos de dinero en efectivo.

España es uno de los países donde se paga una mayor cantidad de impuestos por la actividad del juego, tanto por parte de los jugadores como por las empresas. De hecho, en muchos de países de Europa como Alemania, Bélgica, Italia o Reino Unido, entre otros, las ganancias del juego que consiguen los jugadores están exentos de tributación. Por lo general, en Europa los jugadores no tributan por sus ganancias salvo en algunos países como España y Grecia. En otros países, tributan en caso de jugar en operadores con licencia extranjera (fuera de la UE). En cualquier caso, esta situación hace que apostar sea una actividad menos atractiva en España en comparación con otros países de su entorno. En la (Tabla 4), se recoge la tributación en algunos países del entorno de España.

Tabla 4. **Tributación del juego en países de Europa**

País	Tributación jugadores	Tributación Empresas (por tipo de juego)
Bélgica	Exentos	Casinos y Máquinas 20-40%(en función de la cantidad), Apuestas deportivas y carreras de caballos 15%.
Dinamarca	Exentos, salvo si juegan en operadores fuera de la UE.	Carreras de caballos y galgos 11-19%, Apuestas deportivas 20%, Máquinas 41%, Casino 45%.
Francia	Exentos	Casino y Máquinas 10-80%, Carreras de caballos 10%.
Alemania	Exentos	Apuestas deportivas y carreras de caballos 5%, Máquinas 16-20%, Casinos pueden llegar al 90%.
Italia	Exentos	Apuestas deportivas 4-8%, Máquinas 12,6%, Bingo 20%.
Malta	Exentos	Apuestas deportivas 25%, Máquinas 20% o 400€, Casinos 36-40%.
España	Las ganancias de juego tributan como ganancia patrimonial.	Apuestas deportivas y carreras de caballos 15-25%, Póker y ruletas 25% (con variaciones según Comunidad).
Reino Unido	Exentos	Apuestas deportivas 15%, Bingo 20%, Casinos 15%-50%, Máquinas 20%.

Fuente: Elaboración propia. A partir de datos de Gambling Capital Consulting (2013)³¹

Distintos expertos del sector sostienen desde hace tiempo que la carga fiscal en España es de las mayores de Europa y que si no se reduce, muchas operadoras se verán obligadas a des-

aparecer o a ser absorbidas por otras. De hecho, en 2015, las empresas *Betfair* y *Paddy Power* llegaron a un acuerdo de fusión con el objetivo de mejorar su eficiencia de cara a la creciente regulación y la presión fiscal. Posteriormente, *Bwin* fue adquirida por *GVC* por 1.500 millones de euros. En general, las empresas parecen estar reaccionando con una mayor concentración y contracción ante esta dinámica regulatoria de aumentos de impuestos y reducción de márgenes de beneficios.³⁹

En referencia a la situación en España, Clive Hawskwood, Chief Executive of the Remote Gambling Association, defiende que “El crecimiento del mercado español se podría acelerar si los operadores pudieran ofrecer una mejor y mayor oferta a sus usuarios, para ello los impuestos se deberían reducir del 25 al 15%, como sucede en Reino Unido, y que una más amplia gama de productos fueran regulados”. Por lo tanto, el futuro del sector pasará principalmente por una innovación constante y buscar la autorización de nuevas formas de juego que mantengan el interés de los consumidores como ha ocurrido recientemente con las apuestas cruzadas⁶ o las slots *online* (máquinas tragaperras).

Al mismo tiempo, es posible que la diferencia impositiva con el resto de Europa y la falta de liquidez internacional estén perjudicando el crecimiento de algunos juegos como el póker *online*, que es la principal modalidad de juego que en España experimenta un mayor retroceso. En el año 2013, la modalidad de póker representó el 40,04% de las cantidades jugadas, mientras que el año 2016 ha pasado al 14,51%³².

En este caso, el principal problema del póker es que, tras regulación del sector en 2011, la ley española no permite a los jugadores españoles competir con jugadores extranjeros. Las operadoras tuvieron que obtener su correspondiente licencia y cambiar sus páginas webs del “.com” al “.es”. Así se “cerró” el mercado del póker y quedó limitado a lo que sucediese únicamente dentro de España. Con el tiempo, esto ha obligado a numerosos jugadores españoles a emigrar fuera de España o a recurrir a vías que bordean la ley (algunos jugadores cambian su dirección IP simulando estar en otro país) para acceder al mercado internacional donde tienen la posibilidad de ganar más dinero y, en muchos casos, no tener que tributar por ello.

Con todo esto, tenemos una regulación que, si bien ha logrado que el juego de azar se desarrolle dentro de un marco más seguro y transparente, en algunos casos, no ha podido resolver algunos de los problemas que tiene el sector e incluso, parece haber perjudicado a determinados subsectores como el póker *online*.

Mención especial merece el caso las apuestas deportivas, sobre todo en el formato *online*. A nivel general, ya se sabe que las apuestas deportivas no son la principal fuente de ingresos de parte de empresas o incluso del Estado. Sin embargo, como se ha dicho en párrafos anteriores, las apuestas deportivas (de contrapartida⁷, principalmente) lideran destacadamente el canal *online* alcanzando el 46,94% de las cantidades totales jugadas y el 53,71% de la contribución total al margen de juego *online*. Y es esta parte del juego, la que se ha visto seriamente afectada por un tema importante que no es nuevo pero que ha aumentado con las nuevas tecnologías y el juego *online*. Se trata de los amaños de eventos deportivos con apuestas de por medio.

Quizás esta es una de las consecuencias más graves de la actividad de los juegos de azar, más concretamente, de las apuestas deportivas. Desde las distintas operadoras de juego se denuncia que estas prácticas llevan siendo habituales desde hace tiempo. En su mayoría, se llevan a cabo en categorías amateur o con menor grado de profesionalización donde hay un menor control por parte de autoridades y organismos oficiales. Además, la propensión a llevar

⁶ En las apuestas cruzadas, el operador actúa como mero intermediario entre los usuarios que cruzan sus apuestas entre sí. Los ingresos del operador se basan en el cobro de una comisión.

⁷ Apuestas de contrapartida: Son las que se encuentran en la mayoría de casas de apuestas por internet. Se trata de apostar contra la casa. El premio dependerá de multiplicar lo apostado a una selección que resulta ganadora por el coeficiente que la casa nos ofrezca para esa selección. Son las apuestas deportivas tradicionales.

a cabo este tipo de cometidos en estas categorías es mayor ya que los salarios se encuentran en un rango muy inferior a los de las categorías de élite.

Muchas veces los propios profesionales que participan en el evento, o simplemente a través de familiares o amigos, apuestan durante los eventos (partidos de fútbol y tenis, suelen ser habituales) a sabiendas de que puede estar amañado.

Según el máximo representante de La Liga española Apuestas de contrapartida: Son las que se encuentran en la mayoría de casas de apuestas por internet. Se trata de apostar contra la casa. El premio dependerá de multiplicar lo apostado a una selección que resulta ganadora por el coeficiente que la casa nos ofrezca para esa selección. Son las apuestas deportivas tradicionales⁸: “Todos los fines de semana hay partidos amañados en Segunda B y Tercera División de fútbol”. Las categorías inferiores, y en ocasiones no tan inferiores, son un caldo de cultivo para el surgimiento de este tipo de actividades delictivas que en muchas ocasiones no son fáciles de descubrir.

Además, en últimos años están surgiendo organizaciones o grupos dedicados al amaño de apuestas deportivas. Estas mafias suelen operar a través de casas de apuestas asiáticas y de otros países que le garantizan mayor opacidad a la hora de actuar y no ponen límites a la hora de ingresar el dinero. Además, no suelen colaborar demasiado con las autoridades por lo que éstas no pueden tener un mínimo control sobre las identidades y las cantidades de dinero que se mueven en estas plataformas.

Por supuesto, las apuestas ilegales no son exclusivas de España, se trata de una epidemia a nivel mundial, con el fútbol y el tenis como principales focos de actuación. Las mafias y organizaciones criminales pueden llegar a ganar muchos millones con el fraude y los arreglos ilícitos en las apuestas deportivas. Frenar a estas organizaciones exige una fuerte colaboración entre organismos públicos, federaciones y empresas del sector para que emprendan medidas que proporcionen la transparencia y la seguridad necesarias para garantizar la limpieza tanto de las apuestas deportivas como del propio deporte.

Basados en toda la información comentada anteriormente, se puede concluir que el sector del juego se encuentra bastante consolidado dentro de la sociedad tanto económica como socialmente. Actualmente, la demanda es baja en comparación con otras actividades de ocio y entretenimiento. La sombra de las graves consecuencias socioeconómicas que puede tener para los jugadores siempre le acompañará. Sin embargo, las cantidades de dinero que se mueven en este sector son lo suficientemente importantes (llega a representar el 3% del PIB) como para tener en cuenta de que se trata de un mercado con un gran potencial de crecimiento, tanto para lo bueno (ingresos para el estado) como para lo malo (ludopatía, juego ilegal, blanqueo de capitales, etc.).

Por ello, parece imprescindible conseguir una correcta legislación, incluso desde una perspectiva internacional, que regule todos los aspectos importantes del juego sin dejar cabos sueltos (parece haber algunas lagunas en aspectos como la publicidad, la fiscalidad, la falta de educación y prevención en el juego, etc.), no solo para mejorar la eficiencia del sector y obtener más ingresos para el estado, sino para garantizar a los jugadores y especialmente a los más jóvenes y vulnerables, un entorno seguro y transparente donde estén realmente protegidos por las leyes y las instituciones públicas.

Es importante que los beneficios económicos que produce el juego no condicionen el criterio de las autoridades correspondientes y se puedan concretar y proteger todos los aspectos del juego que a medio o largo plazo pueden convertirse en un problema a nivel social. No es tarea fácil en la medida en que, junto a la protección de los jugadores potenciales, jóvenes o no, es necesario mantener un marco económico y normativo de libertad, tanto para las empresas del sector, como para los propios ciudadanos que de manera libre y responsable elijan el juego como actividad de entretenimiento o distracción.

⁸ Javier Tebas, presidente de La Liga de Fútbol Profesional.

4

Marketing y procedimientos de los juegos de azar *online*. Una visión de la operativa comercial y publicitaria del juego *online*

El juego *online* ha experimentado un notable crecimiento en los últimos años y sigue creciendo a medida que decaen algunos tipos de juego presencial. La facilidad de acceso y anonimato que permite el juego *online* favorece una incorporación creciente de jóvenes e incluso adolescentes a la actividad del juego y con ello también al mundo de las apuestas. El presente apartado tiene el objetivo esencial de describir el funcionamiento de las plataformas de juego *online* y de poner de evidencia la operativa de marketing desplegada por las empresas del sector del juego *online* con objeto de captar y retener usuarios.

Un poco de historia

Antes de entrar en las estructuras de funcionamiento y captación de las operadoras de juego *online*, consideramos de gran importancia hacer un breve repaso de las tres etapas por la que ha pasado la industria del juego de azar *online* y señalar algunos hitos que han influido en su evolución desde el punto comercial y de marketing, muchos de los cuales siguen vigentes.

Primera etapa 1994-2002: El comienzo de la industria de los juegos de azar *online* nace prácticamente en la época en que internet empieza a ser accesible a la sociedad. La primera idea de negocio desarrollada fue un casino *online*, y para ello fue necesario crear un **software de juego de confianza** que ofreciera una mínima variedad de los clásicos juegos de un casino, un **sistema que garantizase la seguridad de las transacciones monetarias** de los clientes en la red y, por último, un **marco legal que permitiera operar legalmente** y, en consecuencia, **generar la confianza** de los clientes potenciales. Entre 1994 y 1995, las empresas Microgaming y Cryptologic dan respuesta a estas necesidades y se lanza el primer casino *online* (Intercesión)⁴⁰. El desarrollo del *software* y el lanzamiento del casino fueron posibles gracias a las licencias concedidas en la Isla de Man y Antigua y Barbuda respectivamente, ambos territorios *offshore*. En los sucesivos quince años, otros “paraísos fiscales” concederían licencias de juego: la Isla de Alderney, el territorio Mohawk de Kahnawake, Gibraltar, Malta y Curaçao.

En 1999, se contabilizan más de 700 páginas web y el volumen de negocio de la industria supera los mil millones de USD al año. Los *softwares* de juego han evolucionado bastante ofreciendo un **diseño mucho más atractivo**, una **variedad de juegos de casino** mucho mayor,

y **se han introducido con gran éxito las tragaperras y los botes** asociados a ellas. También aparece en escena el póquer *online*. El negocio es global.

Segunda etapa 2002-2011: Durante este periodo, los casinos y salas de póquer *online* dejan de ser un producto exótico en la red y con el reciente desarrollo de técnicas de marketing digital, los operadores empiezan a promocionar su negocio con la **introducción de los bonos de juego**⁴¹. Durante la primera década del siglo XXI los operadores de juegos de azar *online* disfrutaron de su época más dorada y lucrativa, aunque también vieron frenado su crecimiento por distintos motivos. Los hitos y acontecimientos más importantes de este periodo son los siguientes:

Christopher Bryan Moneymaker, un contable americano de 27 años y jugador de póquer amateur, se convirtió el primero en ganar la WSOP (World Series of Poker, torneo de póquer en vivo más importante del mundo) tras clasificarse a través de una sala de póquer *online*. Moneymaker alcanzó un premio de 2.5 millones de USD y desató una fiebre mundial por el póquer que se convirtió en un auténtico fenómeno social (de aquí el llamado efecto moneymaker, además del caprichoso significado de su apellido). La avalancha de jugadores amateur deseosos de emular lo que el desconocido contable había conseguido provocó un boom de las salas de póquer *online* que hasta la fecha no se ha vuelto a repetir.

En 2003 se produce el llamado *Efecto Moneymaker*⁴², un fenómeno social que merece ser reseñado porque convirtió al póquer en el juego de cartas más popular del mundo tanto en su vertiente *online* como *offline*:

- Se introducen los juegos de casino en vivo mediante video *streaming*.
- Los botes alcanzan cifras que superan los 5 millones de USD.
- Se funda la eCOGRA, una suerte de “defensor del jugador” para proteger a los usuarios ante la ausencia de un marco regulatorio serio y global⁴³.
- El Gobierno de EE.UU. cierra el acceso de los operadores de juegos *online* al mercado americano, fundamentalmente póquer⁴⁴.
- Reino Unido pasa a capitalizar el mercado del juego *online* y marca las pautas y tendencias del mercado.
- Los operadores empiezan a desarrollar aplicaciones y a adaptar sus páginas web a los dispositivos móviles.
- Comienza el auge de las apuestas deportivas *online*.
- La industria ya mueve más 15 mil millones de USD al año.

Tercera etapa 2011-Actualidad: A partir de los años 2011 y 2012, las autoridades europeas empiezan a regular el mercado del juego *online* y a conceder licencias para operar localmente (España incluida). La industria se adapta a cada mercado (*localization*) en todos los sentidos y continúa su expansión y crecimiento a un ritmo más lento, pero sostenido.

A partir de 2013, con el *boom* global de los smartphones y tabletas, y con un acceso a internet desde estos dispositivos que supera a los ordenadores tradicionales (85,5% de los internautas españoles utilizaban el móvil para acceder a internet en 2013) los operadores empiezan a volcar sus esfuerzos tecnológicos y comerciales en el entorno móvil.

Modelo de negocio operadores juego de azar *online*

Como cualquier otro negocio en la red, los juegos de azar en internet se consideran comercio electrónico (en lo sucesivo eCommerce) a todos los efectos, y explotan los mismos canales y técnicas comerciales/marketing que tienen a su alcance como lo haría una tienda *online* de

zapatos o seguros. La única diferencia radica en que están sometidos a ciertas restricciones legales que marca la ley. En cualquier caso, se considera que las técnicas de marketing digital aplicadas a este negocio son unas de las más desarrolladas y optimizadas que existen.




El negocio de los operadores de juegos *online* se centra en varios productos (a menudo llamados verticales). En este informe solo nos centraremos en los tres más importantes: casino, póquer y apuestas deportivas.

En la Figura 2, presentamos un resumen de las principales características, modalidades y reclamos que emplean las operadoras de juego de azar *online* en sus páginas web, correspondientes a la compensación económica y experiencias que buscan y disfrutan los jugadores que apuestan a estos tipos de juegos.

La comercialización *online* de estos productos se puede realizar de las siguientes formas:

- Marca con los tres productos en distintas páginas web o subdominios (ej.: 888.es, bwin.es).
- Marca que ofrece un solo producto en una sola página web (ej.: intercasino.com).
- Marca centrada en póquer y/o apuestas deportivas en una sola página web con una sección de juegos de casino. La inclusión de una sección de casino se debe a que los juegos de casino son más rentables que el póquer y las apuestas deportivas (ej.: luckia.es, wanabet.es).

Figura 2. Características de los principales productos de juego *online*.

	CONCEPTO	RECLAMOS		
		ECONÓMICOS	EXPERIENCIAS	OTROS
 <p>CASINO ONLINE</p>	<p>Ofrecen los tradicionales juegos de un casino presencial además de muchas otras versiones y variantes que, gracias a la tecnología, no existen en los presenciales.</p> <p>Modalidades: Ruleta, blackjack, baccarat, tragaperras, botes, video póker, dados, casino en vivo, juegos arcade, tarjetas rasca y gana, otros Juegos de cartas.</p>	<p>Bonos de juego, premios, botes millonarios, promociones, club VIP</p>	<p>Emoción, diversión, adrenalina, "habilidad" en la ruleta y blackjack. Casino en Vivo: Ruleta y blackjack en directo mediante video streaming (con crupier real)</p>	<p>Muchos juegos están tematizados con personajes de películas taquilleras (X-Men, Gladiador, Superman, Rocky, La Momia)</p>
 <p>PÓQUER ONLINE</p>	<p>Conocidas como salas de póquer online, ofrecen la posibilidad de jugar todas las modalidades de póquer que existen. Organizan torneos online y offline (presenciales) con diferentes premios.</p> <p>Modalidades: Texas Hold'em, Omaha Póquer, Stud de 7 cartas, Stud de 5 cartas. Torneos: freezouts, freerolls, satélites sit&Go, bounty, knockout, speed, (MTT).</p>	<p>Bonos de juego, botes de premios, entradas gratuitas para jugar torneos online, clasificación a torneos presenciales (incluyendo todos los gastos pagos), promociones, club VIP, regalos, plataforma de aprendizaje gratuita.</p>	<p>Emoción, diversión, adrenalina, desafío de derrotar al rival o rivales, demostrar habilidad y destrezas, resistencia física y mental en los torneos exigentes, experiencia de jugar un torneo presencial regional, nacional o internacional.</p>	<p>Embajadores de la marca (patrocinio)</p>
 <p>APUESTAS DEPORTIVAS ONLINE</p>	<p>Ofrecen la posibilidad de predecir el resultado de cualquier evento deportivo del mundo, antes o durante el mismo (LIVE o EN DIRECTO), realizando una apuesta con dinero real.</p> <p>Modalidades: Apuestas simples, apuestas múltiples o combinadas, apuestas sistema.</p>	<p>Apuestas gratis (bono), premios, promociones, entradas gratuitas a eventos deportivos de gran relevancia, camisetas y/o balones firmados por el club deportivo patrocinante o el embajador de la marca.</p>	<p>Emoción, adrenalina, diversión, variedad de mercados de apuestas, el reto que representa acertar una porra o apuesta combinada</p>	<p>Embajadores de la marca y patrocinio de los clubes deportivos.</p>

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a los modelos de negocio, podemos mencionar que los Casinos *online*, como cualquier juego de casino, dependen del azar, las probabilidades que tiene la casa/banca de ganar en cada tipo de apuesta de cualquier juego de casino son estadísticamente superiores a las del cliente a medio / largo plazo. En cuanto al póquer *online*, existe un componente de azar en cada partida; la habilidad, destreza y experiencia del jugador son determinantes en el resultado de cada partida o torneo. Su modelo de negocio se basa en cobrar una comisión por cada mano o partida de póquer.

Cuando analizamos las apuestas deportivas *online*, aunque nunca se puede descartar el azar, en las mismas interviene el análisis de toda la información que pueda recabar el apostante sobre el rendimiento, probabilidades y estadísticas que tenga un club o deportista para




ganar. Las apuestas que ofrecen las casas de apuestas no expresan cuotas o pronósticos basados únicamente en probabilidades, siempre incorporan un margen que les asegure ganar un beneficio en cada apuesta.

Mención aparte son las casas de apuestas cruzadas, que son aquellas en las que la casa de apuestas actúa como intermediaria entre los jugadores y garante de las apuestas realizadas. La casa se queda un porcentaje o comisión de las operaciones realizadas (ej.: betfair.es). En cualquier caso, son minoritarias.

Este pequeño análisis comparativo del modelo de negocio de los distintos juegos de azar *online* explica por qué abundan más webs de casino en la red que de póquer y apuestas deportivas, estas últimas minoritarias en comparación a las que existen de casino, pero con una imagen de marca superior. También explica por qué los operadores de póquer y apuestas deportivas siempre incluyen una sección de juegos de casino en sus páginas web. Y es que los casinos son muchísimo más rentables porque el ARPU (acrónimo de *Average Revenue Per User* → Ingresos Medios por Usuario) de los jugadores de casino es el más elevado en los ciclos de actividad más cortos.

El modelo de negocio de las operadoras *online* se puede observar desde otro punto de vista basado en las motivaciones y experiencia que buscan los clientes potenciales (Figura 3). Esto ayuda a fijar las técnicas de marketing y mensajes publicitarios más convenientes. En los casinos y salas de póquer los tres modelos conviven entre sí.

Figura 3. Modelo de negocio basado en las motivaciones y experiencia de los clientes

<p>FREE2PLAY</p> 	<p>JUGAR GRATIS</p> <p>Es el modelo que ofrecen la mayoría de las páginas web de juegos de azar. Consiste en jugar y probar un juego gratis/demo antes de apostar con dinero real. Se puede hacer antes o después de registrarse. Sirve para que el futuro cliente pruebe y tome confianza con la marca y su software de juego, se despejen los temores de seguridad, y decida apostar con su dinero real si se ha divertido y convencido.</p> <p>Modalidades: Casino y póquer.</p>
<p>PAY2PLAY</p> 	<p>PAGAR PARA JUGAR</p> <p>Es uno de los modelos más comunes. Muchos usuarios están dispuestos a apostar su dinero sólo por tener la experiencia y el placer de jugar en cualquier casino, una ronda de bingo, una partida o torneo de póquer, o hacer una apuesta deportiva desde casa o el móvil.</p> <p>Modalidades: Casino, póquer, apuestas deportivas y bingo.</p>
<p>PAY2WIN</p> 	<p>PAGAR PARA GANAR</p> <p>Es el modelo más habitual y extendido, y en la mayoría de los casos coincide con el pay2play. El objetivo de los clientes, además de pasar un buen rato, es conseguir el premio o ganar dinero, y a veces la fama en el caso del póquer.</p> <p>Modalidades: Casino, póquer y apuestas deportivas.</p>

Fuente: Elaboración propia.

Modelo de negocio *online* vs. *offline*

- En el casino virtual se puede jugar desde casa (PC), o en la calle, piscina, metro, bus, desde un dispositivo móvil, con una conexión a internet. No es necesario un código de vestimenta específico, desplazarse o apostar grandes cantidades de dinero. Cualquier mayor de edad puede hacerlo, y, además, en cualquier momento del día.
- Para jugar al póquer solo existían dos opciones: desplazarse a un casino físico, o jugarlo entre amigos. Para apostar razonables cantidades de dinero había que recurrir a timbas clandestinas. A partir de su regulación y desarrollo tecnológico en internet, las salas de

póquer *online* permiten jugar y apostar dinero real en partidas reales contra jugadores reales y, además, en excitantes modalidades que hasta hace poco eran desconocidas en España. Ofrecen las mismas ventajas que los casinos *online*, y la posibilidad de participar en torneos presenciales, conseguir fama y profesionalizarse.

- Hasta la irrupción de las casas de apuestas deportivas *online*, el único tipo de apuestas deportivas que se podían hacer en España eran las conocidas quinielas (apuestas simples, y algunas combinadas) y las apuestas hípcas. Las casas de apuestas deportivas *online* ofrecen las mismas ventajas que un casino *online* y, además, una gran variedad de tipos y mercados de apuesta inspirados en la cultura de apuestas anglosajona. Cualquiera puede apostar una cantidad asequible en La Liga, La Champions o incluso en la 2ª División de Fútbol de Uzbekistán. Además, ofrecen la posibilidad de apostar en directo mientras se juega el evento deportivo, lo cual aumenta exponencialmente la emoción; y hasta permiten cerrar una apuesta antes de que esta se resuelva para que el cliente “asegure sus ganancias o minimice sus pérdidas”.

La accesibilidad, disponibilidad y variedad del producto que permite el entorno *online* es muy superior y más rentable que el *offline*, y los operadores lo saben. Por eso, aunque los operadores invierten grandes sumas en captar clientes y la competencia es feroz, el negocio radica esencialmente en conservarlos o retenerlos.

El entorno *online* permite hacerlo gracias al contacto (teléfono y correo electrónico) que existe entre Empresa y Cliente. Además, se da la paradoja que las técnicas y canales para retenerlos son mucho más baratas, sencillas y efectivas que las que se emplean para captarlos. Se podría resumir que el objetivo de los operadores es que el cliente, una vez registrado, entre en una especie de bucle de juego y apuestas constante:

depositar → apostar → depositar →

La principal estrategia utilizada por las operadoras para conseguir retener a los jugadores de azar *online* es el bono.

El bono - La piedra angular del negocio

Los bonos son “dinero ficticio” que **se ofrecen como reclamo (incentivo) para atraer y registrar nuevos clientes**. Es el gancho por excelencia de este negocio, y constituyen el reclamo de la mayoría de los mensajes publicitarios de juegos de azar. Son la base sobre la que se elaboran la totalidad de las ofertas y promociones salvo algunas excepciones. De hecho, más allá de la confianza que inspire una marca o su reputación, el atractivo y el importe del bono determina la decisión final de un cliente por registrarse en una u otra página web. Los tipos, cantidades y condiciones varían de un operador a otro, y conocer su mecánica es básico para entender las ofertas y el día a día del departamento de marketing de los operadores.

Los operadores quieren que los nuevos usuarios “trabajen” un poco para poder disfrutar de ese “dinero gratis” que les ofrecen. Para ello exigen cumplir unos requisitos de apuesta asociados al bono para que el usuario pueda retirar las ganancias que se hayan obtenido haciendo uso de él. **Con eso, los operadores fomentan el depósito de dinero real en la cuenta de juego, el ciclo de juego y apuestas, y en última instancia, animan e impulsan el regreso de los usuarios a la web o App para volver a jugar. Los requisitos de apuestas consisten generalmente en realizar apuestas por el valor del bono por un número determinado de veces.**

Aparte del bono de bienvenida estándar, existe una amplia variedad de bonos en el mercado (Figura 3), tantos como promociones y ofertas el operador desee ofrecer, los cuales marcan muchas de las acciones de marketing de retención de los casinos, salas de póquer y

casas de apuestas. Se ofrecen a los jugadores ya registrados que han agotado con o sin éxito su oferta de bienvenida, y su objetivo es hacer volver al usuario para que siga jugando o apostando con frecuencia, es decir, que entre en un ciclo de juego.

Como mencionamos anteriormente, para hacer uso de los bonos, deben cumplirse una serie de requisitos de apuestas. Merece la pena destacar especialmente con algunos ejemplos, los requisitos de apuestas asociados a los bonos de bienvenida:

Bono Casino: Valor del bono x 20, 30, 40, etc. En ocasiones (valor del bono + valor del depósito) x 20, 30, etc. Siguiendo el ejemplo señalado, el usuario debería apostar un valor de (100) x 20 en apuestas, es decir, apostar por un valor de 2.000€ para hacer caja con su bono.

Bono Póquer: El usuario debe jugar 10,20, etc. partidas/manos de póquer para acumular puntos. Alcanzados “x” puntos (los que marque la sala), se acreditarán o liberarán “x” euros de su bono.

Bono Apuestas Deportivas: Llamados comúnmente apuestas gratis, consisten en apostar el valor del bono x 5, 8, 10 en apuestas deportivas con una cuota/pronóstico igual o superior a 1.5 o 2.0.

Ejemplo de un bono de bienvenida del 200% estándar expresado de distintas formas y válido para casino, póquer y apuestas deportivas: *“Consigue un bono del 200% hasta un máximo de 100€”*; *“Bono de 100€ gratis por solo registrarte”*; *“Deposita 100€ y juega con 200€”*; *“Deposita 100€ y juega gratis con 200€”*; *“Oferta de Bienvenida de 100€”*; *“Duplicamos tu primer depósito hasta 100€”*.

Si un usuario deposita 50€, recibirá un bono de 100€, es decir, el 200% de su depósito, y dispondrá de 150€ para jugar. Si deposita 100€, solo recibirá un bono de 100€ porque ese es el máximo ofrecido, y además dispondrá de 200€ para jugar. Como se puede observar, el mensaje está construido para animar al cliente potencial a jugar y ganar con “dinero gratis”. Todos estos mensajes ofrecen lo mismo, el empleo de uno u otro mensaje dependerá del canal que se use (web, email, banner, redes sociales) y de la eficacia que haya obtenido con ellos la marca.

Figura 4. Tipos de bono

BIENVENIDA		También llamado <i>Bono de Registro</i> , <i>Oferta de Bienvenida</i> o <i>Bono por Realizar el Primer Depósito</i> . Se ofrece a los nuevos usuarios que se hayan registrado. Se obtiene automáticamente realizando un primer depósito de dinero real en la cuenta de juego , otras solicitándolo por teléfono al equipo de soporte, y otras por iniciativa del equipo de soporte.
RECARGA		Similares a los de bienvenida, se ofrecen semanalmente para que los jugadores vuelvan a jugar . Se promocionan vía email, chat o teléfono, y están basados en un % sobre el depósito.
LEALTAD/ FIDELIZACIÓN		La mayoría de los casinos/ salas de póquer ofrecen un Club VIP o Programa de Fidelización que “recompensa” el juego de sus jugadores más leales con generosos bonos según su nivel VIP. Cuanto mayor sea el nivel VIP, recibirán determinados “privilegios”, mejores bonos, y más laxos serán los requisitos de apuesta del bono que reciban.
“HIGH ROLLERS”		Un “High Roller”, es un jugador que gasta mucho en los casinos (deposita mucho y apuesta mucho). Los operadores para conservarlos y fomentar su juego se les ofrecen generosos bonos por depósitos superiores a los 500€ o 1.000€ .
“INVITA A UN AMIGO”		Algunos operadores regalan bonos a aquellos jugadores existentes que hayan invitado a un amigo a registrarse y éste haya depositado una cantidad de dinero .
REEMBOLSOS/ DEVOLUCIONES		Son bonos de casino, de póquer o apuestas gratis que se obsequian a los jugadores que hayan incurrido en pérdidas durante su sesión de juego . Básicamente fomentan el juego y las apuestas cuando flaquea la liquidez del jugador .

Fuente: Elaboración propia.

Siguiendo con el ejemplo, ¿se puede realmente liberar o canjear el bono de casino si se tiene que cumplir unos requisitos de apuesta de 2.000€ cuando sólo se dispone de 200€ (100€ + 100€) en la cuenta de juego?

Técnicamente sí, pero únicamente si acompaña la fortuna en las apuestas, es decir, si al apostar se obtiene ganancias en alguno de los juegos para luego “reinvertirlos” en apuestas. Y es curioso que los juegos que ofrecen más probabilidades de ganar son aquellos que están excluidos o tienen restricciones en los requisitos de apuesta de los bonos. Liberar un bono de póquer o de apuestas deportivas es más viable que el de un casino.

Condiciones más comunes de los bonos:

- El primer depósito debe realizarse antes de 7 días para no perder el bono.
- Los requisitos de apuestas deben cumplirse en un plazo de 30 días para no perder el bono.
- En el cumplimiento de los requisitos de apuestas, el *software* hace uso del dinero en efectivo depositado en la cuenta del jugador antes que del bono.
- Para la satisfacción de los requisitos de apuestas, la mayoría de los casinos excluyen aquellos juegos donde desciende la ventaja de la casa (blackjack, baccarat y ruleta). Otros casinos más “generosos” limitan la contribución de las apuestas en esos juegos para la liberación del bono: 25% en blackjack, baccarat y ruleta. Algo similar ocurre en las salas de póquer, solo se puede liberar el bono jugando partidas en las que el usuario deba pagar una comisión a la sala para jugar. Y en las salas de apuesta se exige que la cuota/pronóstico de la apuesta sea de al menos 1.5 o 2.0.
- Si el usuario desiste en cumplir los requisitos, no puede retirar su dinero depositado porque así lo estipulan los términos y condiciones que suscribió al registrarse. Y si lo intenta, se le cancela el bono y las ganancias obtenidas.

Los actuales bonos se han sofisticado mucho en comparación con los que se ofrecían hace diez o quince años. Los actuales han aumentado significativamente sus requisitos de apuesta y eso ha reducido las posibilidades de que un nuevo jugador pueda obtener algún beneficio con ellos. En respuesta a eso, algunos operadores han introducido nuevos incentivos y esquemas (como los códigos de casino) para que los jugadores puedan recibir giros gratis en tragaperras, devoluciones por algunas de sus pérdidas, o incluso premios físicos.

Ejemplo bono casino y condiciones:

[http://casino.titanbet.es/;](http://casino.titanbet.es/)

<http://casino.titanbet.es/promociones/terminos-bono-bienvenida.html>

Ejemplo bono póquer y condiciones:

<http://www.888poker.es/promociones>

Ejemplo bono apuestas deportivas y condiciones

[: https://www.bet365.es/es/;](https://www.bet365.es/es/)

<https://extra.bet365.es/promotions/es>

Conclusiones sobre los bonos:

- Captan la atención del cliente potencial porque se promocionan como “dinero gratis”.
- Fomentan el registro de nuevos clientes con la consecuente obtención de sus datos (email y teléfono) que se emplearán en la posterior retención.
- Sus condiciones fomentan a su vez:
 - El depósito de dinero real en la cuenta de juego.
 - El juego/apuestas de los nuevos jugadores.

- El sentido de urgencia de aprovechar el bono dada 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.
- Se promocionan constantemente y de forma segmentada para que los jugadores regresen al casino, sala de póquer, o casa de apuestas, y aumenten su gasto en apuestas.
- Las condiciones de los bonos siempre inducen a malentendidos y confusiones entre los usuarios. Es normal, los usuarios rara vez leen los términos y condiciones de los bonos al registrarse, y a su vez, los términos son a veces algo confusos.
- La mecánica de los bonos explica cómo y por qué los usuarios entran en un bucle de apuestas y depósito constante que, a largo plazo, solo beneficia al operador de juegos de azar.

Organización de un operador de juego de azar – Departamentos y funciones

Un *eCommerce* de la envergadura de un operador de juegos de azar *online* no tiene organizado su departamento de marketing en la forma tradicional. El departamento está muy subespecializado en mini departamentos paralelos para la estrategia general de la marca y las campañas específicas que se puedan lanzar. En términos operativos, el departamento de marketing (Figura 5), se divide en equipos dedicados a la captación de nuevos clientes (Marketing Externo), y en los equipos dedicados a la retención de los clientes existentes (Marketing Interno). Asimismo, existen otros departamentos que dan apoyo a todos los equipos. Marketing Externo e Interno no trabajan de forma independiente, se coordinan y complementan. En grandes operadores de juego *online*, el departamento de marketing está completamente integrado en la empresa, aunque siempre se recurre a externalizar algunos servicios para tener mayor apoyo.

Embudo de conversión clásico de los operadores de juegos de azar *online*.

<p>El cliente potencial nos conoce y toma conciencia de nuestros productos. 100%</p>	<p>VISIBILIDAD y CONCIENCIA</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ SEO/SEM ▪ Marketing de Contenidos ▪ Webs de Afiliados ▪ Redes Sociales (Facebook, Twitter, etc.) ▪ Notas de Prensa Digitales ▪ <i>Banners</i> ▪ Anuncios TV, radio, prensa ▪ Apple Store y Google Play Store
<p>Permanecen los clientes a los que hemos sido capaces de generar interés. 45%</p>	<p>INTERÉS</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Página Web ▪ Página de Aterrizaje ▪ Aplicación Móvil
<p>Solo se quedan los clientes potenciales que sienten deseo por nuestro producto. 18%</p>	<p>DESEO de nuestro producto</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ofertas/ Promociones ▪ Llamadas a la acción ▪ Prueba gratis ▪ Comparativa en webs de afiliados
<p>Los clientes potenciales se sienten motivados para actuar y registrarse. 2%</p>	<p>REGISTRO</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Cliente Potencial → Cliente Final

Para entender mejor el funcionamiento del departamento de marketing, es imprescindible conocer el concepto del embudo de conversión digital (*digital sales funnel*). El embudo de conversión define los distintos pasos que tiene que dar un cliente potencial para cumplir un objetivo determinado dentro de la web o aplicación, en nuestro caso, registrarse. También ayuda a determinar el porcentaje de pérdidas de clientes potenciales en cada uno de los pa-

Los hasta cumplir el objetivo final, así como qué puntos hay que optimizar con mayor urgencia para conseguir que se conviertan en clientes finales el mayor número de clientes potenciales.

Figura 5. Estructura operativa/marketing juego de azar online.



Fuente: Elaboración propia

Marketing externo

Departamento de posicionamiento WEB - SEO: La función SEO (Search Engine Optimization, Optimización para motores de búsqueda) comprende un conjunto de técnicas para dar visibilidad a una web o aplicación de juegos de azar en los resultados de los motores de búsqueda (Google) y en los resultados de búsqueda de una tienda de aplicaciones (Apple Store y Google Play Store) respectivamente. El objetivo primordial es **potenciar al máximo la visibilidad de la web/aplicación para generar tráfico gratuito y de calidad y, en última instancia, propiciar la conversión de los clientes potenciales en clientes finales.**

Para lograr tal fin, el equipo de SEO pone en práctica toda una serie de acciones que por un lado refuerzan el aspecto técnico de la web y el contenido de la misma (SEO *On-Site*), y por otro, la autoridad y relevancia de la web/aplicación (SEO *Off-Site*). No obstante, las constantes mejoras del algoritmo de Google, que cada vez valora más el contenido útil y de calidad para el usuario, están forzando a los equipos de SEO a integrarse en el mundo del marketing de contenidos. El día a día del equipo de SEO está en total coordinación con los departamentos de contenidos, IT, y diseño gráfico.

Recogemos algunos ejemplos clásicos de creación de contenidos en acciones de SEO para cada uno de los juegos *online* más frecuentes. Estos ejemplos son puntuales y no responden a ninguna estrategia general e ilustran la práctica habitual de los operadores de juego *online*.

Casino

1. El casino X detecta que su tragaperras *Mary Poppins* es muy atractiva entre sus usuarios y además muy rentable. El equipo de SEO decide optimizar tal juego para maximizar sus ganancias creando un artículo en una página web interior para atraer más tráfico. El artículo versará sobre el atractivo diseño del juego, la generosa tabla de premios y su bote si lo tiene, estrategias que se pueden emplear para maximizar las ganancias, etc. La página del artículo incluirá varios CTA (*Call To Action* o Llamadas a la acción) que no son otra cosa que botones, *banners*, o enlaces situados en la mitad o final del artículo que conducen al juego para el cliente existente, o a una página de registro para convertir al lector en cliente final. En este último caso, el CTA estará acompañado de una oferta de bienvenida.
2. Los medios de comunicación informan de que la familia Pelayo tiene prohibida la entrada a la mayoría de los casinos físicos de Las Vegas tras haberlos desplumado usando una estrategia de apuesta en ruleta desarrollada por la propia familia (caso real). El equipo de SEO se hace eco de la noticia, y decide aprovechar la popularidad del mo-

mento que genera en Google la Familia Pelayo para crear un artículo en su blog, web, o web ajena, sobre cómo desarrollar o aplicar las estrategias de la Familia Pelayo en la ruleta *online* y ganar millones. Se incluirán CTAs para animar el registro de aquellos curiosos que desean emular el éxito de los Pelayo en la ruleta *online*.

3. El casino X incorpora a su catálogo una nueva tragaperras tematizada con el reciente éxito en taquilla de la película *Gladiator*. El equipo de SEO elabora una nota de prensa sobre la nueva tragaperras y su lanzamiento (que obviamente incluirá enlaces hacia la web) para ser distribuida masivamente por internet por una agencia de relaciones públicas *online*. El texto incluirá las generosas ofertas de bienvenida del casino para los nuevos usuarios. Resultado: aumenta el tráfico hacia nuestra web y la captación de clientes interesados en jugar al juego.

Póquer

1. Con la reciente tendencia de muchos jugadores *amateur* a profesionalizarse y vivir del póquer, el equipo de SEO decide elaborar un artículo, guía o manual que se convierta en referencia en internet para los interesados a conocer las ventajas y desventajas de esta opción laboral. Si la competencia no ha publicado nada parecido, en cualquier búsqueda en Google sobre “Cómo vivir del póquer” o “profesionales del póquer” tendremos muchas probabilidades de que la sala de póquer aparezca en los primeros resultados. Al margen del contenido ofrecido, el artículo hará énfasis sobre la idoneidad de registrarse en la sala para adquirir experiencia y lograr esa meta. Se incluirán CTAs para fomentar el registro en la sala con oferta de bienvenida incluida, y si el lector es un usuario existente, otra oferta atractiva para que siga jugando y “se profesionalice aún más”.
2. El ejemplo anterior da pie a hacer otra campaña más jugosa todavía que, aunque se puede considerar como SEO de contenidos, es más propia de los que se conoce como *Inbound Marketing*. ¿Cómo? Ofreciendo un e-book gratuito descargable titulado “Cómo dedicarse y vivir del póquer”. El manual se ofrecería través de *banners* en webs y anuncios en las redes sociales. Al pinchar en alguno de ellos, el interesado llegaría a una página de aterrizaje diseñada para tal fin en la que se solicitaría como mínimo el email del interesado para activar la descarga. Con ello se obtiene un *lead* (cliente potencial interesado en nuestro producto) al que se le puede enviar periódicamente emails para convertirlo en cliente final. Fácil y barato.
3. Uno de los usuarios de la sala de póquer consigue clasificarse para jugar la LÑP (Liga Española de Póker) tras haberse clasificado en uno de los torneos satélite de la sala. El equipo de SEO decide publicar semanalmente una serie de videos y artículos escritos en primera persona sobre su experiencia y andadura en este famoso circuito de póquer español. Se incluyen CTAs y enlaces para fomentar el juego en torneos clasificatorios del mismo estilo, y otros para animar el registro de aquellos interesados en vivir una experiencia parecida.

Apuestas deportivas

1. Con el Mundial de Fútbol a la vuelta de la esquina, y con la garantía de que será un tema que generará opinión y debate en internet, el equipo de SEO decide crear una serie de artículos especiales sobre las probabilidades que tienen de ganar el campeonato cada una de las selecciones participantes basados en datos estadísticos, entrevistas y opiniones de periodistas, y en su rendimiento reciente en los últimos amistosos jugados. En cada artículo se incluirán CTA para fomentar el registro con una oferta de bienvenida especial diseñada especialmente para el mundial. Para potenciar el tráfico, se publicarán en Facebook y Twitter enlaces sobre los artículos y la oferta asociada a ellas.

2. La casa de apuestas X decide potenciar las apuestas combinadas dada su gran rentabilidad para la casa. El equipo de SEO lanza una sección interna en su web en la que el embajador de la marca (un ex futbolista carismático) analiza semanalmente los partidos de la jornada para elaborar la apuesta combinada más inteligente. La sección vendrá apoyada por *banners* y publicaciones en redes sociales. La confianza que inspira el embajador de la marca con su análisis incrementará las apuestas de ese tipo, además del tráfico que pueda generar hacia la web.

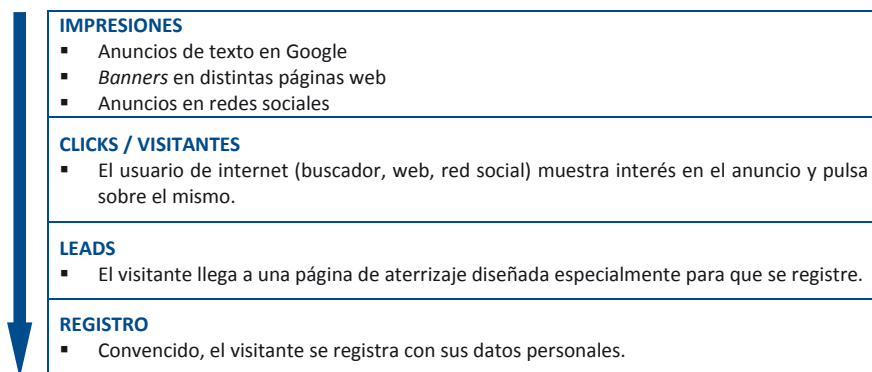
Departamento de Publicidad – SEM, MEDIA

Se encarga de la publicidad de la marca o marcas del operador en la red. La publicidad en internet se vertebra básicamente en lo que se conoce como SEM (*Search Engine Marketing* - Marketing en Motores de Búsqueda), Display Ads, y Social Media Ads. La mayoría de los anuncios publicitarios en internet de las marcas de juegos de azar tienen como objetivo prioritario captar nuevos clientes, y su mensaje generalmente se elabora combinando un reclamo asociado a la compensación económica (bonos, apuestas gratis, torneos de póquer con premios millonarios, o botes millonarios) más un reclamo asociado a la experiencia de juego (diversión, adrenalina, desafío). La publicidad de los operadores no está limitada a internet, también se realizan campañas en TV, radio y prensa.

A diferencia del SEO, el SEM es de pago. Su ventaja es que permite dar a conocer un producto a gran escala, posicionarse con grandes competidores, y principalmente traer tráfico muy segmentado (o sea, de calidad) a nuestra web o aplicación.

Los *Displays Ads* son los comúnmente llamados *banners* que aparecen publicados en terceras webs que han habilitado espacios publicitarios para anunciantes. Es otra forma de publicitarse a pequeña o gran escala y llegar a públicos segmentados potencialmente interesados en nuestro producto. Se diferencian de los anuncios SEM en que su formato es muy variado y son *rich media*, es decir, permiten la inclusión de texto, imágenes, vídeos, y animación flash, lo que **potencia su atractivo y su poder de captación**.

Los *Social Media Ads* son los anuncios publicados en redes sociales como Facebook y Twitter. El embudo de conversión de la publicidad en internet es caro y muy difícil de optimizar.



Departamento de Afiliación

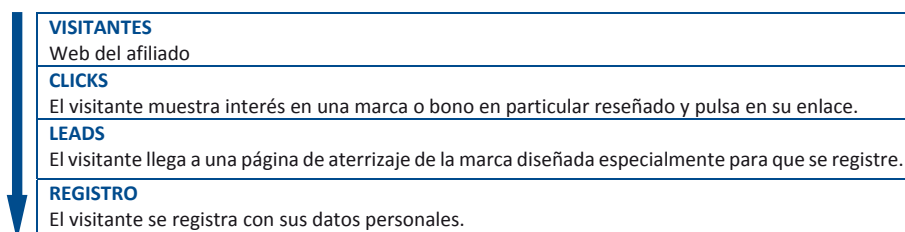
La afiliación es el tercer pilar de este negocio, para la captación de clientes y posiblemente en la que más invierten los operadores. Los afiliados son terceras webs que publican informa-

ción completa de las distintas marcas de juego *online* disponibles en internet. Sus páginas son auténticos análisis comparativos de casinos, salas de póquer y casas de apuestas, así como de las ofertas de bienvenida y tipos de bonos que ofrecen todos ellos. En una época en la que el usuario de internet se informa y compara antes de tomar una decisión, estas páginas se han convertido en determinantes para la conversión de clientes, además del tráfico gratuito que generan y que beneficia a la marca en términos de SEO.

La información que publican está organizada de forma que su contenido parezca imparcial, objetivo e independiente, y se podrían considerar como prescriptores, pero en realidad son solo comisionistas. Por cada visitante procedente de una de estas webs que se haya convertido en cliente final en una web de juegos de azar reseñada en la web del afiliado, reciben una comisión del operador previamente negociada. Esta comisión puede ser de dos tipos; 1) CPA (Coste Por Adquisición), 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*.

Además, los afiliados tienen acceso *online* a kits de material gráfico (imágenes, *banners*) y escrito sobre todos los juegos y ofertas que ofrezca el casino, sala de póquer o casa de apuestas para publicarlo libremente.

El embudo de conversión de los afiliados es muy sencillo:



Ejemplos de afiliados que analizan y recomiendan webs de juego españolas:

<https://apuestasonline.net/>; <https://apuestasdeportivas24.com/>; <http://www.juego-legal-es-pana.es>; <http://www.mejorbonocasino.com/>; <https://es.casinobonuscenter.com>; <https://es.casitop10.net>; <https://kelbet.es>

Dentro del mundo de la afiliación de las apuestas deportivas merece la pena conocer la figura del **Tipster que tiene mucha influencia en Twitter entre el público joven que realiza apuestas deportivas**. El *Tipster* es un pronosticador, es decir, una persona que escribe pronósticos sobre diferentes eventos deportivos para que otros apostantes puedan hacer una apuesta con más garantía de éxito. Son considerados como gurús de las apuestas, personas que se dedican a ello y recomiendan a los que les siguen las mejores cuotas y los chivatazos de las apuestas más jugosas en el mercado. Suelen regalar o vender sus pronósticos siempre que sean empleados en una casa de apuestas en particular con la que previamente ha negociado el precio de su “consejo”. El *Tipster* se lleva una comisión, y la casa de apuestas gana algo de tráfico y el depósito /apuestas de nuevos jugadores.

Ejemplos de famosos Tipsters en España (usuarios en Twitter): @ApuestasdeTenis; @ElMailotVerde; @Montpe_Premium; @PensApuestas; @SecretPicks

Departamento de Contenidos

Es el encargado de crear el contenido que responda a la estrategia de la marca y a las campañas que esta realice. Su plantilla está formada por un director, un redactor y un social media manager (responsable del contenido para redes sociales), pero es normal que se recu-

rra a *freelances*. Trabajan codo con codo con el equipo de SEO y puntualmente con el equipo de email marketing.

Este equipo ha cobrado mucha importancia desde que Google empezó a premiar los contenidos de calidad y se ha convertido en la piedra angular del marketing de contenidos. También contribuyen a mejorar el *branding* de la marca, es decir, la imagen de marca.

Marketing interno

Una vez captado el cliente, en donde se ha convertido el cliente potencial en cliente final, entran en juego los departamentos dedicados a retenerlo, es decir, a incentivar su juego de forma periódica.

Departamento de Estadística

Este departamento es fundamental en cualquier operador de juegos de azar porque permite medir el éxito o fracaso de las acciones de marketing y por tanto optimizarlas o corregirlas, además de conocer el estado de salud de la empresa. Pero por encima de todo, su principal cometido es analizar los patrones de depósito y juego de los usuarios registrados para **segmentarlos** en grupos (Figura 6), y con base a ello, el departamento de email marketing podrá elaborar con más acierto las ofertas y promociones que mejor se adapten a ellos para incentivar constantemente su juego.

La segmentación de los usuarios de juegos de azar atiende sobre todo a patrones de depósito y juego/apuestas donde se analizan, entre otros, los siguientes aspectos: importe del depósito, frecuencia de depósito y juego, tipo de juego, valor monetario del jugador, nivel vip del jugador, nivel de ganancias, etc. En este sentido, desde el momento en que un usuario se registra será incluido en alguno de los cuatro segmentos RND, ACTIVO, CHURN o AWOL (Figura 6), según su comportamiento y situación, en términos de depósito/juego (válido para casino, póquer y apuestas deportivas).

Departamento de email marketing - CRM





El email marketing es una poderosa, efectiva y económica forma de comunicación con el cliente cuyo objetivo en nuestro caso es incentivarlo a seguir jugando o fidelizarlo. Si el operador ha invertido grandes sumas de dinero para captar nuevos clientes vía SEO, SEM, publicidad y afiliación, con esta herramienta tan económica conseguirá rentabilizar su inversión a medio/ largo plazo.

Las funciones principales de este departamento son:

- Elaborar ofertas y promociones adaptadas a todos los jugadores registrados según su segmentación.
- Diseñar (en colaboración con el departamento de diseño gráfico), redactar los correos electrónicos, y gestionar su envío (en grandes operadores hablamos de listas de correos que superan los 50.000 o 100.000 jugadores) de forma segmentada.
- Envío de mensajes SMS, *Push Notifications* (avisos en el móvil), y avisos en el buzón de la cuenta del jugador en la web, sobre cualquier oferta o promoción.
- Actualizar el contenido web general, principalmente relacionado a ofertas y promociones. No se ocupan del contenido de blogs, artículos, etc.

Los tipos de promociones, ofertas y bonos; el diseño y contenido de los correos electrónicos; y el calendario de su envío difieren de un operador a otro, y de un producto a otro. No responde a ningún criterio estándar u homogéneo.

Figura 6. Segmentación de usuarios y principales estrategias de marketing juego online

USUARIO	CONCEPTO	PRINCIPALES ESTRATEGIAS DE MARKETING
<p>RND</p> 	<p>RND: Real no deposit. Usuario que se ha registrado, pero que aún no ha realizado ningún depósito.</p>	<p>Objetivos: Persuasión y fortalecimiento en la realización de un depósito y/o jugar-apostar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Envío entre 2 y 5 emails automatizados en un período entre 3 y 5 meses desde su registro. • Cada comunicación incluye progresivamente una ligera mejora de la oferta de bienvenida, bonos extra, giros gratis, devoluciones, apuestas gratis, etc. • Generan sensación de urgencia al usuario de depositar/jugar. • Contacto telefónico por un agente de soporte a los pocos minutos de hacer el registro. Seguimiento posterior telefónico en caso de no depositar – Persuasión.
<p>ACTIVO</p> 	<p>Jugador que se ha registrado, ha realizado un depósito y ha jugado/apostado. Según el importe de su depósito y el patrón y frecuencia de juego, será subcategorizado en otro segmento de usuario activo. Dentro de este segmento destacan los “High Rollers”.</p>	<p>Objetivos: Incentivar a incrementar los depósitos-juegos-apuestas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Envío de email con una gran gama de oferta de acuerdo a la sub-categorización. • En el caso de casino, el mensaje está enfocado a incentivar el depósito. • Los usuarios <i>High Rollers</i> reciben correos específicos y personalizados. • En los casos del póquer y las apuestas deportivas, el mensaje está enfocado a incentivar las apuestas. • Son contactados por teléfono para ofrecerles diferentes bonos e incentivos (especialmente si pasa un tiempo sin jugar o apostar).
<p>AWOL</p> 	<p>AWOL: Away without officially leaving (acrónimo anglosajón de origen militar). Designa a aquellos jugadores que fueron activos durante un determinado periodo de tiempo y de repente dejaron de depositar y jugar.</p>	<p>Objetivos: Recuperarlos para que vuelvan a ser usuarios activos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Envío de generosas ofertas de bonos. • A los usuarios AWOL de larga duración, se les acompaña la oferta con otros incentivos: • Casino: giros gratis para tragaperras y reembolsos. • Póquer: Entradas gratuitas a torneos sin necesidad de depósito. • Deportes: Apuestas gratuitas sin necesidad de depósitos o con cuotas ligeramente más bajas, reembolsos y devoluciones. • Las ofertas siempre tienen fecha de caducidad para incrementar el sentido de urgencia del usuario y tomar una decisión rápida. • La efectividad de los correos no es muy alta en estos usuarios, por lo que el equipo de soporte es quien realiza la mayor parte de la recuperación vía chat o teléfono. • La frecuencia del envío de los correos es de 1 o 2 mensuales. • Puntualmente se envían SMS y <i>Push Notifications</i>.
<p>CHURN</p> 	<p>En el mundo empresarial, CHURN indica la tasa de cancelación de clientes. En el mundo del juego online es un término más ligado al email marketing y se podría definir como el usuario que transita por el delicado período en el que puede pasar de ser un usuario activo a AWOL.</p>	

Fuente: Elaboración propia.

USUARIOS ACTIVOS

Visto, que representan el principal segmento de los operadores de juegos de azar *online*, queremos realizar una explicación más extensiva de las diferentes estrategias de marketing que se aplican a estos jugadores. El mensaje y oferta que se les envía es diferente en jugadores de casino, póquer y apuestas deportivas.

Casino

El mensaje y oferta contenidos en el correo electrónico están enfocados a incentivar el **DEPÓSITO** del jugador, y para ello se le ofrece un **bono de recarga** de un porcentaje menor o mayor según su patrón de depósito, juego y antigüedad. Reciben este bono tan pronto como han satisfecho con éxito o no su bono de bienvenida, es lo que se conoce como **bono del segundo mes**. El objetivo es que depositen y jueguen con una frecuencia mínima de al menos una vez al mes. Si lo hacen diaria o semanalmente, mejor. Si nos fijamos en la sección de ofertas y promociones que aparecen en las webs de casino, podremos comprobar que en la mayoría de los casos las promociones están enfocadas a incentivar el depósito.

Estos correos electrónicos se envían a principios y finales de mes, fechas que coinciden con el pago de la nómina de los usuarios. A mediados de mes, es decir, segunda y tercera semana, se les suele enviar **ofertas de reembolso/devolución/cashback** para animar el juego porque el operador entiende que la liquidez del jugador ha disminuido después de que este haya agotado su presupuesto de juego tras recibir la nómina. La frecuencia de envío de correos a jugadores activos es de al menos un email a la semana.

En muchas ocasiones se envían correos que sencillamente incentivan el juego/apuesta en determinados juegos porque el usuario pertenece a un grupo de jugadores que no necesita ninguna bonificación económica para incentivar su depósito y/o juego, o porque al operador le interesa potenciar las apuestas sobre un determinado juego que es muy rentable.

Sin embargo, no todos los correos que se envían están destinados a incentivar el depósito o incluyen una oferta, promoción o bono.

Independientemente del envío de los anteriores correos electrónicos que responden todos a un calendario mensual y fijo, los usuarios activos pueden recibir puntualmente otros correos para incentivar el depósito y juego:

- Correos específicos para *High Rollers* (grandes depositantes y grandes apostantes).
- Los usuarios activos con cierta antigüedad, es decir, aquellos que cada día, semana o mes depositan y juegan, recibirán en su momento un correo informativo indicándoles el nivel VIP al que pertenecen y cómo subir de nivel. Cuanto mayor sea el importe de su depósito y sus apuestas, más rápido subirán de nivel y, por supuesto, más atractivos serán los bonos y los privilegios que recibirán (bonos de recarga de mayor porcentaje, trato VIP en la atención al cliente, rapidez en el retiro de sus ganancias, etc.).
- Correo de felicitación por cumpleaños. Cualquier motivo es válido para recordar e incentivar el juego.

Póquer

El mensaje y oferta contenidos en el correo electrónico están enfocados a **incentivar el JUEGO/APUESTAS** del jugador e indirectamente el depósito. Para ello, el operador organiza

torneos de póquer *online* muy atractivos, y, por otro lado, ofrece incentivos para las sencillas partidas de cash.

Los torneos tienen generalmente como reclamo un bote de dinero garantizado, la obtención de entradas para jugar un torneo de póquer presencial, o la combinación de ambos. Lo que incentiva el juego/apuestas es la concesión de una entrada (*token*) gratuita o de coste reducido para participar en el torneo en cuestión, o un depósito mínimo o simbólico. Además, siempre vienen aderezados con otros reclamos asociados a la experiencia que antes mencionábamos. Los tipos de torneos *online* a continuación listados, que son los más comunes y los ejemplifican perfectamente:

Freezouts: torneos de Póker *online* por excelencia.

Freerolls: torneos de acceso gratuito, mediante puntos o invitación y en los que se puede ganar dinero real.

Satélites: torneos en los que el premio es la clasificación o una plaza para jugar un torneo presencial local, regional o internacional.

Sit&Go: torneos sin horario fijo de inicio. Se inician tan pronto como se cubran sus plazas. Se puede jugar uno contra uno, o contra 100 jugadores.

Torneos Bounty o Knockout: torneos en los que se recompensa al jugador por eliminar a su oponente con un premio monetario o una ficha para seguir en el torneo que avanza por etapas. Quien finaliza invicto recibe el gran premio.

Torneo Speed: también llamados *Turbo*, tienen una estructura mucho más ágil de lo habitual, lo que reduce el tiempo del jugador para pensar. Su reclamo está en la adrenalina que produce su dinámica de juego. Desplegando las mejores habilidades de juego que disponga el jugador.

Multi-mesa (MTT): participan hasta 10 jugadores por mesa, son de larga duración y exigentes. Su reclamo se basa en la resistencia mental y física que exigen el desafío de derrotar a los oponentes desplegando las mejores habilidades de juego que disponga el jugador.

¿Qué significa BOTE GARANTIZADO? Los botes se forman sumando las contribuciones de cada jugador que participa en un torneo. Si la participación no es suficiente para alcanzar matemáticamente el bote promocionado, el operador garantiza cubrir el dinero restante del bote. Todos los operadores organizan torneos semanales, mensuales y hasta diarios para incentivar el juego y apuestas.

Las partidas de cash sencillas se incentivan con programas de puntos por cada euro apostado en las partidas. Los puntos pueden luego canjearse en dinero efectivo para disponer de más efectivo para posteriores partidas. Al igual que en los casinos, existen correos específicos para *High Rollers*, Nivel VIP y de cumpleaños. La frecuencia de envío es de al menos un email a la semana.

Apuestas deportivas

El mensaje y oferta contenidos en el correo electrónico están enfocados a **incentivar las APUESTAS DEPORTIVAS** del jugador. Para ello, el operador promociona ofertas semanales que obsequian a los jugadores con apuestas gratis de 5€, 10€, o 20€ y que solo exigen depositar 5€, 10€, o 20€ + realizar una apuesta en un evento deportivo en particular con cuota igual o superior a 1.5 o 2.0, es decir, que permiten apostar un 50% o un 100% más sobre lo que realmente depositó el jugador.

Dada la riqueza de los mercados de apuestas deportivas y el hecho de estar vinculadas a la actualidad deportiva, las posibilidades de construir ofertas creativas y originales en este

tipo de producto son notablemente superiores al casino y póquer. Por eso, también es común ofrecer a los jugadores activos ofertas de devoluciones (cashbacks) en forma de apuestas gratis si el jugador no acierta su pronóstico, incluso otras más sofisticadas que obsequian con apuestas gratis a cambio de realizar apuestas combinadas o múltiples.

La frecuencia de envío de estas ofertas es ligeramente diferente a casino y póquer ya que está sujeta al calendario de las citas deportivas. En general se envía un correo electrónico a la semana (jueves o viernes) con ofertas relacionadas con importantes citas deportivas del fin de semana (ligas nacionales y extranjeras de fútbol, ligas nacionales y extranjeras de baloncesto y fases finales de importantes torneos de tenis). Se puede llegar a enviar dos correos semanales cuando en la misma semana, generalmente martes y miércoles, se disputan fases eliminatorias de Champions League, Europa League, Copa de Europa de Baloncesto y fases eliminatorias de selecciones de fútbol.


Como se podrá deducir, los deportes que más interés despiertan en los apostadores son en orden de popularidad los siguientes: fútbol, tenis y baloncesto. El resto de deportes no generan mucho volumen de apuestas relevante como para enviar promociones salvo el ciclismo entre los apostadores del País Vasco, y Balonmano entre los apostadores del País Vasco y Cataluña.

El correo electrónico:

La eficiencia del bombardeo de correos electrónicos a los que los jugadores están sometidos depende de muchos factores, como en cualquier eCommerce. El factor que más determina su éxito es la correcta segmentación de los clientes, pero existen otros factores que también son importantes y en los que los operadores de juegos *online* invierten muchos esfuerzos.

Aunque parezca una obviedad, el objetivo es que el correo llegue a la bandeja de entrada, despierte interés o llame la atención en el usuario para que lo abra y, por último, que el usuario pinche en algún CTA o enlace para depositar y/o jugar. Si hace esto último, se habrá conseguido una conversión de segundo nivel. El embudo de conversión en el email marketing de retención es muy sencillo:

Para el operador es fundamental que el usuario esté informado de todas las ofertas y promociones de la marca, y con el fin de garantizar que sus comunicaciones no acaben en la carpeta de correo no deseado (spam), se invierten muchos esfuerzos técnicos, de diseño y de contenido. Para lograrlo, entre otras cosas, se diseñan correos ligeros en términos de código y compatibles con todos los proveedores de correo gratuito capaces de sortear todos los filtros anti-spam, se evitan los colores asociados al spam (el negro), y sobre todo, en el asunto y cuerpo de los correos se evita o limita en la medida de lo posible el uso de términos considerados spam: dinero, dinero gratis, bono, etc., y se recurre a otros como bonificaciones, recompensas, premios, regalos, etc., o cualquier otro eufemismo.



EMAIL El email sortea todos los filtros y llega a la bandeja de entrada del usuario.
APERTURA: El usuario abre el correo seducido por el asunto del correo electrónico.
CLICK/ LEADS: El usuario descubre la oferta, la desea, y pincha en el enlace para disfrutarla.
DEPÓSITO/ APUESTA: El usuario cumple el objetivo del operador: depositar y/o apostar.

- Para aumentar la tasa de apertura de correos, se procura escribir en el asunto un reclamo que sea, o bien sugerente y despierte la curiosidad del usuario, o bien indique claramente la oferta que se encontrará en el contenido del email. En cualquier caso, se procura, si es posible, que el asunto no supere los 65 caracteres.

- El contenido del correo varía de un operador a otro, y su extensión es variable. En cualquier caso, la oferta se indica directamente en el título/encabezado del correo y en la primera frase o párrafo porque son los textos que primero llaman la atención al usuario. Los mensajes suelen ser claros y directos. Esto se debe a que los usuarios de internet ya no leemos los correos, más bien los escaneamos con los ojos, por eso es necesario informar de la oferta/promoción en aquellas secciones del correo en las que los ojos se fijan primero al abrirlo, antes de que nos distraigamos o pasemos a otro correo.
- Los correos generalmente suelen estar tematizados gráfica y textualmente con:
 - Imágenes asociadas al azar, póquer y deporte (naipes, dados, motivos deportivos, etc.).
 - Imágenes del propio juego, torneo o campeonato deportivo promocionados.
 - Celebraciones nacionales e internacionales: Halloween, día de los enamorados, black friday, día internacional de la mujer, primavera, verano y vacaciones, etc.
- Se incluyen CTAs (Call to Action - Llamada de Atención). Este último, ya sea enlace o botón, aparece en el primer párrafo, y también se incluye un segundo y tercero al final del correo para asegurar que el usuario lo lea por completo.

En el caso de los correos de salas de póquer y casas de apuestas se suelen incluir ofertas/bonos de casino para incentivar a sus usuarios a probar su sección de casino, que como antes se mencionó, es más rentable que el póquer y las apuestas deportivas. A esto último se lo conoce como promoción cruzada.

Departamento de Atención al Cliente / Soporte

Su misión es dar soporte técnico y atención a cualquier duda, pregunta, o incidencia que tenga un jugador. Pero más allá de dar un servicio de atención al cliente clásico, su trabajo tiene un sentido más comercial (o de ventas si se quiere) y se centra fundamentalmente en incentivar el depósito de los usuarios contactándoles vía chat o teléfono. Trabajan de forma coordinada con el departamento de email marketing.

Usuarios RND

Tan pronto como un usuario se registra, si no realiza un depósito en un plazo de X minutos u horas, su condición de RND aparece en pantalla y el agente de soporte lo contacta para persuadirle de realizar un depósito y disfrutar del bono de bienvenida. Si no ha realizado un depósito en un plazo superior, también se le contacta con cierta periodicidad para que deposite.

Usuarios activos

El día a día del equipo de soporte consiste fundamentalmente en contactar a los usuarios activos y ofrecerles bonos de recarga para incentivar sus depósitos + juego. Estos usuarios pueden ser por un lado los mismos que han recibido una oferta por correo electrónico, en cuyo caso el contacto por chat o teléfono viene a reforzar o rematar el objetivo de que depositen; y por otro, otros usuarios que no han recibido ninguna comunicación, pero a los que también se les ofrece un bono. El equipo de soporte también recibe diariamente listas de usuarios que, sin ser AWOLS, hace un tiempo que no realizan un depósito. Obviamente, también se les contacta ofreciendo distintos bonos por depositar.

Muchos usuarios activos con cierta antigüedad a los que les quedan muy pocos requisitos para ascender de nivel VIP, son también contactados para informarles de que con un depósito de X euros pueden subir de nivel VIP y disfrutar de más ventajas y privilegios.

Usuarios AWOL

No hay ningún secreto. Al igual que con los correos electrónicos, se les contacta vía teléfono cada cierto tiempo ofreciéndoles atractivas ofertas según su antigüedad awol para incentivar su regreso al juego.

Otros aspectos de interés – Contenido de Páginas Web y Aplicaciones Móviles

Aunque el acceso a internet a través de dispositivos móviles es superior al de un PC⁴⁵ y los operadores están actualmente volcando sus esfuerzos en el entorno móvil, las páginas web siguen siendo importantes para la captación y retención de clientes por lo que su diseño y estructura juega un papel importante en términos de atractivo, experiencia de usuario, captación y retención. No existe una regla fija de cómo diseñar una web de juegos de azar, pero sí existen páginas más importantes que otras, y patrones, elementos y secciones que son comunes a la mayoría de ellas. Están diseñadas para despertar el interés y animar el registro, y, por supuesto, también para fomentar el juego/apuestas de los ya registrados.

A continuación, resumen los aspectos más importantes:

- Al igual que en los mensajes enviados por correos electrónicos, es obligatorio la incorporación de los iconos de juego seguro, autoexclusión, mayor de 18 años y jugar bien, adicionalmente de reflejar el número de licencia concedida por la DGOJ.
- En la página de inicio, no suelen contener más de diez enlaces y varían de un producto a otro. Sus enlaces facilitan el depósito y juego/apuesta de forma directa. Los más comunes son los siguientes:
- Casino: Juegos de Casino – Tragaperras – Blackjack – Ruleta – Juegos en Vivo – Botes – Club VIP – Ofertas y Promociones – Cómo Empezar – Métodos de Pago – **Límites de depósito** – Móvil (para fomentar la descarga de su aplicación móvil).
- Póquer: Descarga – Cómo Jugar – Escuela de Póker – Promociones – Torneos – Club VIP – Blog/Artículos – Métodos de Pago – **Límites de depósito** – Móvil. Dado que el póquer es un juego de naipes en el que indiscutiblemente interviene la habilidad y destreza del jugador, cobran mucha relevancia los enlaces de contenido: blog/artículos/Escuela de Póquer. Son páginas que, más allá de ser beneficiosas en términos de posicionamiento en la web, aportan al jugador información útil y relevante sobre la agenda internacional del mundo del póquer (historia, manuales, estrategias, noticias, eventos, etc.). Es más, en recientes años, algunas de las salas más potentes han abierto incluso canales de TV en sus webs.
- Apuestas deportivas: Apuestas en vivo – Cómo apostar – Promociones – Pronósticos – Reglas de apuestas – Métodos de Pago – **Límites de depósito** – Blog/Artículos – Móvil. Al igual que en póquer, el enlace de contenido (blog/artículo/Reglas) también beneficia en términos de posicionamiento web y aportan al jugador información útil y relevante sobre la agenda del mundo deportivo (noticias, eventos, recomendaciones de apuesta realizados por embajadores de la marca, etc.). Desde hace varios años, algunas webs permiten seguir en vivo una cita deportiva mediante video *streaming* para potenciar las apuestas en vivo.

El enlace de **Límites de depósito** está marcado en rojo porque es una exigencia legal de la Dirección General de Ordenación del Juego de España. No es obligatorio que figure en esta barra de navegación, puede figurar en otro menú. Los límites de depósito que marca la ley española para todos los operadores con distintos productos de azar *online* son:

- Un límite diario de 600€
- Un límite semanal de 1.500€
- Un límite mensual de 3.000€

Fuente: BOE (2011)29

- Carrusel de imagen o imágenes: Situada inmediatamente debajo de la barra de navegación, es un conjunto de imágenes llamativas para captar la atención del cliente potencial o del ya registrado y son clicables, es decir, también están destinadas a fomentar el registro y juego/apuestas. Generalmente contienen los siguientes mensajes de ofertas, bonos de bienvenida, promociones de juegos con botes millonarios, casino en vivo, etc. Los principales detalles son:
 - Casino: En la mitad inferior de la página web suelen incluirse a modo de casilleros muchos de los juegos que ofrece el casino, generalmente los que tienen un mayor índice de ganancia para el casino. También se incluyen aquellos que son muy llamativos y populares entre los jugadores, los que están tematizados con películas taquilleras, y los que tienen los botes más elevados. Todos son clicables y abren una página que permite jugarlos en modo diversión/demo/prueba y donde no falta uno o más de un CTA incitando a la creación de una cuenta (registro). El objetivo es aumentar el deseo del cliente potencial, que pruebe las bondades (diversión) del producto, y, por lo tanto, acelerar su registro.
 - Póquer: A diferencia del casino, la galería incluye generalmente los torneos *online* que organiza la sala. Los mensajes de los torneos siempre incluyen el importe del bote garantizado, y en su caso, mensajes del estilo: reto, desafío, etc.
 - Apuestas deportivas: Comparte con el casino la barra de navegación superior y el carrusel de imágenes, pero la página de inicio está generalmente dividida en tres bloques. El bloque derecho es un menú con todos los deportes soportados para apostar. El central con las apuestas de **los eventos más relevantes del día y la semana**, y el bloque izquierdo está reservado generalmente al boleto de apuestas, a publicar *banners* con promociones de apuestas deportivas, y a promocionar su sección de casino. El carrusel de imágenes está situado encima del bloque central.
 - Página de registro y métodos de pago: Son las dos secciones clave de las páginas web de juego de azar *online*, las mismas están formuladas de formas fácil y rápida de rellenar. En la página de pago, el jugador realiza sus depósitos monetarios en su cuenta de juego para poder jugar. Las páginas de juego de azar ofrecen más métodos de pago que ningún otro eCommerce en la red.
 - Barra de navegación secundaria: incluye enlaces comunes a cualquier eCommerce cuyo objetivo es transmitir valores de seriedad, honestidad e imparcialidad del *software*, confianza, seguridad en los depósitos, legalidad, cercanía, responsabilidad social, y diligencia profesional de la página web. En definitiva, minimizar la potencial desconfianza que pueda tener un visitante antes de registrarse en una página de este estilo y depositar su dinero en una cuenta de juego - y esto es información, pero también es marketing. Los más habituales son: *Quiénes Somos, Contacto o Soporte, Política de Privacidad, Seguridad, Licencia, Regulación, Casino Regulado, Juego Responsable, etc.* De ellos, destacamos:
 - Contacto o Soporte - Es fundamental que el usuario tenga la certeza que detrás de la web existe un equipo real y de carne y hueso disponible para atenderle las 24 horas del día con cualquier problema y duda. Si el contacto está disponible por email, chat y teléfono, aumenta la confianza.
 - Certificado de Imparcialidad - Para dar garantías del *software* y eliminar cualquier duda sobre su imparcialidad y la ausencia de cualquier "mano negra" que manipule los resultados, muchos operadores incluyen un certificado emitido por un laboratorio independiente que ha evaluado satisfactoriamente el *software* de juego que usan.
 - Juego Responsable - Para transmitir una imagen de empresa contraria a la ludopatía y como muestra de responsabilidad social, se incluye un enlace que permite a un jugador autoevaluarse si es adicto al juego, y se proporcionan enlaces de instituciones locales e internacionales de ayuda al ludópata.

Merece la pena señalar que la estructura de la web, la distribución de los enlaces y *ban-ners*, etc. se optimiza constantemente analizando el comportamiento de los usuarios. Para ello se emplean programas de mapas de calor y patrones de click en la página web (HOT JAR y CLICKTALE respectivamente) que permiten monitorizar por dónde deslizan su ratón los usuarios y en qué enlaces pulsan. De esta forma se puede saber qué enlaces y secciones funcionan y cuáles no, y con base ello, cambiar y probar con algo nuevo.

Algunas cuestiones que es necesario conocer sobre el juego online

Juego Seguro: Es un 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.

Autoexclusión: es el 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.

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

Jugar bien: 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.

Estos son los íconos obligatorios que deben incluir los mensajes de correos electrónicos enviados por las operadoras de juego de azar *online*:



Fuente: DGOJ (2017)⁴⁶

La regulación española obliga a cumplir varios requisitos en los correos electrónicos:

Está prohibido emplear el término probabilidad.

- No se pueden emplear términos como regalo o gratis a no ser que el operador realmente regale algo o conceda algo gratis.
- Los correos electrónicos deben incluir los términos y condiciones de los bonos o al menos un enlace a ellos. Además, deben ser de fácil comprensión.
- Los correos deben incluir un enlace para darse de baja de la lista de correos.
- Los correos deben incluir los iconos de **autoexclusión, juego seguro, acceso restringido sólo a mayores de 18 años y jugar bien**. También deben incluir un enlace de juego responsable que conduzca a la propia web de la marca sobre su compromiso sobre la materia.

Psicomarketing en el juego online

Finalmente, queremos concluir este capítulo del funcionamiento, captación y marketing del juego de azar *online*, resaltando algunas de las estrategias basadas en psicomarketing que marcan las líneas generales de muchos de los mensajes de los operadores de juegos *online*.

Figura 7. Estrategias de Psicomarketing en el juego online



Fuente: Elaboración propia.

El poder de lo positivo: Aunque es cierto que existe un grado de habilidad en juegos de mesa como el póquer y el blackjack, lo cierto es que las probabilidades siempre juegan a favor de la casa. Obviamente, si no fuera así, si la rentabilidad no estuviera prácticamente garantizada, no habría negocios dedicados al juego. Lo mismo ocurre con las tragaperras de botes millonarios donde las probabilidades de ganarlo son de aproximadamente 1 entre 250.000. Los jugadores son conscientes de ello y aun así siguen jugando, ¿por qué? Porque creen que pueden ganar, creen que pueden ser la excepción a la regla, que pueden ser adivinos o que la suerte o el azar les ha señalado a ellos. Los operadores son conscientes de ello y no promocionan sus juegos como productos para perdedores, sino para ganadores. Para ello crean la noción del jugador ganador, el jugador que puede convertirse en un *winner*, un hábil ganador entre miles de desafortunados perdedores, la excepción a la regla que desafía a la estadística; y todo esto se ve reflejado en muchos de sus mensajes promocionales y slogans.

Urgiendo a actuar ahora: La urgencia y escasez son dos pilares básicos de la psicología del consumidor, pero a menudo se asocian al miedo o la pérdida. Los casinos nunca hacen énfasis sobre el miedo a las posibles pérdidas en las que se puede incurrir jugando, todo lo contrario, urgen al consumidor a actuar (jugar y apostar) ahora y rápido para ganar ese bote millonario que está esperando a que alguien se lo lleve. Si el jugador no actúa con rapidez y diligencia, el bote se lo llevará otro porque no hay muchos, y aquí es donde entra en juego la noción de la escasez y la presión que busca una rápida reacción del jugador.

Regalar y mimar: Pocas palabras son más poderosas que la palabra “gratis”. Vivimos en una época en la que las “muestras gratuitas” se han convertido en la norma, y los operadores de juego no son la excepción. Lo gratuito crea confianza y seguridad – Ofrecer algo gratuito ayuda a crear un sentido de confianza en la marca que está dispuesta a dar y ayudar al consumidor “sin recibir nada cambio”. Además, demuestra que la marca cree en su propio producto. La lógica detrás de probar un producto gratis es simple → convertir un cliente potencial en consumidor o usuario.

Combinación de colores: El diseño y combinación de los colores son cruciales en los embudos de conversión del negocio del juego online. Los operadores del juego *online* son auténticos maestros en esta materia para influir en el comportamiento de los consumidores, incluso si no comparten la misma estrategia en sus respectivos embudos de conversión. Como ejemplo tenemos los colores utilizados para los casinos *online*, en donde resaltan el negro, el rojo y el verde.

La mayor parte de los casinos usan el negro como color de fondo y principal. Este color representa el poder, la elegancia, la formalidad, la muerte y el misterio. Con esta explicación queda claro el uso de este color para los casinos, ya que casi siempre quieren expresar el poder en el sentido de las posibilidades que los jugadores tienen de ganar y convertirse en personas poderosas y la elegancia para crear ambientes con estilo y clase. En referencia al verde, este color representa armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad y frescura. Expre-

sa exuberancia (abundancia) y armonía (fluidez), dos conceptos muy relacionados con los casinos. El rojo es un color que se asocia con el peligro, la guerra, la energía, la fortaleza, la determinación, la pasión, el deseo y el amor. Además, es un color muy adecuado para inducir a las personas a tomar decisiones rápidas en una página web. Muchos casinos *online* usan este color como el predominante de sus portales, estando relacionado con la energía y la fortaleza propia de los juegos de azar. Influye en el estado de ánimo del jugador y la calidad de su juego y le ayuda a perder la noción del tiempo.

Que regresen: Los negocios crean clientes, y los negocios inteligentes crean clientes para toda la vida. Los operadores de juego *online* son fieles a esta máxima y la cumplen con relativa facilidad, ¿cómo? Creando la noción de que un perdedor siempre puede ganar, y mucho, si lo vuelve a intentar. Confrontan la realidad estadística de las pérdidas con la invocación a la resiliencia del jugador que no debería dejarse ganar por una o varias derrotas previas.

5

Situación actual del Juego problemático. Las cifras del Juego

Los juegos de azar se han convertido en una forma popular de distracción y entretenimiento relativamente extendida entre los adolescentes. A pesar de que en la mayoría de los países las leyes prohíben que los más jóvenes se involucren en formas legalizadas de juego, una revisión de estudios de los juegos de azar en los jóvenes en tres continentes, Australia, Europa y Norteamérica ha puesto de relieve que entre el 2-13% de los jóvenes cumplen con los criterios diagnósticos de juego problemático⁴⁷.

Durante las últimas décadas, se han llevado a cabo numerosos estudios acerca de los problemas ocasionados por los juegos de azar. Tras revisar muchos de los estudios disponibles al respecto, se puede afirmar que en España hay más personas jugadoras que no jugadoras, lo que, desde el punto de vista sociológico puede tener varias lecturas, pudiendo ser a la vez un indicador de bienestar (más tiempo libre y dinero disponible para una actividad lúdica, mejor y más fácil acceso a actividades de ocio y a nuevas tecnologías en el caso del juego *online*), o un síntoma de pérdida, extrañamiento o alienación de una parte de los ciudadanos por apatía, aburrimiento, insuficiente integración, falta de recursos y objetivos, necesidad de evasión, etc. Probablemente no puede darse una respuesta unívoca cuando la motivación de juego parece una inclinación inveterada desde tiempos muy remotos.

Pero este arraigado hábito no supone un problema si la actividad lúdica, con más o menos azar e incluso con intervención de apuesta, discurre dentro de los cauces de lo razonable, como cualquier actividad voluntaria, lúdica e inocua. Obviamente, dentro de los que juegan, hay personas, la mayoría, que no tienen ningún tipo de problema con el juego y personas que presentan, o comienzan a hacerlo, algún tipo de trastorno del comportamiento como resultado de su participación en los juegos de azar. El juego pierde su naturaleza educativa, integradora y creadora cuando deja de ser realmente voluntario y existe una pulsión interna que "obliga" a jugar, cuando deja de ser lúdico porque la distracción deja su espacio a la obsesión, o cuando genera algún daño a quien lo practica o a las personas de su entorno.

En un marco de libertad, que el juego discurra por el cauce de lo saludable es responsabilidad de cada individuo, pero también de los poderes públicos de cada comunidad. En muchos países de Europa se ha ido legalizando progresivamente el sector del juego de azar, y con ello, el juego patológico ha adquirido cada vez mayor relevancia social, en la medida

en que se ha ido focalizando esa parte oscura y nociva de la actividad del juego. Por ello, cada vez más se dispone de más información y conocimiento sobre el juego y las causas y efectos de la ludopatía. Una gran parte de la información y de la investigación que existe al respecto ha venido propiciada por el gran avance del sector que, a través del paso del tiempo y del desarrollo de las nuevas tecnologías, ha logrado crear nuevas formas de juego y continuar con el crecimiento de esta industria, llegando progresivamente a más sectores de la población.

Si alguna actividad o práctica puede resultar nociva, normalmente lo será más cuando afecte a las personas más jóvenes, más receptivas, moldeables y vulnerables o con la personalidad en desarrollo. Por ello, el juego en los adolescentes se reconoce cada vez más como un importante problema de salud pública^{48,49}, más allá de su prevalencia como dimensión o medida del mismo. Estar involucrado en el juego durante la adolescencia puede llevar a consecuencias adversas como relaciones tensas, delincuencia y comportamiento criminal⁵⁰, síntomas depresivos⁵¹, mayor riesgo de ideación e intentos de suicidio, mayor riesgo de otras adicciones⁴⁹ y mala salud general⁵². Tales efectos negativos tienen implicaciones significativas a corto y largo plazo tanto para el individuo, como para su entorno y la sociedad en general. A la vista de estas consecuencias negativas, y teniendo en cuenta que los adolescentes pueden pasar en poco tiempo del juego social al problemático^{48,49}, un importante esfuerzo deberá dirigirse hacia el estudio del juego de los adolescentes, grupo al que bien podemos considerar población de riesgo casi en su totalidad.

La fuerte modernización del sector ha creado grandes facilidades para acceder a juegos de apuestas en todo el mundo. Aunque el juego ha existido siempre, la televisión, los ordenadores, internet, las tablets, los móviles, etc., parecen ser una dificultad añadida en la lucha a favor del juego responsable. Internet y toda la tecnología digital posibilitan un acceso fácil y casi universal a cualquier adolescente que hace casi imposible el control de su utilización por parte de las familias o de las propias autoridades reguladoras del juego.

No obstante, aunque el juego *online* incrementa las posibilidades de acceso, al tener toda la actividad del jugador trazada, es posible establecer medidas de control y monitorización que ayuden al jugador a no desarrollar el juego problemático. Por ello, el juego *online*, proporciona también muchas y diversas medidas por las que el jugador no sólo está más protegido, sino que además es más consciente de su actividad, lo que en definitiva aumenta el conocimiento de la misma y la toma de decisiones de una forma más responsable.

La prevalencia del juego problemático

Es importante subrayar que, si en este apartado empezamos a hablar de prevalencia del juego y no meramente de porcentajes o tasas de jugadores; si utilizamos una dimensión epidemiológica es precisamente porque hemos entrado en el espacio psicosocial de lo problemático y de aquellos comportamientos que afectan negativamente a la salud individual o colectiva. Consideramos aquí a toda la población que juega y tiene problemas asociados a esa actividad y por supuesto a quienes ya tienen síntomas, evidencias o diagnóstico de ser jugadores con alguna patología.

A la vista de diversos estudios y revisiones en la materia, la prevalencia del juego problemático en el mundo se mueve en un rango desde el 0,2% hasta alcanzar el 6-7%. En América del Norte las tasas de prevalencia de juegos de azar varían entre 2 y 5%, mientras que en Oceanía y Asia estas tasas oscilan entre 0,2 y 0,7%, y 0,5 y 5,8%, respectivamente. En Europa, las tasas de prevalencia del juego problemático se sitúan entre 0,7 y 3,4%. Por lo tanto, Asia y Europa parecen ser los continentes que muestran las mayores variaciones en las tasas de prevalencia del juego problemático⁵⁴.

En el año 2013, Welte, Barnes, Tidwell, Hoffman, and Wiecezorek⁵⁵ concluían en su estudio, que la prevalencia del juego problemático en Estados Unidos se situaba en torno al 4,6%, pudien-

do sufrir ligeras modificaciones dependiendo del Instrumento de medición utilizado (SOGS⁹ o DSM¹⁰-IV). En Australia, Gainsbury et al.⁵⁶, realizaron un estudio en el año 2014, que arrojó una tasa de prevalencia de juego problemático entre la población adulta de 0,6%.

En Brasil, Tavares et al.⁵⁷ detectaron una tasa de prevalencia del juego problemático de 2,3% entre las personas mayores de 14 años. En África, en el año Collins y Barr⁵⁸ concluyeron en sus estudios, que en el año 2006, la tasa de prevalencia del juego problemático era 4,8% para la población adulta de Sudáfrica.

Dentro de las fronteras europeas, también se han hecho bastantes estudios a lo largo de los últimos años. En la Tabla 5, se puede observar una lista de los algunos países de Europa y sus tasas de prevalencia del juego problemático de los últimos años según diferentes trabajos. Las tasas corresponden al conjunto de jugadores calificados como “jugadores con problemas” y “jugadores con patología”. Cabe destacar que las tasas de prevalencia del juego problemático más altas se dan en países del norte de Europa como Finlandia o Suecia. Aunque de los países recogidos, Estonia destaca como el país con la mayor tasa de prevalencia de juego problemático (6,5%), en el resto de países, las tasas oscilan entre un 0,7% y un 2,5%.

Tabla 5. Países de Europa y sus tasas de prevalencia del juego problemático¹¹

Países	Estudio	Edad	Prevalencia	Instrumento
Austria	Kalke et al. (2011)	14-65 años	1,1%*	DSM-IV
Alemania	Meyer et al. (2015)	14-65 años	2%*	DSM-IV
Bélgica	Druine et al. (2006)	>16 años	2%*	DSM-IV
Dinamarca	Bonke y Borregaard (2006)	18-74 años	0,7% NODS ³ , 1,7% SOGS-R	NODS/SOGS-R
Estonia	Laansoo y Niit (2009)	15-74 años	6,50%	SOGS
Finlandia	Aho y Turja (2007)	>16 años	5,20%	SOGS
Reino Unido	Wardle et al. (2012)	>16 años	0,9%*	DSM-IV
Italia	Bastiani et al. (2011)	15-65 años	2,2%*	CPGI
Países Bajos	De Bruin et al. (2006)	>16 años	2,50%	SOGS
Noruega	Bakken et al. (2009)	16-74 años	1,70%	NODS
España	Becoña (2004)	>18 años (Galicia)*	1,90%	NODS
Suecia	Abbott et al. (2014)	16-84 años	4,50%	SOGS
Suiza	Brodbeck et al. (2009)	>18 años	0,80%	NODS

Fuente: Elaboración propia a partir de Calado y Griffiths (2016)⁵⁴. *Corresponde a datos de la población de Galicia.

Al analizar la prevalencia del juego problemático en los distintos países de Europa y el resto del mundo, hay que prestar una atención especial a la población joven, que representan grupos de riesgo, al ser más susceptibles de sufrir algún tipo de problema con el juego. Tras la revisión

⁹ SOGS: El SOGS, *South Oaks Gambling Screen*, es un cuestionario psicológico para detectar casos de jugadores patológicos o ludopatía en población normal. Fue creado en 1987 por Lesieur y Blume en el South Oaks Hospital de New York, y la adaptación española fue realizada por Echeburúa y Baez en 1990. Hay autores que encuentran problemas metodológicos para evaluar ciertas poblaciones, especialmente de menores, ya que sobreestima los falsos positivos y mide el ciclo vital del jugador más que el periodo actual.

¹⁰ DSM: *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders* es el Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales de la Asociación Americana de Psiquiatría (American Psychiatric Association, APA) y contiene descripciones, síntomas y otros criterios para diagnosticar trastornos mentales. En 1994, se publicó en España el DSM-IV. En el año 2002, se edita en España el texto revisado de dicho manual: DSM-IV-TR (Ed. Masson). La quinta edición de este manual, DSM-V, se editó en 2013 (APA, 2013), renombrando el juego patológico como trastorno del juego, bajo la nueva rubrica de “Adicciones a sustancias y trastornos relacionados”

¹¹ NODS: (NORC DSM-IV Screen for Gambling Problems), basado en los criterios del DSM-IV (Gernstein, Murphy, Tace, Hoffmann, Palmer, Johnson et al., 1999). Es un sistema de evaluación del juego patológico, adecuado a los criterios del DSM-IV con objeto de que permita comparar unos estudios con otros.

de varios estudios realizados en los últimos años, las tasas de prevalencia de juego problemático entre la población más joven en el mundo se mueven en un rango de 0,2-12,3%. El rango en el que se mueven estas tasas es elevado y refleja en parte peculiaridades culturales, sociales y regulatorias de cada país, pero también diferencias en las metodologías de análisis utilizadas.

Tabla 6. Países de Europa y tasas de prevalencia del juego problemático en población joven

Países	Estudio	Edad	Prevalencia	Instrumento
Albania	Molinario et al. (2014)	16 años	5,30%	Lie/Bet
Alemania	Duven et al. (2011); Hayer (2014)	12-18 años	2,2%	DSM-IV-MR-J
Croacia	Dodig (2013)	14-20 años	12,3%	CAGI
Dinamarca	Molinario et al. (2014)	16 años	1,60%	Lie/Bet
España	Becoña et al. (2001)	14-21 años (Galicia)	5,6%	SOGS-RA
Finlandia	Molinario et al. (2014)	16 años	4,80%	Lie/Bet
Reino Unido	Molinario et al. (2014)	16 años	0,022	DSM-IV-MR-J
Islandia	Olason et al. (2011)	13-18 años	2,2%	DSM-IV-MR-J
Italia	Molinario et al. (2014)	16 años	2,60%	Lie/Bet
Noruega	Rossow et al. (2013)*	13-18 años	SOGS-RA: 3,1% Lie/ Bet: 3,4%	SOGS-RA y Lie/ Bet
Rumania	Molinario et al. (2014)	16 años	4,90%	Lie/Bet
Suecia	Fröberg et al. (2015)	16-24 años	4,2%	PGSI
Suiza	Suris et al. (2011)	15-20 años	1,3%	SOGS-RA y Lie/ Bet

Fuente: Elaboración propia a partir de Calado et al. (2017)⁵⁹

* Estudio realizado después de la prohibición de máquinas tragamonedas en el país.

Así, mientras que en América del Norte las tasas se mueven en un rango de 2,1-2,6% y en Oceanía de 0,2-4,4%, en Europa las diferencias son mayores y encontramos tasas de entre 0,2 y 12,3% dentro de la población joven. La Tabla 6 muestra las tasas de prevalencia del juego problemático de la población más joven en Europa. En este caso, las tasas corresponden a jugadores con algún tipo de problema y a jugadores con patología.

Por lo general, las tasas de prevalencia son mayores en la población joven que en la población adulta. Dentro de la población joven, destaca el caso de Estonia, que mostró una tasa de 12,3% durante el periodo estudiado (3 meses). Aunque en este caso hay que reseñar que es el único estudio que ha utilizado el CAGI¹² como instrumento de medición y la elevada tasa de prevalencia que presenta podría deberse, en parte, al método de medida escogido. Al margen de cuestiones metodológicas, tampoco deben resultar sorprendentes diferentes prevalencias en los distintos países del contexto europeo; también en otras adicciones, como el tabaco o el alcohol, encontramos diferencias muy importantes entre unos y otros países de la UE.

Aunque los datos arrojados por los diferentes estudios son una buena referencia a la hora de conocer las tasas de prevalencia en los distintos países del mundo, pueden mostrar ciertas particularidades. Varios autores han concluido que las evaluaciones realizadas a través de instrumentos de medición como el SOGS, suelen dar tasas más altas que las realizadas con instrumentos basados en el DSM. Además, hay que tener en cuenta que los rangos de edad utilizados no son los mismos y que el año de realización puede tener una importancia significativa si se ha producido algún cambio en la regulación del juego.

¹² CAGI: El CAGI es un instrumento que mide las consecuencias psicosociales adversas del juego en las poblaciones adolescentes. Se trata del instrumento de medición menos utilizado por los investigadores.

Las tasas de prevalencia de cada país dependen de factores culturales, económicos, sociales y legales. Factores como la regulación del sector o la facilidad para acceder a distintos tipos de juegos, son elementos muy a tener en cuenta ya que inciden de manera importante en las tasas de prevalencia, sobre todo en el caso de la población más joven. Parece necesario llevar a cabo estudios trasnacionales sobre la prevalencia del juego con una misma metodología en la población joven con objeto de permitir la comparabilidad de los datos, dado que la información existente es bastante heterogénea y dificulta el análisis comparativo entre países.

Desde el punto de vista del tipo de juego, hasta ahora, en Europa, los juegos de apuestas que mayor popularidad tienen entre los jugadores jóvenes son las máquinas de juego electrónicas, que pueden incluir juegos como la ruleta, máquinas tragaperras, etc. Los estudios de prevalencia ponen de manifiesto que los jugadores problemáticos tienen más probabilidades de ser jugadores de máquinas de juegos electrónicos. Otros estudios con adolescentes también han encontrado resultados similares informando de que el principal tipo de problema de juego entre los adolescentes está relacionado con las máquinas de juegos electrónicos.⁶⁰

Por lo general, en Europa, las loterías son el tipo de juego más utilizado por la mayoría de los jugadores, sobre todo por los que no presentan problemas con el juego. Aunque es cierto que, gracias a la expansión del sector y al avance de las nuevas tecnologías, los juegos de azar *online* están ganando cada vez más adeptos, que incluyen juegos como la ruleta, máquinas tragaperras, apuestas deportivas, bingo. En realidad, más que un cambio significativo en la tipología de juegos utilizados, lo que se está advirtiendo es un traslado progresivo de parte de la actividad que se venía haciendo de forma presencial en las salas de juego y los centros de ocio a las pantallas de los ordenadores, las tablets y los móviles. El anonimato, la facilidad de acceso y la rapidez, son algunos de los factores que empujan a los jugadores más jóvenes hacia este tipo de práctica del juego y de las apuestas.

Tabla 7. Popularidad de los juegos en los principales países de Europa

País	Juegos más populares
Alemania	Loterías y Máquinas de juego
España	Máquinas de juego
Francia	Loterías y Casinos
Gran Bretaña	Apuestas y Loterías
Italia	Loterías y Apuestas

Fuente: Griffiths (2010)⁶⁰

Prevalencia en España

Las conclusiones obtenidas de los estudios realizados en España no son disonantes respecto a las de del resto de países de su entorno. Según Echeburúa et al. (2014) la tasa de prevalencia de juego problemático, tanto en personas con problemas como patológicas, se sitúa entre el 2% y 3% de la población adulta.

Los principales estudios realizados para España se han realizado a nivel regional. De esta manera, se han encontrado tasas de prevalencia de juego patológico entre el 0,6% y el 5%. La Tabla 8 muestra los principales estudios que se han realizado en España acerca de la prevalencia del juego problemático en distintas ciudades y Comunidades Autónomas.

Se puede comprobar que salvo en casos especiales como Huelva o Madrid, que marcaron unas tasas de juego patológico de 4,9% y 4,5%, respectivamente, las tasas de prevalencia para jugadores patológicos evaluadas se sitúan en el entorno del 0,5-3,5%. Como es lógico, las tasas correspondientes a jugadores que no llegan a un nivel patológico pero que, aun

así, presentan algunos problemas con el juego, suelen ser mayores en gran parte de los territorios.

De los estudios reflejados en la Tabla 8, cabe destacar que la población de jóvenes a los cuales se aplicaba los instrumentos de DMS y SOGS, eran poblaciones muy jóvenes, tal como se refleja en el estudio de Galicia (Becoña); el rango de edad de los encuestados se encontraba entre 11 a 16 años. El estudio realizado en Madrid corresponde a una población de estudiantes universitarios comprendidos entre 17 y 35 años, lo cual denota que, al ampliar el rango de edad, se incrementan las tasas de prevalencia del juego patológico en la población juvenil.

Tabla 8. Tasas de prevalencia en población joven en algunas ciudades y CCAA de España

Lugar	Estudio	Instrumento	Prevalencia jugadores patológicos	Prevalencia jugadores con problemas
Andalucía	Irurita (1996)	DSM-IV	1,70%	3,30%
Algeciras	Tejeiro (1998)	SOGS	1,91%	3,82%
Jaén	FAJER (1994)	DSM-IV	2,40%	N/A
Cádiz	FAJER (1994)	DSM-IV	2,10%	N/A
Sevilla	FAJER (1994)	DSM-IV	2,30%	N/A
Sevilla	Legarda, Babio y Abreu (1992)	SOGS	1,67%	5,18%
Huelva	Arbinaga (2000)	SOGS	4,90%	3,50%
Cataluña	Cayuela (1990)	SOGS	2,50%	2,50%
Madrid	Villoria (2003)	SOGS	4,50%	6,60%
Galicia	Becoña (1991, 1993)	DSM-III-R	1,73%	1,60%
La Coruña	Becoña (1991, 1993)	DSM-III-R	1,96%	1,22%
Santiago	Becoña (1991, 1993)	DSM-III-R	0,64%	0,90%
Lugo	Becoña (1991, 1993)	DSM-III-R	0,64%	0,90%
Orense	Becoña (1991, 1993)	DSM-III-R	0,64%	0,90%
Pontevedra	Becoña (1991, 1993)	DSM-III-R	0,64%	0,90%
Ferrol	Becoña (1991, 1993)	DSM-III-R	0,64%	0,90%
Vigo	Becoña (1991, 1993)	DSM-III-R	3,49%	3,25%
Galicia	Becoña (2004)	NODS	0,92%	0,18%

Fuente: Elaboración propia a partir de Bernal y Onofre (2015)⁶¹

Aunque España es uno de los países de Europa donde más estudios se han realizado al respecto, hasta hace pocos años apenas había datos a nivel nacional. Prácticamente toda la información que se tenía era de carácter regional o local. Desde la regulación de 2011, la nueva Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ) se encarga de llevar a cabo informes anuales detallados acerca de la prevalencia del juego problemático en España, estudios realizados a nivel nacional. En la DGOJ utilizan el sistema NODS como instrumento de medición a partir del cual tratan de determinar el grado de ludopatía que presenta cada persona.

Según este método de clasificación, el estudio realizado en el año 2015, estima que un 69,4% de los jugadores no tienen perfil de riesgo y un 24,3% no son considerados jugadores. El 6,3% restante corresponde a jugadores que pueden tener o han tenido algún tipo de problema relacionado con el juego, de los cuales, el 0,9% corresponde a jugadores patológicos.

Según el estudio sobre prevalencia, comportamiento y características de los usuarios de juegos de azar en España 2015, un 4,1% de los jugadores, a lo largo de su vida, han tenido periodos de alta *preocupación* por el juego, dedicando gran parte de su tiempo a jugar. También destacan los jugadores que juegan para *evadirse* de sus problemas personales de su vida

cotidiana que representan un 3,9%. La *recuperación compulsiva* del dinero que se ha perdido en el juego es el tercer factor con mayor representación (3,3%). Estas son las tres principales conductas, entre otras, que presentan los jugadores con patología o que padecen algún tipo de problema relacionado con el juego.

Según la edad del jugador, se estima que el grupo de jugadores patológicos está compuesto, principalmente, por hombres de entre 25 y 34 años o entre 55 y 64 años (Tabla 9). Por lo general, las personas jubiladas o en edad de prejubilación y jóvenes en torno a los 30 años, tienen mayores porcentajes de personas con algún tipo de patología. La mayor disponibilidad de tiempo de ocio actúa con toda probabilidad como factor de riesgo sobre los grupos de edad con menores tasas de empleo u ocupación.

Por otro lado, según el estado civil, las personas casadas o que están viviendo en pareja se encuentran principalmente en los grupos fuera de riesgo o que no juegan. A medida que los problemas del juego van creciendo, el porcentaje de solteros, divorciados o separados es mayor. Además, cuanto mayor es el problema, la diferencia entre el porcentaje de hombre y mujeres se hace mayor, llegando a alcanzar el 70-30% respectivamente, en perfiles patológicos. Como en otras adicciones y patologías, el matrimonio y la familia se revela como un factor de protección y de disminución del riesgo de patologías asociadas al juego.

Tabla 9. Prevalencia del Juego según sexo, edad y estado civil

	Persona jugadora sin riesgo	Persona jugadora en riesgo	persona jugadora con problema	persona jugadora patológica	persona no jugadora	Personas encuestadas
Hombre	48,2%	63,8%	71,6%	69,6%	40,2%	47,4%
Mujer	51,8%	36,2%	28,4%	30,4%	59,8%	52,6%
De 18 a 24 años	6,5%	8,2%	5,6%	4,5%	15,6%	8,8%
De 25 a 34 años	15,3%	20,8%	17,4%	26,5%	17,7%	16,2%
De 35 a 44 años	20,5%	21,2%	6,3%	19,7%	18,0%	19,8%
De 45 a 54 años	19,9%	16,4%	27,6%	4,9%	13,9%	18,2%
De 55 a 64 años	15,4%	13,8%	17,5%	29,5%	10,9%	14,4%
Más de 64 años	22,4%	19,5%	25,6%	14,8%	24,0%	22,6%
Edad Media	49,0	46,3	50,8	46,8	46,5	48,3
Soltero	23,3%	35,3%	33,2%	39,1%	35,8%	27,1%
Casado, vida en pareja	61,6%	46,1%	46,2%	31,7%	48,8%	57,4%
Separado						
Divorciado	7,4%	13,3%	10,3%	23,9%	6,5%	7,6%
Viudo	7,7%	5,3%	10,3%	5,4%	8,9%	7,9%

Fuente: Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ 2015)⁶² y elaboración propia.

En cuanto a los tipos de juego, el juego presencial (70%) sigue ganando la partida al juego *online*. Los juegos más “socialmente aceptados” como loterías, primitiva, etc. han conseguido que el juego presencial se mantenga fuerte frente al avance de las nuevas tecnologías y la nueva dinámica impuesta en los últimos años en torno al juego *online*. Prácticamente el 75% de las personas han realizado una apuesta presencial alguna vez en su vida. En cualquier caso, los datos dicen que los índices de ludopatía aumentan a medida que los jugadores juegan a una mayor cantidad de juegos. El 32% de los jugadores mixtos (juego presencial y *online*) son personas con patología.

Con respecto al juego *online*, menos del 10% de los jugadores reconoce haber jugado alguna vez a juegos *online*, aunque el 74% de ellos lo han hecho en el último año. Los juegos como el póker *online*, las apuestas deportivas, bingo *online* y casino *online* (ruletas, blackjack, etc.), tienen una mayor incidencia en las personas con patologías relacionadas con el juego.

En general, los jugadores que tienen algún problema con el juego son capaces de reconocer que lo tienen. Casi el 80% de los jugadores patológicos así lo admite. Entre los juegos con los que han tenido algún problema destacan, sobre todo, las máquinas tragaperras, seguidos del bingo y, en menor medida, juegos de cartas y de casino.

Tabla 10. Juegos de azar con el que han tenido algún problema

	Persona jugadora sin riesgo	Persona jugadora en riesgo	Persona jugadora con problema	persona jugadora patológica	personas que han jugado juegos de azar
Máquinas tragaperras	56,1%	56,9%	65,1%	53,7%	57,7%
Bingo	26,9%	25,2%	32,6%	27,4%	28,4%
Juegos de cartas (mus, tute, póquer, etc.) apostando dinero	32,7%		6,2%	15,3%	13,8%
Juegos de casino			2,1%	17,0%	7,4%
Loterías primitivas (Euromillones, Primitiva, Gordo de la Primitiva, Bonoloto)	1,7%	4,0%	6,4%	6,3%	5,2%
Apuestas deportivas <i>online</i>		3,6%	10,3%	4,6%	5,2%
Póquer <i>online</i>		10,3%	5,1%	5,3%	5,0%
Juegos en casas o salas de apuestas	4,8%		6,3%	5,1%	4,7%
Quiniela de fútbol y/o Quinigol				6,4%	2,6%
Concursos (televisión, radio, revistas o prensa)			3,1%	2,3%	1,8%
Lotería nacional			6,3%		1,7%
Lotería instantánea de la ONCE (rascas)		4,0%		2,3%	1,5%
Cupón de la ONCE				3,6%	1,5%
Apuestas hípicas				2,0%	80,0%
juegos <i>online</i> / por internet				1,0%	40,0%
Prefiero no contestar	7,1%				1,3%

Fuente: Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ 2015)⁶² y elaboración propia.

Por lo general, la familia no suele advertir al jugador de que tiene un problema con el juego. Las familias que avisan de alguna forma a los jugadores con problema se quedan en un 33,1% del total. Los jugadores con patología son advertidos por las familias en un 55,6%. Por lo tanto, se observa una clara falta de comunicación con el entorno más cercano. Además, cuanto mayor es el nivel de patología, mayor es la probabilidad de que el jugador haya tenido alguien de su entorno con problemas de juego también. El 50,3% de jugadores con patología han tenido algún familiar o amigo con problemas. Y si es cierto que la familia es un protector frente a la adicción al juego, también lo es que, en muchos casos de jugadores problemáticos o patológicos, con frecuencia forma parte del problema y/o actúa como en-cubridora del mismo.

En cuanto a la frecuencia con la que juegan, en torno al 50% de los jugadores con patología tienden a planificar sus actividades de juego. De manera que estudian cómo, cuándo y cuánto van a jugar. Así, sus actividades cotidianas quedan supeditas a la organización de sus actividades de juego. Esta situación apenas se da en jugadores con un perfil fuera de riesgo (4,9%).

Por otro lado, uno de principales problemas que caracterizan a los jugadores con problemas o con patología es que comienzan a perder el autocontrol, les cuesta parar de jugar cuando se lo proponen. De manera que los perfiles en riesgo son capaces de parar en un 85%, pero de los perfiles con patología, apenas el 40% es capaz de dejar de jugar cuando se lo propone. Es esta imposibilidad percibida de para dejar el juego una de las señales más claras de la existencia de una patología adictiva.

Como cabe esperar, las personas con mayor nivel de problema o adicción tienden a dedicar más horas a jugar que los personas fuera de riesgo, de los cuales el 88,6% no supera la hora de juego semanal. En personas con problemas o patología, el 34,5% y el 28,9% respectivamente, no superan la hora de juego. El 34,8% de los jugadores con patología dedican entre 1 y 3 horas y en torno al 23% de los jugadores patológicos dedican entre 4 y 10 horas. Aproximadamente, el 10% de los jugadores con patología pueden llegar a dedicarle más de 11 horas al juego, superando las 20 horas un 2,4%.

Tabla 11. Horas semanales dedicadas al juego

	Persona jugadora sin riesgo	Persona jugadora en riesgo	Persona jugadora con problema	persona jugadora patológica
Menos de 1 hora	88,6%	65,8%	34,5%	28,9%
Entre 1 y 3 horas	7,8%	26,1%	35,7%	34,8%
Entre 4 y 5 horas	0,9%	5,7%	26,3%	16,3%
Entre 6 y 10 horas	0,5%	1,3%	1,5%	6,6%
Entre 11 y 20 horas	0,6%	0,3%	1,5%	7,5%
Más de 20 horas	0,6%	0,1%	0,6%	2,4%
No sé	1,0%	0,6%		3,6%
Prefiero no contestar	0,1%			

Fuente: Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ 2015)⁶² y elaboración propia.

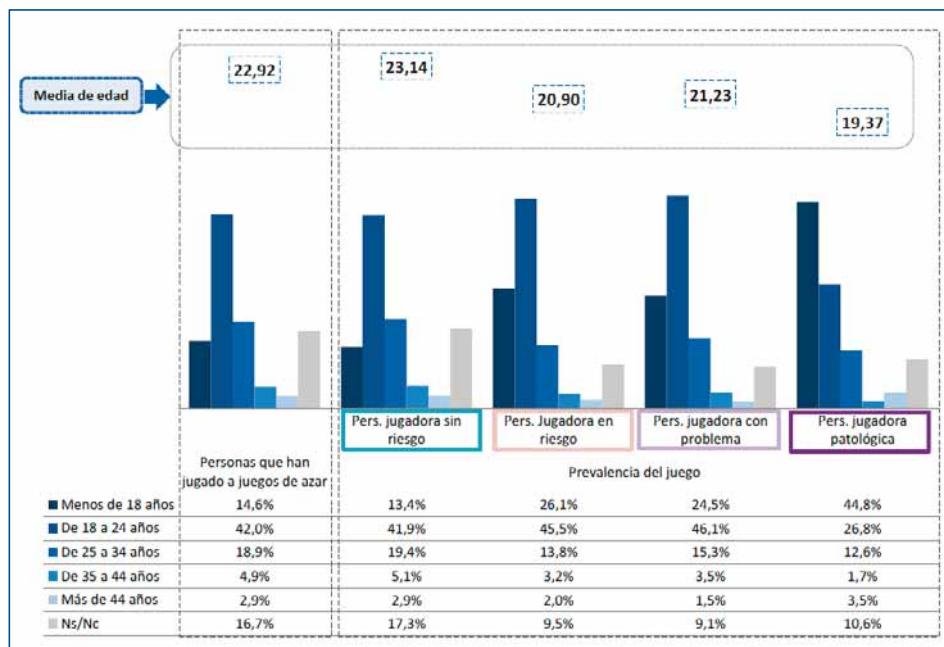
Otro aspecto importante a tener en cuenta desde un enfoque preventivo de salud pública es la edad de iniciación al juego de las personas. En general, las personas jugadoras comienzan a jugar antes de los 25 años de media. La mayoría se inicia a partir de los 18, una vez han cumplido la mayoría de edad, aunque llama la atención el porcentaje relativamente alto de jugadores que se iniciaron siendo menores de edad (como hemos mencionado en los estudios realizados en diferentes localidades de España). Destacan, concretamente, los jugadores con patología que se iniciaron antes de los 18 años en un 44,8% de los casos. Muy pocas personas se inician en el juego pasados los 35 años, rondando el 5% en jugadores en riesgo, con problema o patológicos.

Los jugadores considerados fuera de riesgo o poco riesgo tienden a iniciarse con juegos más conocidos y con mayor aceptación social como la Lotería Nacional, las Loterías Primitivas o la Quiniela de fútbol. En cambio, los jugadores con algún problema o patología optan más por las máquinas tragaperras.

Dentro del juego *online*, los principales juegos con los que se inician los jugadores son el póker *online* y las apuestas por internet (deportivas, hípcas u otras). El bingo *online* tiene una alta incidencia en el grupo de jugadores patológicos comparado con los otros perfiles.

En general, los jugadores prefieren jugar de manera individual, sobre todo en casos con perfil patológico (60,7%). En casos de jugadores con menor riesgo, el 30% aproximadamente suelen jugar habitualmente acompañados de otras personas. Aunque este porcentaje se reduce a medida que aumentan los problemas con el juego. En cualquier caso, los jugadores “solitarios” siempre se encuentran por encima del 50%, independientemente del perfil que presenten.

Gráfico 3. Edad en la que se iniciaron en el juego



Fuente: Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ 2015)⁶².

En cuanto a las razones para jugar, la principal motivación que las personas encuentran para jugar es ganar dinero, o eso afirman más del 80% de las personas jugadoras. Secundariamente, también juegan por considerar el juego como una costumbre o tradición, así como una actividad para divertirse. Al contrario que los jugadores, las personas no jugadoras no juegan porque no les gusta o no lo consideran una actividad atractiva. Cerca del 30% de las personas que no juegan creen que es una pérdida de dinero y de tiempo.

Las personas consideran, mayoritariamente, que cualquiera tiene derecho a jugar cuando lo desee, aunque en torno al 50% afirman que el juego es un vicio o enfermedad y a largo plazo puede ser un problema grave. Si bien es cierto que cuanto mayor es la problemática con el juego, las personas le atribuyen un mayor grado de peligrosidad. Sin embargo, las que realmente son conscientes de los peligros y efectos negativos del juego son las personas no jugadoras. En general, los juegos que consideran que tienen una mayor capacidad para generar conductas adictivas son las máquinas tragaperras, el bingo y los juegos de casino, lo que evidencia un buen nivel de información en la población no jugadora y señala este conocimiento como una clara línea de prevención.

La prevalencia del juego no es demasiado elevada si la comparamos con otras adicciones. Como ya hemos visto, las tasas de prevalencia de los países estudiados se mueven, salvo en algunos casos, entre el 0,5% y el 3%. Las tasas de prevalencia de consumo de tabaco, alcohol y drogas ilegales son bastante más elevadas, según recoge la encuesta sobre uso de drogas en enseñanzas secundarias en España (ESTUDES), realizada por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad en 2016, en (MSSSI).⁶³ La prevalencia en jóvenes entre 14 y 18 años, que alguna vez han consumido alcohol asciende a 78,9% y la de los que han consumido alcohol en los últimos 30 días representa el 68,2% de los estudiantes encuestados. Las cifras de prevalencia en el consumo de tabaco alguna vez en la vida y en los últimos 30 días, reflejaron un 38,4% y 25,9% respectivamente. Las dos principales drogas ilegales utilizadas por los jóve-

nes entre 14 y 18 años fueron el cannabis con una prevalencia de 29,1% de consumo al menos una vez en su vida y del 18,6% en los últimos 30 días. Le sigue el consumo de cocaína, que arrojó una prevalencia de 3,5% de consumo alguna vez en su vida y del 1,8% en el último mes.

Tal comparación no quiere decir que no haya un problema, sino que su hasta ahora relativamente baja incidencia ha sido también responsable de que la sociedad haya tardado tiempo en tomar conciencia del mismo, ya que los juegos de azar, como forma de ocio y entretenimiento, siempre han sido una opción para muchas personas y han sido vistos con cierta normalidad. Por esto, tanto en España como en el resto del mundo, los organismos e instituciones regulatorias deben poner todos sus esfuerzos en proteger a la población, ofreciendo cada vez más instrumentos de prevención e información al alcance de todos, en especial de los más jóvenes que resultan más vulnerables, influenciables y con mayores tendencias a recurrir a los juegos *online* y al uso y abuso de nuevas tecnologías.

En cualquier caso, se hace necesaria una mayor cooperación por parte de los investigadores con el objetivo de establecer metodologías comunes que permitan analizar y comparar los datos entre los diferentes países. Es cierto, que la realización de estos estudios puede presentar un sesgo, dado que la mayoría de las encuestas de los organismos del estado están dirigidas a la población con mayoría de edad, y visto que los juegos de azar están legalizados para la población adulta en general, es posible que los resultados de muchos estudios subestimen la participación de los más jóvenes, menores de edad que teóricamente no acceden a espacios vetados sea de modo presencial u *online*.

Adicionalmente, es importante recordar, que, si bien es importante realizar una comparación con las tasas de prevalencia del consumo de alcohol, tabaco y drogas ilegales en los jóvenes, para tener una referencia y magnitud de la situación, la práctica del juego de azar y más en términos problemáticos o patológicos, es un problema muchas veces silencioso, al no existir presencia de una sustancia o reacción física inmediata que permita detectar la presencia del mismo.

6

Factores que pueden llevar a los jóvenes y adolescentes a ser víctimas del juego; aspectos sociales y biopsicológicos de riesgo

En la última década, las investigaciones en el área del juego en los jóvenes han llevado a una mejor comprensión de los factores de riesgo, las trayectorias y los problemas asociados con este comportamiento. Al mismo tiempo, los gobiernos han empezado a reconocer la importancia de los juegos de azar y su impacto en los jóvenes y se han ofrecido a apoyar programas de investigación y tratamiento. Sin embargo, la salud pública y la prevención en el ámbito del juego en los jóvenes sólo recientemente ha llamado la atención de los investigadores y profesionales de la salud. Los primeros trabajos de Korn y Shaffer (1999)⁹ sentaron las bases para un enfoque de salud pública para los juegos de azar.

Para prevenir con eficacia algo, es necesario conocer que lo causa. Por ello, hemos incorporado en este capítulo una revisión de los factores sociales, que están en la etiología del juego problemático y patológico. Muchos de estos trabajos son muy recientes y abren interesantes líneas de trabajo que deberán irse consolidando con el refuerzo y contraste de investigaciones posteriores.

Basados en un estudio publicado en 2012⁶⁴, que incluye una revisión sistemática y análisis de los estudios y evidencia disponible hasta la fecha, sobre documentos, artículos e investigaciones y del juego, sus causas y estrategias implementadas para su prevención, describiremos los factores que pueden ocasionar el juego problemático y el juego patológico que conocemos como ludopatía. A partir de este punto, podremos analizar las posibles causas que llevan a los jóvenes a recurrir al juego de forma compulsivo, y más adelante, en el capítulo 9, podremos revisar las estrategias y mejores prácticas para prevenir el juego problemático y patológico.

El referido estudio, que recopila más de 550 trabajos disponibles, define el marco etiológico del juego problemático, abarcando tres factores fundamentales:

- Factores de riesgos indirectos: biológicos y del entorno.
- Factores de riesgos directos.

Factores de riesgos biológicos indirectos

Los factores indirectos de riesgo son aquellos que crean vulnerabilidades y tendencias que predisponen a las personas a problemas de juego cuando más tarde se combinan con factores

“directos”. La herencia genética crea predisposiciones biológicas que aumentan o disminuyen la probabilidad de una persona de participar en juegos de apuestas y/o desarrollar una patología respecto al juego.

Algunos estudios indican que el 40-50% de la predisposición para desarrollar o no el juego patológico, puede ser pronosticado por factores genéticos. Aunque esta cifra puede parecer alta, es muy consistente con las estimaciones de heredabilidad de la dependencia de sustancias, que oscila entre el 30% y el 70% dependiendo de la sustancia, así como las estimaciones de heredabilidad de los principales trastornos psiquiátricos, que oscila entre el 30% y el 98%. Aunque puede haber alguna vulnerabilidad genética específica del juego, lo que las personas suelen heredar es una vulnerabilidad genética compartida para varias condiciones, lo que explica el alto grado de comorbilidad del juego problemático con el uso y abuso de sustancias, con la delincuencia y/o personalidad antisocial y con trastornos en el estado de ánimo.

Esta herencia genética parece expresarse neurológicamente por medio del funcionamiento diferencial del ventrículo estriado/mesolímbico (vía “recompensa”), así como las regiones ventromediales y dorsolaterales de la corteza prefrontal (implicadas, entre otras, en las funciones ejecutivas y de inhibición). Una de las manifestaciones conductuales, es la disminución general de la sensibilidad a la recompensa. Esto, a su vez, probablemente explica la elevada concordancia del trastorno de déficit de atención, así como una mayor propensión a tomar riesgos y a la búsqueda de sensaciones. Otra manifestación, es la preferencia a las recompensas inmediatas.

No obstante, creemos prudente prevenir frente a los determinismos biológicos que confrontan lo genético frente a lo ambiental, asignando incluso cuotas matemáticas a cada una de las partes. El organismo no está nunca libre ni de sus genes (son su origen), ni de su medio ambiente (lo necesita para su desarrollo), y el comportamiento, como el resto del fenotipo, es un reflejo de su desarrollo basado en sus genes, en un medio ambiente particular. Tanto el genotipo como el ambiente son necesarios, imprescindibles, y ninguno de ellos es suficiente para el desarrollo del fenotipo. “El comportamiento de un ser humano, y su evolución en el curso de la historia de su vida, no están escritos en sus genes. Son el resultado, original, único, por partida doble, de un genoma único y de una historia individual única”⁶⁵

Lo que llamamos “heredabilidad” en los estudios de genética del comportamiento humano es un concepto estadístico, que no debe confundirse con el concepto de herencia genética. La heredabilidad es algo mudable y es un concepto de grupo. “En un grupo poblacional podemos averiguar qué proporción de la variación observada, fenotípica, puede ser atribuida a diferencias entre los genotipos de la gente, o a diferencias ambientales. Esto es lo que llamamos heredabilidad”. El hombre se enfrenta constantemente a una enorme variedad de posibilidades, puede elegir entre un inmenso abanico de comportamientos alternativos. Su biología lo es para plasticidad y versatilidad⁶⁵. Acaso podemos recordar aquí una clásica cita de Schopenhauer que apuntaba a que el destino (biología, condiciones sociales...) es el que baraja las cartas, pero nosotros somos los que (libremente) las jugamos.

Factores de riesgo indirectos del entorno

Así pues, las propensiones biológicas mencionadas anteriormente, son afectadas por las experiencias del entorno (principalmente por los factores sociales), las cuales pueden incrementar o disminuir el riesgo. Los factores de riesgo del entorno indirectos pueden incluir: tener una crianza negligente o abusiva, modelaje o participación de los padres en los juegos de azar, participación de amigos, parejas y grupos sociales en juegos de azar, menores ingresos, bajo nivel educativo, falta de apoyo social o familiar, aceptación social

del juego, oportunidades de juego disponibles, juegos de azar pocos seguros o sistemas de apoyo deficientes.

Hay, sin duda, una serie de variables o sucesos que se repiten con mucha frecuencia en los relatos de los jugadores patológicos y que quizá, por su enorme generalización en la vida de todas las personas, debemos entender más como ocasión que como causa. Tales serían las carencias afectivas sobrevenidas, derivadas de una pérdida personal, como un divorcio o la muerte de un padre o madre, la pérdida del trabajo (más común como precipitante de ludopatía en los varones), la crisis de “nido vacío”, cuando los hijos mayores abandonan el hogar familiar, o el vacío existencial provocado por el fallecimiento de un padre, madre o familiar enfermo al que se ha cuidado durante tiempo (estas últimas son más frecuentes entre las mujeres)¹³.

De manera más amplia, podemos considerar que cualquier situación de pérdida puede suponer un elemento desestructurador del individuo que le debilita frente a cualquier enfermedad, y la ludopatía lo es. La viudedad, la jubilación, los cambios de pareja, las pérdidas físicas (vista, oído, etc.) que provocan inseguridad o aislamiento, los quebrantos económicos o cualquier miedo o ansiedad asociado a cambios físicos, enfermedad o muerte, acarrearán un malestar psíquico que puede derivar en patologías psicológicas¹⁴. El propio Freud señala que “Otro placer, un placer directo, no puede ganarse con la cesación del dolor. El dolor es también imperativo; puede ser vencido exclusivamente por la acción de una droga o la influencia de una distracción psíquica⁶⁷”. Desde tal perspectiva, el juego puede desempeñar un papel analgésico y lúdico al mismo tiempo.

Factores directos

La participación continua en el juego está influenciada por los factores de riesgo indirectos mencionados anteriormente, así como varios factores de riesgo más directos que tienen una influencia más inmediata sobre la probabilidad de convertirse en un jugador problemático. Muchos factores de riesgo directos constituyen el ámbito “psicológico” en el modelo biopsicosocial (en el marco actual está implícita la creencia de que la psicología de una persona es principalmente derivada de la combinación de la dotación biológica y de la experiencia vital). Una de estas preocupaciones es si la persona tiene percepciones erróneas o simplemente falta de información o conocimiento sobre el juego.

Estas cogniciones erróneas incluyen la falta de comprensión de que la mayoría de los resultados de juego son aleatorios e independientes de los resultados pasados, que casi todas las formas de juego tienen retornos esperados negativos (es decir, las probabilidades son sesgadas en contra del jugador y no es posible ganar dinero a largo plazo), y que para la mayoría de estos juegos no hay sistemas o estrategias de comportamiento que puedan influir en estos resultados aleatorios o que permitan soslayar la “expectativa matemática negativa”.

Un segundo factor de riesgo directo se refiere a si el juego sirve a una necesidad psicológica para el individuo, como proporcionar una descarga de ansiedad, facilitar una fuga temporal de otras preocupaciones o proporcionar una forma muy placentera (y necesaria) de excitación. Alternativa o complementariamente, puede ocurrir, que ser identificado como un “jugador” y/o tener dinero sea un objetivo o medida particularmente importante de éxito para la persona.

Un tercer factor de riesgo directo se refiere a la magnitud de la recompensa y al “ganar” de forma temprana en el juego. Tener una “victoria grande al iniciar en el juego” parece ser un determinante importante de la continuación del juego, al igual que la participación en formas

¹³ Mercedes Bazo, Ludopatía en clave de género, en “Cuando el juego no es juego ¿es una adicción?”⁶⁶

¹⁴ Miriam Estaño, Ludopatía y tercera edad; en “Cuando el juego no es juego ¿es una adicción?”⁶⁶

“continuas” de juego que puede proporcionar una alta frecuencia de refuerzo en un corto periodo de tiempo (es decir, máquinas de juego electrónico, mesa de casino juegos, loterías “continuas”).

Una vez que el juego se realiza regularmente, el condicionamiento operante clásico comienza a aumentar la frecuencia y la fuerza del comportamiento, así como los procesos fisiológicos subyacentes, lo que hace progresivamente más difícil resistir voluntariamente a jugar. A nivel psicológico, la persona empieza a preocuparse por los juegos de azar y las oportunidades de jugar. A nivel conductual, la persona comienza a participar en prácticas de juego arriesgadas, tales como jugar más a menudo y por más tiempo de lo previsto, gastando por encima de los límites de gastos planeados y tratando de recuperar las pérdidas (persiguiendo pérdidas). La preocupación y las prácticas de juego arriesgadas constituyen los factores de riesgo más directos para el juego problemático.

Dado que la edad de inicio en el juego patológico se suele producir en edades tempranas y de forma mayoritaria en varones, ambas características se podrían presentar como factores de riesgo. La facilidad de acceso a internet, con todo tipo de dispositivos técnicos en manos de adolescentes o jóvenes, en fases de desarrollo de la personalidad caracterizadas por la curiosidad o la búsqueda de experiencias y de riesgo y, todo ello, con casi absoluto anonimato en su actuación, son ya coordinadas de cierta desprotección frente al riesgo. Todas estas circunstancias, unas u otras, aisladas o combinadas, puede constituir un terreno abonado para el juego si la dotación emocional y cognitiva del adolescente o joven no tiene las defensas adecuadas.

Aunque la investigación sobre el juego patológico es relativamente reciente, existe ya una amplia literatura en torno a las características o los factores psicológicos de las personas que padecen o pueden padecer algún trastorno ligado al juego. Según algunos estudios, los patrones cognitivos, conductuales y emocionales de los jugadores son relativamente parecidos en casi todos los juegos, incluido el juego *online*. La inestabilidad emocional, los problemas somáticos, la preocupación excesiva, la baja autoestima, el pesimismo, la sensación de desesperanza suelen estar presentes en los perfiles de los jugadores, tanto presenciales como *online*⁶⁶. Dicho de otro modo, un mayor equilibrio emocional, soporte afectivo familiar, una adecuada formación e información, autoestima, confianza y seguridad actúan como protectores frente al riesgo de adicción al juego. Otros estudios ponen de relieve la frecuente asociación entre los trastornos del juego y el consumo de alcohol, tabaco y otras sustancias adictivas.

Factores motivadores del juego en los jóvenes

Dadas las consecuencias psicológicas, sociales y económicas negativas de los problemas del juego de azar, es esencial identificar los factores que contribuyen al comportamiento del juego problemático entre los jóvenes. ¿Qué atrae a los jóvenes a las actividades de juego y por qué algunos desarrollan problemas cuando otros no lo hacen?, el Modelo de Comportamiento de Riesgo de Adolescentes de Jessor (1998)⁶⁸, conjetura que los comportamientos de alto riesgo son determinados por una interacción entre instigadores psicosociales (es decir, factores de riesgo) y controles (es decir, factores protectores) que pueden conducir a resultados que comprometen la salud o la vida. Estos factores de riesgo y de protección interactúan en diversos aspectos: biológicos, entorno social, ambiente percibido, personalidad y comportamiento.

Dentro de la literatura sobre juegos de azar, la discusión de los determinantes específicos del comportamiento de juego de los jóvenes se ha centrado en gran medida en los factores sociales y las características ambientales. Algunos estudios atribuyen la accesibilidad, la disponibilidad y la aceptación como factores que explican las altas tasas de prevalencia del juego con problemas juveniles. Así mismo, proponen que la multiplicidad de lugares de juego,

las regulaciones laxas en cuanto a la prueba de edad para jugar, la publicidad que fomenta el juego y minimiza sus posibles efectos nocivos y las actitudes de los adultos que minimizan los peligros del juego juvenil son determinantes específicos que probablemente promueven y facilitan el juego entre los jóvenes⁶⁹. En general, los adultos tienden a ser complaciente con el juego de los jóvenes, en particular la compra de boletos de lotería, que ven como una actividad inofensiva⁷⁰. Del mismo modo, las políticas públicas y la legislación reguladora pueden fomentar un entorno donde las actividades de juego son socialmente aceptadas, alentadas y a veces activamente promovidas⁷¹.

Al analizar los factores directos del comportamiento de juego patológico debemos diferenciar los determinantes psicológicos, independientes de su conciencia de causa por parte del sujeto, de aquellos otros que llamamos motivadores y que el jugador conoce o cree que constituyen el motivo o razón fundamental por la que juega. Buen ejemplo de esta clara diferencia lo tenemos en una encuesta realizada por A. Wykes, en 1963¹⁹, a un grupo de 128 jugadores contumaces (habituales y no esporádicos) en la que planteaba a los jugadores ocho posibles motivaciones por las que juega cada uno. Son las siguientes:

1. Codicia, adquisición de dinero fácil y rápido.
2. Distinción social, presunción o esnobismo.
3. Compensación sexual.
4. Masoquismo.
5. Aburrimiento; refugio para una mente vacía.
6. Ejercicio intelectual.
7. Deseo de probar la propia superioridad.
8. Excitación inexplicable.

Las razones 3 y 4 fueron plenamente rechazadas por todos los jugadores como motivo; la 1 y la 2 eran mayoritariamente atribuidas a otros jugadores, que no a ellos mismos; pocos marcaron la 5 y la 7 como razón para jugar. La inmensa mayoría señalaron la 6 y la 8 como las fuerzas fundamentales que impulsaban su deseo vehemente de jugar y que podríamos resumir como “ejercicio intelectual que reporta una excitación inexplicable”. Quizá el mayor obstáculo para corregir un comportamiento o remediar una patología radica en la falta de conciencia de que exista tal patología. La necesidad de reducir la disonancia entre su dependencia y su necesaria autoestima lleva a menudo al jugador a seleccionar los motivos más “presentables”, eludiendo o negando todos los demás.

Un estudio realizado a un grupo de estudiantes universitarios⁷², categorizó 16 motivos por los cuales participaban en juegos de azar, producto de 762 razones, que abiertamente respondieron los estudiantes. Los resultados revelaron que la mayoría de los estudiantes universitarios juegan para ganar dinero, por diversión, por razones sociales, por la emoción o simplemente para tener algo que hacer (por ocupar largos períodos de ocio).

Dinero: Jugar para ganar para obtener dinero (ideas de hacer dinero fácil, hacerse “ricos”, etc.).

Diversión: Jugar para entretenerse, por diversión.

Emoción: Adrenalina, excitación, emoción.

Razones sociales: Jugar para sociabilizar con amigos o familiares, para conocer nuevas personas, estar con amigos, interactuar.

Ocupar el tiempo: Tener algo que hacer, mitigar el aburrimiento, mucho tiempo de ocio sin hacer nada productivo.

Ganar: Jugar para experimentar la sensación de ganar.

Competir: Jugar para competir con otros, apostar contra alguien, competir con amigos.

Aprobación: Jugar porque otros están jugando, por seguir la corriente, por presión del entorno y los amigos a jugar.

Riesgo: Jugar para sentir que se está haciendo algo riesgoso o experimentar incertidumbre.

Habilidades: Jugar para desarrollar habilidades, mostrar a destrezas a otros, practicar estrategias.

Interés: Jugar porque encuentra interesante el juego de azar.

Escape: Jugar evadir responsabilidades, como escape ante los problemas y depresión, etc.

Desafío: Jugar para experimentar un reto.

Alcohol: Jugar por motivación al alcohol, beber gratis, algo que hacer mientras se bebe.

Suerte: Jugar para probar cuanta suerte se tiene, o porque se siente con suerte.

Recuperar pérdidas: Jugar para recuperar lo perdido previamente, para pagar deudas de apuestas.

7

Entrevistas grupales. Entrando al mundo del juego de azar en los jóvenes. Conociendo a jóvenes exjugadores

Metodología

Como parte del estudio de investigación sobre la visión global de la ludopatía en los jóvenes españoles, hemos realizado dos grupos de entrevistas para explorar el sentir, pensar y vivir de exjugadores rehabilitados o en proceso de rehabilitación y de familiares que se han visto afectados por esta problemática del juego.

A través de la colaboración de la Federación de Jugadores de Azar Rehabilitados (FEJAR) y de la Asociación para la Prevención y Ayuda al Ludópata (APAL), hemos podido mantener sendas reuniones en grupo con 5 exjugadores rehabilitados, de entre 18 y 50 años (o que han iniciado el juego de azar a edades muy tempranas) y con familiares de exjugadores para conocer sus experiencias en un espacio de interacción que nos ha permitido tener una visión más cercana de las razones por las cuales acudieron al juego de azar, como iniciaron este camino y cuál ha sido su proceso de recuperación y superación frente a una problemática tan compleja.

El objetivo principal de las entrevistas ha sido disponer de una perspectiva psicosocial paralela a la de la clínica, ayudando a recopilar información cualitativa que estimamos puede ser de gran ayuda en la prevención de muchos jóvenes que podrían estar en riesgo de situaciones similares. Es sabido que el juego, como otras adicciones, es con frecuencia un tema tabú entre los propios, familiares y amigos, miembros del círculo más próximo al jugador. Estos diálogos compartidos nos han permitido obtener una gran riqueza de testimonios. Creemos que su lectura resulta bastante instructiva respecto a la vivencia del juego por sus propios protagonistas.

Con objeto de no interferir otras intervenciones hemos considerado adecuado que las personas participantes llevaran al menos 1 año de tratamiento de rehabilitación o períodos superiores de abstinencia. Asimismo, la participación de los familiares ha sido crucial en esta recopilación de experiencias, aflorando como una pieza clave en los impactos microsociales que acarrearán estas patologías, sin menospreciar el impacto emocional y económico que dejan a su paso.

Realizamos dos sesiones separadas; una primera con los exjugadores rehabilitados y otra, posteriormente, con familiares de personas afectadas por el juego patológico. Los miembros del grupo de familiares, no necesariamente se corresponden con los participantes en el gru-

po de estudio de exjugadores, para enriquecer y ampliar aún más la diversidad de visiones y experiencias. Las reuniones con los exjugadores se basaron en 4 temas (Figura 8), formuladas con un planteamiento abierto que permitieran el debate y participación de todos.

Perfil de los exjugadores

Figura 8. Perfiles de los exjugadores del grupo de discusión



Fuente: Elaboración propia.

Breve descripción de los exjugadores

Exjugador 1, 32 años. Tiene 2 años de alta de la rehabilitación. A los 18 años se inició en las **máquinas tragaperras** de los bares, principalmente por motivación económica.

Exjugador 2, 39 años. Lleva 1 año en rehabilitación. A los 14 años aproximadamente, se inicia jugando a las **cartas apostando cromos o chapas**. A los 18 años comienza a apostar frecuentemente en las **máquinas tragaperras** de los bares.

Exjugador 3, 35 años. Lleva 4 años de abstinencia. Siempre le ha gustado el juego. El problema aparece, con 26 años, cuando comienza a participar en **apuestas deportivas** en salones de juego y *online*.

Exjugador 4, 31 años. Lleva 2 años de abstinencia. Empieza a los 18 años aproximadamente. Su juego principal son las **máquinas tragaperras**.

Exjugador 5, 50 años. Tiene 1 año en rehabilitación, luego de una recaída. Se inicia en su juventud apostando al póker. Con 48-49 años aproximadamente, el problema reaparece con las **apuestas deportivas**.

Resultados grupo de exjugadores

A continuación, presentamos los principales comentarios y reflexiones recopilados en la reunión con los 5 exjugadores rehabilitados, basados en los temas principales en los cuales se estructuró la reunión (Figura 9). Las frases entre comillas corresponden a afirmaciones o comentarios de los exjugadores participantes. Las que no lo están son comentarios redactados por el monitor o el observador del grupo.

Figura 9. Planteamiento de temas grupos de exjugadores



Fuente: Elaboración propia.

Fase de Inicio

Preguntas introductorias: ¿Cómo se inició todo el problema del juego en sus vidas?, ¿a qué edad comenzaron a realizar juegos de azar?, ¿cuál fue el juego con el que iniciaron las apuestas?, ¿cuál era el entorno y motivaciones para jugar?

1. “A los 18 empecé a apostar a las máquinas tragaperras de los bares. Un amigo que trabajaba en hostelería tuvo gran influencia en mi inicio al juego. En hostelería estás muy cerca de las máquinas”.
2. “Apostar siempre le da una emoción extra a cualquier juego”. “Sentía la emoción de poder ganar dinero fácil y rápido”.
3. “Apostaba a los videojuegos con mi hermano”.
4. “Pasaba también muchas horas jugando a videojuegos”.
5. “Siempre me había gustado el juego”.
6. “Dedicaba en torno a 7-8 horas a apostar. No lo consideraba un tiempo excesivo”.
7. “El problema es cuando consigues un premio”.
8. “El momento en el que se gana el primer premio en la máquina tragaperras es clave para empezar a apostar con mayor frecuencia”.
9. “Creía que podía a llegar a vivir del juego. Me imaginaba una vida a través del juego que no es real”.
10. “En la televisión te “machacan” a diario con tanta publicidad de juego y a todas horas”.
11. En la adolescencia comienza a jugar a las cartas de manera “inocente” aunque fuera apostando cromos o chapas.
12. Desde joven tuvo tendencias adictivas con drogas, alcohol, el juego, sin embargo, consigue tener una relativa estabilidad, manteniendo un nivel bajo de apuestas, “dentro de lo socialmente aceptado”. Muchos años posteriores, sufre un descontrol total con las apuestas deportivas.
13. Piensa que su tendencia adictiva con respecto al juego es una enfermedad con la que nació.
14. Todos los participantes piensan que existe un exceso de publicidad, tanto de salas de juego como de juego *online*, además de la participación en estas promociones de deportistas de élites y figuras famosas.

Fase crítica

Preguntas introductorias: ¿Cuándo se transformó en un problema?, ¿cuándo tomaste consciencia de que era un problema?

1. “El problema empieza cuando consigues un premio”.
2. “El problema es tal que llegas incluso a robar para poder apostar más”.
3. “Comencé a distanciarme drásticamente de mi familia, de mi hijo, mi mujer, mentía constantemente”.
4. “Estaba hasta la madrugada en el bar. Tenemos un bar y una máquina tragaperras en él. Cerraba el local y seguía apostando”.
5. “Dejaba de comer, me lo gastaba todo en apuestas”.
6. “El *mono* de jugar me impedía razonar”.
7. “Comencé a aislarme totalmente. Quería estar solo, que nadie me molestara ni me criticara el jugar y apostar”.
8. “No me importaba nada más que jugar”.
9. “Llegué a robarle a mi madre para seguir apostando”.
10. “Empecé a gastar mucho dinero y mucho tiempo en las apuestas”.
11. “Dediqué muchas horas a las matemáticas para tratar de lograr una apuesta *segura*”.
12. “Empecé a considerarme un profesional del juego, un experto. Estudiaba todo el tiempo la forma de ganar”.
13. “Me evadía de los problemas a través del juego. Mi pareja en aquel entonces tenía problemas, yo le ayudaba en todo, pero ella no ponía de su parte para mejorar, así que empecé a jugar como un escape a mi realidad”.
14. “Pensé que podía dejar de jugar por mí mismo, a veces lo lograba, pero volvía a caer”.
15. “El principal problema es que, si ganas, sigues jugando porque crees que vas a seguir ganando. Si pierdes, sigues jugando para recuperar lo perdido”.
16. “Sólo recordaba las veces que ganaba, nunca las que perdía”.
17. “Empecé a presumir de *mis ganancias*, me consideraba un experto”.
18. “Me di cuenta de que con el juego no se gana”.
19. “No podía controlarme, “era todo o nada”.
20. “Es mejor apostar solo”.
21. “La ludopatía es invisible; no puedes detectar a simple vista a un jugador, pero si a un borracho o un yonki”.
22. Todos los participantes manifestaron que detectaban que tenía un problema, sin embargo, no quieren y/o no pueden dejar de jugar.
23. Todos los participantes manifestaron que prefieren jugar solos.
24. Reconocen que vivir solo te facilita el jugar más.
25. No consideran que jugar sea una actividad para sociabilizar.
26. Reconoce a sí mismo que tenía un problema, pero no lo cuenta a nadie hasta pasados varios años.

Fase de recuperación

Preguntas introductorias: ¿Cuándo comunicaste a alguien de la situación?, ¿cómo te sentiste?, ¿a quiénes comunicaste tu problema?, ¿cuándo acudiste a un centro de ayuda?, ¿cómo ha sido tu proceso de rehabilitación en cuanto a tu entorno familiar, laboral, amistades?

1. “El cambio tras reconocer la enfermedad a la familia e iniciar una terapia es increíble”.
2. “Sentía miedo de contar todo a mi familia, todas las mentiras, las deudas, el dinero perdido”.
3. “He mentido tanto en los últimos 10 años que me daba miedo contarlo todo”.
4. “Un día me sentí que no podía más, y decidí contarlo todo a mi madre”.

5. “El coste de la enfermedad es muy alto en términos económicos y familiares.
6. “El juego es perder. Es preciso contar todo a la familia, reconocer el problema es clave”.
7. “Decir la verdad te hace libre”.
8. “Entendí que el problema es para toda la vida”. “No puedo jugar absolutamente a nada para no tener una posible recaída”.
9. “Comprendí que con el juego de azar no se gana, al contrario, pierdes, y en nuestro caso lo puedes llegar a perder todo (separaciones, dinero, casa, trabajo, amigos, todo)”.
10. Cuando detecta que empieza a distanciarse de forma preocupante de sus familiares por culpa del juego decide dar el paso y contar su enfermedad a la familia.

Mensaje de prevención y reflexión a los jóvenes

Preguntas introductorias: ¿Qué mensajes darías a los jóvenes respecto al juego de azar?, ¿qué reflexiones tienes?, ¿consideras que existe el juego responsable?, ¿cuál sería el mensaje más importante que transmitirías a todos los jóvenes con riesgo a padecer esta enfermedad y a todos los jóvenes en general?, ¿quieres hacer algún comentario final, reflexión, compartir alguna inquietud adicional?

1. “Es imprescindible contar todo a la familia”.
2. “Es importante estar ocupado, con actividades que hacer para no tener tiempo para dedicarlo a las apuestas”.
3. “El Estado es demasiado permisivo con la publicidad por los ingresos que genera el juego”. “Tenemos lo que queremos”.
4. “El coste de oportunidad de haber pasado tanto tiempo jugando y apostando ha sido muy alto. Renuncias a hacer multitud de actividades a cambio de apostar”.
5. Los mensajes de prevención los dirigirían más a los padres o familiares que al propio jugador, afirman “Si el jugador quiere jugar, jugará”. Muy pocos son capaces de asimilar cualquier un mensaje de prevención a la primera y por las buenas.
6. Reclaman mayor educación para los menores enfocada en la prevención, similar a la educación vial. Con la participación de los padres. Llevar la educación a los colegios.
7. Critican el exceso de publicidad que hay tanto de salas de juego como de juego *online*. No se protege a los colectivos vulnerable (menores y posibles ludópatas). Consideran que la publicidad es demasiado agresiva.
8. El ludópata no es capaz de mantenerse en un nivel controlado (o socialmente aceptado) de apuestas. Es un todo o nada, por lo cual, consideran que el juego responsable no existe, al menos, para ellos que padecen esta patología y que piensan que corren el riesgo de recaída por el resto de sus vidas.
9. Comparan la publicidad del juego con la del tabaco de hace 20 años, actualmente ya no existen anuncios promocionando el consumo del tabaco, mientras que si existen anuncios incentivando al juego, “es como si existiera publicidad o anuncios incentivando el consumo de drogas, alcohol y tabaco”.

Reunión con familiares de exjugadores en rehabilitación

Breve descripción de los familiares

Familiar 1. Madre de un exjugador en rehabilitación. Su hijo empezó yendo a bares con 14 años a apostar a las **máquinas tragaperras**. Ella no sabía nada, aunque surgían sospechas sobre problemas con las drogas, alcohol. Nunca se imaginaba que pudiera ser un problema con el juego.

Familiar 2. Pareja de un exjugador en rehabilitación. Su marido jugaba desde la adolescencia apostando en las **máquinas tragaperras**. Veía que su marido jugaba todo el tiempo, al inicio no consideró la situación como una enfermedad, por lo que no acudió a ayuda profesional.

Familiar 3. Madre de un exjugador rehabilitado. A su hijo siempre le gustó jugar desde pequeño. El problema se agrava con 26 años, sube su nivel de gasto y lo pierde todo. Su juego favorito era la **ruleta**.

Familiar 4. Madre de un exjugador en rehabilitación. Su hijo, actualmente tiene 20 años, empezó el juego con apuestas de torno a los 15 años, jugaba **a apuestas deportivas y ruleta**.

Resultados Grupo de familiares

A continuación, presentamos los principales comentarios y reflexiones recopilados en la reunión con los 4 familiares de exjugadores rehabilitados o en rehabilitación, basados en los 4 temas principales en los cuales se estructuró la reunión (Figura 10).

Figura 10. Planteamiento de temas grupo de familiares



Fuente: Elaboración propia

El descubrir

Preguntas introductorias: ¿Cómo descubrió que tenía un problema su familiar?, ¿qué veía que le hacía pensar que había un problema?, ¿cómo actuó ante la situación?, ¿qué sintió y como le afectó?

1. “Mi marido siempre tenía que jugar, incluso de vacaciones. Con los años jugaba más y no tenía ningún tipo de control del gasto”.
2. “Apostaba a todo tipo de juegos”.
3. “Empezaron a surgir problemas con las facturas de la casa, del móvil, algún problema con empleados. Con esta situación, empezaron a crecer las tensiones familiares”.
4. “Decidí hacer algo, y decidí contar todo a la familia”, comenta la pareja de un exjugador.
5. “Luego de un año en rehabilitación, aún tenemos deudas causadas por sus apuestas”.
6. “Mi hijo empezó a gastar lo que no tiene, a vender objetos para luego apostar”.
7. “Su personalidad se volvió más agresiva, más irascible, él era un chico muy amable y tranquilo; tuvo un cambio radical en muy poco tiempo”.
8. “Su proceso de reconocimiento de la enfermedad fue rápido tras el último gran bache. Aceptó el problema y buscó ayuda”.
9. “La enfermedad es una presión extra para la familia porque es fácil sufrir una recaída y hay que estar relativamente pendiente. Es una enfermedad para toda la vida”.
10. “Desde antes de los 15 años ya mi hijo se enganchaba a videojuegos, ordenador, móvil, etc. Tenía una vida social normal y no daba lugar a sospechas. Con el tiempo se volvió apático, agresivo”.

11. “Empecé a sospechar que algo no iba bien, pensé que estaba en problemas de drogas. Hablé con él y me dijo que no, que no le pasaba nada. Lo comenté con su padre y no le dio importancia, dijo que hoy los jóvenes viven enganchados a internet, a los móviles”.
12. “Comenté con mis amigas que también tienen hijos entre 15 y 18 años, sobre la preocupación que tenía, ya que mi hijo se la pasaba horas y horas con los videos juegos, con el ordenador, con el móvil y me dijeron que sus hijos igual, que era normal, que no pensaban que era algo de preocuparse”.
13. “Mi marido siempre se vaciaba los bolsillos y dejaba las monedas para tener suelto para el bus o cualquier cosa en casa. Noté que comenzó a quedar vacío, mi hijo se llevaba todas las monedas que encontraba para apostar”.
14. “Comienzan a aparecer tiques de apuestas, encontrando una apuesta de 500€. Era todavía menor de edad”.
15. “Mi hijo nunca tenía dinero a pesar de trabajar los veranos”.
16. “Mi hijo nunca respondía a nuestras preguntas, decía que no tenía importancia, que todo estaba bien y controlado. Pensábamos que era un tema de la adolescencia”.
17. “Cuando nos contó todo, mi hijo contó que había pedido hasta tres créditos para seguir apostando y tratar de pagar los créditos que se iban venciendo. Apenas acababa de cumplir 18 años, los créditos que le dieron estas “empresas” se lo dieron siendo menor de edad, las gestiones fueron telefónicas”.
18. “No iba a clase para asistir a salas de juego”.
19. “Mi hijo acaba confesando ante mi insistencia y la presión de las deudas”.
20. Comienzan a recibir publicidad de empresas ofreciendo créditos a nombre del menor, hasta que reciben cartas de empresas de préstamo reclamando deuda e intereses.
21. Los familiares ven que hay un problema, pero en ese momento no lo llegan a considerar una enfermedad.

Conocimientos e información

Preguntas introductorias: Antes de vivir esta situación con su familiar, ¿sabía que era la ludopatía?, ¿disponía de información suficiente?

1. “Has escuchado el término, sabes a que refiere, pero lo ves muy lejano, jamás piensas que a tu hijo le puede ocurrir. Es un problema que se controlada, pero es para toda la vida”.
2. Los familiares resaltan la falta de información sobre todo la hora de prevenir la enfermedad.
3. Varios de familiares realizan una reflexión de cómo se incentiva al juego de azar desde la infancia, ponen como ejemplos, las bolsas de patatas, o cualquier chuche que siempre vienen con “regalos” que incitan a los pequeños a seguir comprando sólo por el regalo (tazos, cromos, rascas...).
4. Uno de los familiares manifiesta que no sabía que era la ludopatía, hasta que lo vivió a través de su marido.
5. Uno de los familiares, considera que sí hay información pero que en personas jóvenes (prácticamente adolescentes) no sabe si serán capaces de comprenderla y asimilarla de manera correcta. “El uso que se le dé a la información dependerá de cada persona”.
6. Uno de los familiares, comenta que podría ser interesante realizar algún tipo de test a los jóvenes que evalúe posibles tendencias adictivas entre otras cosas.

El juego responsable

Preguntas introductorias: A partir de su experiencia y la de su familiar, ¿qué opina del juego responsable?, ¿considera que se puede jugar responsablemente?, ¿cómo considera que podría lograrse?

1. "Si no eres un ludópata potencial, si puedes jugar responsablemente".
2. "No hay juego responsable, mi hijo nunca podrá volver a jugar".
3. "Claramente hay personas con ciertas características o tendencias adictivas que no pueden jugar responsablemente".
4. "En el caso de los más jóvenes puede ser más grave porque en muchas ocasiones los adolescentes se muestran mucho más reservados frente a sus padres que frente a su grupo de amigos, por ejemplo".
5. "Cada uno tiene su propia personalidad y reacciona de una manera ante el juego".
6. "Muchas personas han jugado alguna vez en su vida, pero, obviamente, no todos desarrollan una ludopatía".
7. Coinciden en que el jugador patológico suele mentir a los familiares y a sí mismo para no reconocer el problema.
8. Consideran que puede existir el juego responsable pero cada persona es diferente y no todas reaccionan igual ante el mismo mensaje o estímulo.

Mensaje de prevención y reflexión para los familiares

Preguntas introductorias: ¿Qué mensajes darías a los jóvenes respecto al juego de azar?, ¿qué mensaje darías a los familiares que sufren de esta problemática?, ¿qué reflexiones tiene de su experiencia?, ¿cuál sería el mensaje más importante que transmitirías a todos los familiares de jóvenes que padecen esta enfermedad?, ¿qué mensajes darías a todos los jóvenes en general?, ¿quieres hacer algún comentario final, reflexión, compartir alguna inquietud adicional?

1. "Existen muchas facilidades para que los menores puedan entrar a los locales de juego".
2. "Los dueños de locales de apuestas ponen pocos problemas para que los menores jueguen. En general, miran para otro lado en caso de detectar posibles ludópatas. No promueven el juego responsable".
3. "Debe haber más controles en las entradas a los salones de juego".
4. "La normativa debería ser mucho más dura". "Primero los ingresos que recibe el Estado al juego responsable".
5. "Se es ludópata para siempre".
6. "Con el juego hay publicidad prácticamente las 24 Horas". La publicidad afecta mucho a los enfermos por ludopatía.
7. "El Estado mira para otro lado en temas como el juego responsable".
8. "Sería bueno llevar la información a los colegios. Es importante que los jóvenes reciban información tanto por parte de profesores o expertos como por parte de los padres".
9. Todos los familiares coinciden en que es importante que la información esté en los institutos. La adolescencia es una etapa clave para **prevenir** estos problemas.
10. Entre todos los familiares participantes, surgen muchas críticas a la cantidad de publicidad sobre el juego que existe. Nuevamente la comparan con la publicidad del alcohol o las drogas. Al contrario que con el juego, no existe publicidad incentivando a las personas a consumir alcohol o drogas.
11. Consideran que estar enganchados a los videojuegos, máquinas, etc. es un posible indicio de estar desarrollando la patología.
12. Consideran que la adicción al juego es igual un problema de salud del estado que el tabaco, el alcohol, o las drogas y piden un tratamiento similar con respecto a la educación y prevención.
13. Finalmente, los familiares manifestaron críticas al Estado por considerar que es muy permisivo con el sector del Juego. Piensan que su actuación viene dada por la gran cantidad de ingresos que le aporta el juego,

Principales conclusiones

No son nuestras conclusiones, pero en gran medida podrían serlo. Los siguientes comentarios resumen o concentran la visión del juego de sus propias víctimas, los jugadores y sus familiares.

- Todos los participantes **iniciaron actividades de juego con apuestas inocentes** (cromos, chapas, pago de bebidas, una moneda, etc.), a temprana edad (entre los 12 y 14 años).
- Tres de los exjugadores **se iniciaron en** el juego de azar en las **máquinas tragaperras**; dos lo hicieron a través de **apuestas deportivas**.
- Sólo uno de los participantes, creció en un entorno en donde se jugaba (cartas, loterías, juegos sociales, etc.). En el resto, **tuvo más influencia su entorno laboral o sus amigos**.
- Dos de ellos habían tenido **problemas con el alcohol o las drogas**.
- La influencia de los padres es importante, pero se necesita un complemento. Se debe llevar la **información a los institutos**. La principal actuación debe estar en la **prevención**.
- Todos los participantes coinciden en que existe un **exceso de publicidad** del juego. Se emiten prácticamente a diario y en multitud de canales (televisión, internet, carteles...) sin importar el horario. Creen que **no habrá acciones para fomentar el juego responsable**, mientras los ingresos derivados del juego sean para el Estado mayores que las consecuencias negativas.
- Para la mayoría, **la motivación principal es económica y la satisfacción de ganar**. Sólo recuerdan las veces que han ganado y no las que han perdido.
- Los jugadores mismos ya **detectan que tienen un problema. Sin embargo, no quieren y/o no pueden dejar de jugar. Sienten miedo de tener que contar todo a familiares y amigos** (dinero perdido, deudas, reiteradas mentiras): “he mentido tanto en los últimos 10 años que me daba miedo contarlo todo”. El “mono” de jugar les impide razonar.
- Reconocen que **vivir solo les facilita el jugar más. Prefieren jugar solos**, sentirse aislados, sin que nadie moleste. Todo lo demás no importa. No consideran que jugar sea una actividad para sociabilizar. “Es mejor apostar solo”.
- Argumentan que **se evaden de los problemas a través del juego**.
- Algunos son capaces de dejarlo temporalmente, pero acaban volviendo a jugar. Actualmente ninguno ha vuelto a jugar, pero creen que **podrían tener una recaída con mucha facilidad**. Se percibe una amarga conciencia de cronicidad.
- El principal problema es que, **si ganan, siguen jugando porque creen que van a seguir ganando. Si pierden, siguen jugando para supuestamente recuperar lo perdido**.
- “Ganar en las apuestas es un problema a medio plazo”. **Llegan a pensar que son profesionales del juego**, expertos en la materia y disfrutaban presumiendo de sus ganancias (**Solo se acuerdan de las ganancias, no de las pérdidas**). Creen que pueden llegar a vivir del juego. **Se imaginan una vida a través del juego que no es real. “Con el juego no se gana”**.
- Consideran que **la influencia de los padres es importante** (tanto para bien como para mal) **pero no garantiza nada**; a la hora de la verdad son ellos los que juegan. Ellos tienen sus propias tendencias adictivas y eso tampoco se soluciona con una simple “charla de padres”. Consideran que el juego responsable no existe.
- **El ludópata no es capaz de mantenerse en un nivel controlado** (o socialmente aceptado) de apuestas. Es un todo o nada.
- Los familiares siempre **sospechan algo ante los cambios de actitud y la falta de dinero**, pero **nunca llegan a sacar conclusiones claras**. Las sospechas, de existir, suelen ser en torno a problemas con drogas o alcohol.
- **Los familiares**, según sus experiencias, **sufren más las consecuencias de la ludopatía que los propios enfermos**.

8

El juego responsable – Mecanismos de prevención y control y estrategias de ayuda

En la introducción de este texto ya hicimos una somera diferenciación entre el juego como entretenimiento y diversión, actividad prácticamente universal en la que es difícil encontrar algún aspecto que no sea positivo, y el juego problemático o patológico. Este estudio trata sobre ese segundo tipo juego; el que no es inocente, el que despierta culpabilidades, el que traspasa la ilusión para ser una pasión, el que deja de ser un placer para convertirse en una necesidad, el que nos domina antes de que lo podamos dominar nosotros, aquel al que nos acercamos con gravedad y no con alegría, el que nos encierra en una habitación sin ventanas, el que nos obsesiona en lugar de distraernos, el que nos hace huir y renunciar a todo lo demás.

Jugar es una actividad del ser vivo que la psicología y la biología han intentado explicar y dotar de una categoría. El juego no responde a una necesidad biológica, sino que es una actividad libre que se desarrolla por puro placer, al menos inicialmente. El juego rompe con lo cotidiano, se realiza en momentos de ocio en contraposición con el tiempo dedicado al trabajo, completando así las actividades habituales de la vida humana.

El diccionario de la Real Academia Española define juego como “ejercicio recreativo sometido a reglas y en el cual se gana o se pierde”. Aquí nos encontramos con otras notas fundamentales; tienen que existir unas reglas que sitúen a los jugadores en las mismas condiciones y tiene que haber una competitividad que es innata a la propia naturaleza del juego, es necesario, por tanto, que exista un ganador y un perdedor. No es imprescindible el afán de lucro o de ganar dinero, puede haber otras razones, como demostrar que se es mejor en una actividad, que se es más rápido, más inteligente o cualquier otro ejemplo que se quiera imaginar.

Existe un juego formalizado, que llamamos juego social, que suele practicarse entre familiares, amigos o compañeros, con duración limitada e incluso con apuestas de valor moderado ligadas al deseo de competir y ganar. Todavía no existen aquí riesgos y la persona no pierde el control de sus actos. La experiencia o sabiduría populares conocen la diferencia entre jugar con garbanzos o “con monedas”, entre jugar otra vez o “buscar la revancha”, entre probar suerte o querer “recuperarse” de la última pérdida. La línea que separa lo divertido de lo problemático es gruesa, pero jugando y jugando se traspasa con relativa facilidad.

Hay que recordar que la inmensa mayoría de las personas que juegan, lo hacen ocasionalmente y lo hacen por diversión y para compartir una actividad lúdica con amigos o familiares. También se puede apostar sin riesgo y ganar dinero; esto no es arriesgado si uno está plena-

mente dispuesto a perder. El tipo más conocido de apuestas con dinero, casi exento de riesgo, es precisamente aquel en el que las probabilidades de ganar son menores, las populares quinielas o las loterías. No hay reto, no hay provocación ni riesgo, porque todo el mundo sabe que “probar suerte” significa solo dar una oportunidad al azar o a la diosa fortuna. No hay empeño en el que perder y tampoco hay pérdida que no esté previamente asumida.

Por estas razones, hemos querido dejar para el final de este estudio, la cara positiva del juego, lo que llamamos juego responsable. En este apartado esperamos concentrar y resumir algunas pautas y orientaciones encaminadas a que el juego y su práctica no entren en espacios sociales y conductuales de los que es luego complicado salir. La expresión popular “estar enganchado o enredado en el juego” refleja bien la facilidad con la que algunos pueden convertirse en víctimas en lugar de señores o dominadores. La propuesta de Mateo Alemán, “no entres allá de donde no puedas libremente salir” sería una buena recomendación aplicable al juego de riesgo.

En capítulos anteriores hemos visto que las personas pueden jugar por muchas razones de orden social, ambiental o psicológico, conscientes o no, y por diferentes motivos que pueden ser más de uno en cada individuo. Espacios de riesgo son potencialmente todos aquellos en los que una combinación de factores psicológicos y ambientales nos puede hacer perder el control y el juego se nos puede “ir de las manos”. En este capítulo, trataremos de resumir los aspectos profilácticos del juego y centrarnos en las mejores recomendaciones y los mecanismos de prevención y control para practicar un juego responsable.

En el ámbito sanitario sabemos que para todas las patologías la mejor terapia, la más sencilla, económica y efectiva es la prevención y esto también es aplicable a las patologías derivadas del juego y las apuestas. En España y en la mayoría de los países en donde está regulado el juego, existen organismos tanto públicos como privados, encargados de ofrecer información al jugador sobre las prácticas del juego responsable, así como mecanismos de control que ayuden a prevenir el riesgo del juego problemático y del juego patológico. En el último capítulo de este informe recogemos un Directorio de Ayuda, que incluye los principales enlaces de interés y centros de apoyo para jugadores, familiares y público en general.

En España, la Dirección General de Ordenación del Juego ejerce las funciones de regulación, autorización, supervisión, control y, en su caso, sanción de las actividades de juego de ámbito estatal. En adición a estas funciones, cumple un rol fundamental en la promoción del Juego Responsable, poniendo a disposición de los usuarios, mecanismos de control y prevención, así como información relevante para desarrollar un juego social y responsable. Asimismo, a través de la DGOJ los jugadores y el público en general disponen de mecanismos de control, como la autoexclusión, regulación del monto en apuestas diarias, juego seguro, entre otros mecanismos de control, que ya hemos mencionado en el capítulo 4, “Marketing y procedimientos de los juegos de azar *online*”.

Además, es importante resaltar, que existen medidas de control bien establecidas en la accesibilidad de los juegos tanto *online* como presenciales, que corresponden a la solicitud de documentación de identificación y la verificación de datos bancarios. También debemos hacer mención de la información aportada por la DGOJ en relación con el juego responsable. Este organismo, en su portal www.jugarbien.es, pone a disposición del público una guía de consejos, experiencias, documentación y direcciones profesionales de ayuda para fomentar el juego como una opción de entretenimiento.

Según la DGOJ, el juego responsable “consiste en la elección racional y sensata de las opciones de juego, que tenga en cuenta la situación y circunstancias personales del jugador, impidiendo que el juego se pueda convertir en un problema. El juego responsable implica una decisión informada y educada por parte de los consumidores con el único objetivo del entretenimiento, la distracción, manteniendo el control del tiempo y en el cual el valor de lo jugado no supera nunca lo que el individuo se puede permitir. El juego responsable es una actividad de ocio y entretenimiento, y nunca interfiere en las obligaciones sociales, profesionales o familiares”.²⁵

La página web de la DGOJ (<https://www.ordenacionjuego.es/es/juego-responsable-dgoj>, <http://www.jugarbien.es>), además de recoger instrumentos de evaluación y documentación informativa, propone diversas recomendaciones para jugar con responsabilidad.

1. Jugar por diversión, no por dinero o para evadir problemas.
2. No perseguir o intentar recuperar las pérdidas.
3. Jugar por diversión, disfrutar al ganar, pero considerar que también se puede perder.
4. No pedir dinero prestado para jugar.
5. Jugar solo el dinero que previamente se haya decidido destinar a la diversión.
6. No utilizar nunca el dinero destinado a gastos fijos, como comida, transporte, etc.
7. En tiempo de crisis emocional disminuye el autocontrol: evitar jugar en esos momentos.
8. No permitir que el juego afecte las relaciones con la familia y amigos.
9. Establecer un límite de tiempo y de dinero para jugar.
10. El único juego medido es el juego divertido.

Antes de reseñar las recomendaciones y orientaciones recogidas en la revisión de diversos estudios realizados sobre la prevención y control del juego problemático y patológico, en especial los dirigidos a los jóvenes y adolescentes, queremos traer a colación los comentarios recogidos en los grupos de discusión con exjugadores rehabilitados o en rehabilitación y familiares que viven de cerca esta grave situación. Precisamente uno de los temas en los cuales se centraron las entrevistas, fue en conocer cuál era su opinión ante la posibilidad de jugar con responsabilidad. Ante este aspecto, hay cierta divergencia entre lo que opinan los exjugadores y lo que opinan sus familiares.

Para los exjugadores no existe el juego responsable, ya que sólo a partir del momento en que acudieron al apoyo profesional y entendieron que padecían una enfermedad, no eran capaces de mantener control del tiempo, recursos económicos y emociones, así como ser conscientes del deterioro en sus relaciones sociales, familiares y laborales, por lo cual consideran que las personas que padecen ludopatía o lo han padecido no pueden jugar responsablemente.

A diferencia de los exjugadores, los familiares de personas que sufren esta enfermedad consideran que sí se puede practicar el juego responsable, aun conociendo muy de cerca las características de esta patología, incluso manifestando que ellos mismos, a lo largo de su vida, han jugado por entretenimiento diversos juegos de azar. Se pone de relieve la diferente visión y percepción del juego responsable del ludópata, que sencillamente no cree en ello, y del familiar que, afectado en muchas consecuencias de la patología del familiar, cree que es posible la práctica del juego de manera responsable.

Aun cuando no podemos ser concluyentes con los resultados, por el tipo de método de investigación y su escaso valor representativo, podríamos apuntar a que estos mecanismos de prevención y control del juego responsable son de utilidad para la población en general, pero no para los casos que han entrado en patología o en los que el juego se empieza a tornar en problema. La patología manifestada requiere atención específica e intervención clínica y los mecanismos profilácticos y preventivos que pueden resultar útiles para el resto de la población, no parecen ser suficiente contención para el que ya es jugador con patología o trastorno.

En todo caso, las pautas de juego responsable sí parecen útiles y eficaces para personas no afectadas por ningún trastorno y representan una herramienta clave para el entorno de los jugadores o exjugadores, en especial familiares, docentes y amigos cercanos. Suponen una medida de alerta y sobre todo una forma de dar a conocer tanto el sentido y significado del juego como forma de entretenimiento y ocio, como los riesgos asociados al juego y los problemas que pueden derivarse de una práctica poco consciente o fuera de control.

A tenor de ello, la propuesta de juego responsable debe enmarcarse en la actuación preventiva y quizá debiera ser aún más agresiva y tenaz si se demuestra, como parece, su posible ineficacia en población afectada por algún trastorno. Ello llevaría a evaluar la posibilidad de

incrementar la difusión de la información, documentación, instrumentos de medición y mecanismos de control más allá y, sobre todo, antes de la existencia del jugador, formando parte de la educación, conocimiento y conciencia de toda la población en general.

Entender el marco etiológico del juego problemático, es de gran importancia para poder desarrollar políticas y estrategias de prevención. La eficacia de cualquier iniciativa de prevención depende de su capacidad para modificar uno o más de estos factores de riesgo, en particular los factores de riesgo directos. Muchos de los factores de riesgo para el juego problemático son en gran parte, los mismos factores de riesgo para el desarrollo de abuso de sustancias, psicopatología y otros problemas, las iniciativas genéricas de prevención dirigidas a una amplia gama de problemas (especialmente en la juventud) son componentes esenciales para la prevención del juego problemático.

Debido al gran número de factores de riesgo, así como a la base hereditaria de algunos de ellos, el riesgo de problemas de apuestas en una población puede reducirse, pero es poco probable que se elimine. La eficacia de cualquier estrategia de prevención será limitada. La prevención eficaz requerirá de un conjunto multifacético, coordinado y sostenido de iniciativas educativas y de políticas a través de una amplia gama de grupos de edad.⁶⁴ En este apartado recogemos un resumen de las mejores prácticas desarrolladas en diferentes países para fomentar la realización del juego responsable.

De acuerdo con el estudio realizado en Canadá en 2012⁶⁴, que incluye una revisión bibliográfica exhaustiva de los estudios, publicaciones, artículos y políticas llevadas a cabo en diferentes países en las últimas décadas, las estrategias de prevención de los problemas asociados a los juegos de azar se pueden clasificar en iniciativas educativas y políticas.

Las iniciativas educativas tienen la intención de cambiar el conocimiento interno, actitudes, creencias y habilidades para prevenir el juego problemático y/o patológico. Es decir, tratan de influir en la población para que ésta pueda después elegir desde el conocimiento y la responsabilidad. Las iniciativas políticas pretenden prevenir los problemas relacionados con el juego a través de la intervención de los controles ambientales externos sobre la disponibilidad y accesibilidad de los juegos de azar. Son, por tanto, medidas de carácter regulatorio o normativo, que persiguen organizar la actividad del juego de la forma más adecuada o menos perjudicial para la salud de la población. Hemos considerado relevante hacer mención aquí a estas iniciativas, especialmente las que están enfocadas al desarrollo del juego responsable.

Iniciativas educativas

- Educación familiar/Intervención temprana: La educación familiar a temprana edad, así como la educación escolar influye directamente en los patrones de comportamiento de los niños, adolescentes y futuros jóvenes, como también sucede en la prevención del consumo de sustancias ilegales, alcohol o tabaco. La participación temprana en la comunicación a los niños sobre los problemas asociados al juego resultan iniciativas de alta efectividad para prevenir futuros riesgos⁷³.
- Campañas de información y sensibilización: Campañas que incluyan información relativa a como desarrollar un juego responsable, conocimiento de los límites y autocontrol, advertencia sobre la naturaleza potencialmente adictiva del juego, identificación de los signos/síntoma del juego problemático, información sobre los centros disponibles de ayuda, posibles tratamientos, líneas de ayuda telefónica 24 horas. Asimismo, son eficaces los esfuerzos para disipar las falacias y corregir las cogniciones erróneas más comunes sobre el juego.
- Centros de información y asesoramiento: Establecimiento en los lugares de juego de azar, centro de información y asesoramiento a los jugadores sobre los riesgos asociados al juego problemático, sus signos, síntomas y ayudas para el desarrollo de un juego responsable. Esta iniciativa fue implantada en varios países, en 2005 y 2006. Canadá

fue uno de los pioneros, incorporando su primer centro de asesoramiento en el año 2003 en el Casino McPhillips Street Casino, en Winnipeg, Manitoba.⁶⁴

- **Resultados estadísticos:** Información sobre las verdaderas probabilidades matemáticas de diversas actividades de juego. Es una idea bastante común, pensar que, si los jugadores entendieran correctamente la expectativa matemática negativa del juego, quedarían vacunados contra los excesos en el juego. Sin embargo, los resultados de la literatura específica, que evalúa el impacto de la mejora de los conocimientos estadísticos sobre el comportamiento de juego son dispares. Algunos estudios han concluido que existe un impacto positivo sobre la educación de los jugadores problemáticos en el tratamiento de la naturaleza de la aleatoriedad, y otros errores de pensamiento subyacente relacionadas con el juego⁷⁴. Otras investigaciones muestran, que los estudiantes universitarios con formación estadística y con mejores habilidades de razonamiento general para problemas cotidianos son menos susceptibles a ciertas falacias específicas relacionadas con el juego⁷⁵. Otros estudios encontraron que los estudiantes universitarios que recibieron entrenamiento estadístico hicieron mejores elecciones en apuestas de juego en comparación con los estudiantes no entrenados⁷⁶. Otro estudio⁷⁷, encontró que los estudiantes que creían, erróneamente, estar mejor preparados para estimar sus probabilidades de ganar encontraban en ello un incentivo para jugar y apostar más.
- **Programas de prevención en centros educativos:** Los programas integrales de prevención de los problemas asociados a los juegos de azar en escuelas primarias y educación secundaria son relativamente poco comunes. Sin embargo, en países como Australia, Canadá y Estados Unidos la realización de estos programas no es infrecuente. Tales programas suelen tener un amplio elenco de temas que incluyen materias como la enseñanza de conocimientos estadísticos sobre los juegos de azar, la información sobre la naturaleza potencialmente adictiva de los juegos de azar, la explicación sobre las falacias de juego, técnicas de fortalecimiento de la autoestima de los jóvenes y del desarrollo de habilidades de autocontrol.

Algunos ejemplos de este tipo de programas son: “No apueste en él”, en Australia del Sur, para niños de 6 a 9 años; “Juegos de azar: minimizar los riesgos para la salud”, en Queensland, para estudiantes de grado 5; “Enfrentando las probabilidades” en Luisiana, para los grados 5 a 8; “Todas las apuestas están desactivadas”, en Michigan, para los grados 7 y 8; “Los niños no juegan ... quieren apostar”, en Minnesota e Illinois, para los grados 3 a 8; “Jóvenes tomando decisiones”, para estudiantes de secundaria en Ontario; “Cuéntame fuera” en Quebec para edades de 8 a 17 años; el “Programa de Prevención de Problemas de Juego”, en Florida, para estudiantes de escuelas intermedias y secundarias, etc.

Iniciativas políticas

Existen varios mecanismos que probablemente ayudan a disminuir la prevalencia del juego problemático. Estas medidas incluyen: a) un mayor conocimiento por parte de la población sobre los posibles daños del juego (reduciendo su vulnerabilidad); b) restricción de la participación general de la población en los juegos de azar (debido a una mayor cautela y a haber desaparecido ya la novedad del juego); c) el aumento de programas de prevención del juego problemático; d) una mayor disposición de las administraciones públicas para proporcionar recursos de tratamiento a los jugadores con trastorno o patología.

Debido a que existe cierta relación entre la disponibilidad de juegos de azar y la prevalencia del juego problemático, no es de extrañar que la restricción de la disponibilidad de juegos de azar sea una política a menudo utilizada para reducir el problema del juego. Con este fin, algunos países optan por la prohibición total del juego. Así ocurre en países como Cuba, los estados americanos de Utah y Hawai y la mayoría de los países islámicos (Afganistán, Bangla-

desh, Bután, Indonesia, Irán, Jordania, Libia, Malí, Omán, Pakistán, Qatar, Somalia, Sudán, Siria, Emiratos Árabes Unidos y Yemen).

Discutir las ventajas e inconvenientes de la prohibición total está más allá del alcance de nuestro estudio. La mayoría de los países occidentales optan por medidas menos drásticas que la prohibición total y más acordes con el marco político generalizado de respeto a la libertad individual de las personas. No obstante, el establecimiento de controles y ciertas restricciones a la práctica del juego están generalizadas en una mayoría de países de nuestro entorno político y cultural. Algunas de tales restricciones son las que se resaltan a continuación:

- Restricciones a la disponibilidad general de juegos de azar: Restricción del número de locales de juego, o del repertorio de tipos de juegos de azar disponibles. La limitación del número de formatos de juego, la limitación del juego exclusivamente en lugares destinados para ello, las restricciones de la ubicación de los locales de juego, el límite de horarios en los locales de juego, etc.
- Restricciones sobre quién puede jugar: Entre las iniciativas para restringir el acceso al juego destaca el aumento de la edad legal para jugar. En casi todos los países es una política común restringir el juego a las personas que han cumplido mayoría de edad de acuerdo con las leyes locales. El rango de edad suele variar entre 15 y 21 años, dependiendo del país, siendo la mayoría de edad más común los 18 años. La prohibición del juego en los jóvenes tiene variaciones importantes en muchos países e incluso diferencias regionales en esta política dentro de cada uno de ellos.

Un estudio realizado en 2009 sobre los Problemas de Juego en Europa⁷⁸, muestra una gran diversidad en estas normativas. Actualmente no hay restricción de edad para comprar billetes de lotería y boletos instantáneos en Polonia. No hay restricciones de edad para los juegos de azar fuera de los casinos en Eslovenia. No hay límites de edad para jugar a las máquinas de juego electrónicas («máquinas de fruta») con bajos límites de premios en el Reino Unido. Históricamente, en Estonia, no ha habido límite de edad en la compra de boletos de lotería (en 2010, se establece la edad mínima en 16 años). Los ciudadanos de Malta deben tener 25 años para entrar en un casino.

Algunos países carecen de leyes específicas que prohíban los juegos de azar de los jóvenes y, cuando existen, también hay una amplia variación en cuanto a la ejecución. En general, la aplicación tiende a ser más rigurosa cuando la práctica de los juegos de azar se limita a lugares reservados para adultos (por ejemplo, casinos, bares / clubes / salones). Por el contrario, cuando el juego es posible en lugares de acceso público, las restricciones se relajan y la aplicación de las mismas se hace más difícil.

Otra iniciativa muy común en los países occidentales es la autoexclusión que permite que cada individuo establezca sus propios controles sobre el acceso a lugares de juego. Los programas de autoexclusión se han introducido en varios estados de las provincias de los Estados Unidos, Canadá y Australia y Europa. Estos programas suelen ser voluntarios, aunque en algunos países europeos los jugadores o sus familiares pueden activar la exclusión. En España, la posibilidad de que los jugadores puedan ejercer un control sobre su participación en juegos de azar, limitándose la misma mediante la auto-prohibición, se efectúa a través del Registro General de Interdicciones de Acceso al Juego (RGIAJ, herramienta a disposición de los ciudadanos para que éstos se prohíban el acceso a juegos de azar en los que se requiere su identificación para para jugar.

- Restricciones o modificaciones sobre cómo se proporciona o facilita el juego: Son intervenciones en los parámetros de las máquinas electrónicas de juego, tales como: Incorporación de modificaciones en las máquinas de juego, en los juegos *online* y en los juegos presenciales, como por ejemplo, la modificación de la velocidad de juego; del número de líneas de juego; de la participación, número y rango de los premios; de los patrones de ganancias/pérdidas; aparición de mensajes emergentes “pop-up”; introducción de relojes en las pantallas; retiro obligatorio de efectivo; restricción de

asientos frente a las máquinas, etc. Otras medidas pueden suponer la eliminación de tarjetas de recompensa / lealtad o cambio de parámetros; límites máximos de pérdidas impuestas por el operador; formación sobre el juego problemático para empleados de sitios de juego; intervención automatizada o a demanda para jugadores de riesgo, restricción de publicidad o restricción del consumo simultáneo de alcohol y tabaco en locales; etc.

Muchas de las iniciativas mencionadas anteriormente, han sido implementadas en varios países del mundo. En el caso de España, existen políticas y mecanismos de control y prevención que se han ido desarrollando, como lo son la autoexclusión, los límites de bonificaciones, la información disponible en cuanto a prácticas de juego responsable, entre otras. Ciertamente aún queda un largo camino que recorrer, como lo fueron en su tiempo los problemas de abuso de sustancias, de alcohol y tabaco. Hemos podido observar, en todas las revisiones de estudios, programas y políticas publicadas, que existen brechas significativas en cuanto a la prevención del juego problemático y el desarrollo del juego responsable. Sin embargo, la investigación preliminar hasta la fecha, las llamadas a la acción y varias recomendaciones para la prevención comienzan a tener un foco de atención relevante tanto en España como a nivel internacional.

La Comisión Europea, en su Recomendación de 14 de julio de 2014, relativa a principios para la protección de los consumidores y los usuarios de servicios de juego en línea y la prevención del juego en línea entre los menores, recomienda a los Estados miembros que persigan un elevado nivel de protección de los consumidores, los usuarios y los menores, mediante la adopción de principios aplicables a los servicios de juego en línea y la comunicación comercial responsable de dichos servicios, a fin de preservar la salud de aquellos y también minimizar el posible perjuicio económico que pudiera derivarse del juego compulsivo o excesivo.

El Parlamento Europeo, en su Resolución de 10 de septiembre de 2013 sobre el juego *online* en el mercado interior, pidió a la Comisión que evaluara la posible interoperabilidad entre los registros nacionales de autoexclusión, que introdujera medidas de sensibilización sobre los riesgos de adicción y que estudiara la posibilidad de aplicar controles obligatorios de identificación de terceros. Pidió asimismo que se obligara a los operadores de juego en línea a facilitar en sus sitios web de juego información sobre las autoridades reguladoras y advertencias a los menores, así como a promover el uso de autorrestricciones. Además, el Parlamento Europeo hizo un llamamiento en favor de principios comunes para unas comunicaciones comerciales responsables, proponiendo que las comunicaciones comerciales incluyeran advertencias claras sobre las consecuencias del juego compulsivo y los riesgos de la adicción al juego. Asimismo, las comunicaciones comerciales no deberían ser excesivas, ni exhibirse junto con contenidos dirigidos específicamente a menores o que entrañen un riesgo de tener a menores como destinatarios.

El Proyecto sobre Comunicaciones Comerciales en Actividades de Juego y Juego Responsable

El Gobierno español, en línea con determinadas iniciativas a nivel comunitario en las que se aconseja abordar el desarrollo reglamentario integral de la publicidad del juego y completar las disposiciones aplicables a los operadores sobre el juego responsable, ha desarrollado el Proyecto de Real Decreto de Comunicaciones Comerciales de las Actividades de Juego y de Juego Responsable, que se encuentra en proceso de aprobación. El documento se apoya en dos pilares fundamentales: de una parte, la protección del consumidor de juegos y del ciudadano en general, especialmente de los colectivos más vulnerables como los menores de edad, y de otra, las normas y condiciones comerciales de la oferta de los juegos en línea. El contenido de este proyecto se encuentra disponible en la DGOJ y en el Ministerio de Hacienda y Función Pública⁷⁹.

Hasta ahora, las normativas específicas de los distintos tipos de juegos contienen diferentes medidas en materia de juego responsable, tales como las relativas al juego de máquinas de azar que contemplan configuraciones como el cierre de la sesión al superarse los umbrales determinados de tiempo o el establecimiento de avisos periódicos al usuario sobre el tiempo transcurrido. Igualmente, para obtener la correspondiente autorización, las empresas del sector están obligadas a presentar un plan operativo en el que debe contenerse la política en materia de juego responsable del operador, incluyendo acciones preventivas contra el juego patológico, de sensibilización sobre los riesgos asociados al juego excesivo y las medidas proyectadas para paliar los efectos nocivos del juego. El futuro Decreto define el Juego Responsable como el “conjunto de elementos configuradores de la oferta y del consumo del juego, como actividad de ocio y entretenimiento, que propician y reflejan una decisión racional, informada y sensata por parte de los consumidores, y conducen a reducir el riesgo de juego desordenado, problemático, compulsivo o patológico”.

Desde la perspectiva del juego responsable, la regulación prevista se articula en torno a tres frentes de acción: En primer lugar, el fortalecimiento del marco de la responsabilidad social corporativa, ámbito en el que las propias empresas deben ser proactivas y promotoras de acción orientadas a la protección de sus propios clientes y el consumidor en general. En segundo lugar, y en línea con lo anterior, se aspira a una corregulación en materia de juego responsable y un enfoque menos prescriptivo en materia de condiciones de ejercicio de los diferentes juegos. Por último, se aspira a una corresponsabilidad en las obligaciones sobre juego responsable, reforzando aspectos como la obligación de información, el fomento de estudios y campañas de sensibilización por parte de los operadores, o la disposición de mecanismos de detección de conductas problemáticas en el juego, con la posterior canalización de los comportamientos anómalos detectados.

Desde la perspectiva de los operadores, una parte importante de este compromiso se articula en torno a su política de comunicación. Por ello, bajo los principios de responsabilidad social y juego responsable, se propone que no estarán permitidas las comunicaciones comerciales que:

- Asocien, vinculen o relacionen las actividades de juego con ideas o comportamientos que expresen éxito personal, familiar, social o profesional.
- Inciten directa o indirecta a actitudes o comportamientos antisociales o violentos de cualquier tipo, discriminatorios de personas, o humillantes o vejatorios para éstas, o asocien, vinculen, representen o relacionen de forma positiva o atractiva las actividades de juego con actividades o conductas ilícitas o comportamientos de juego socialmente irresponsables, así como con aquéllas que den lugar a daños económicos, sociales o emocionales.
- Desacrediten a las personas que no juegan u otorguen una superioridad social a aquéllas que juegan.
- Incluyan mensajes que desvaloricen el esfuerzo, el trabajo o el estudio en comparación con el juego.
- Inciten a la práctica irreflexiva, compulsiva, desordenada, inmoderada, adictiva o patológica del juego, o presenten los anteriores patrones de juego como prácticas estimulantes o atractivas.
- Presenten ofertas de préstamos o de cualquier otra modalidad de crédito a los participantes de un juego.
- Sugieran que el juego puede ser una solución o una alternativa a problemas personales, profesionales, financieros, educativos, de soledad o depresión.
- Induzcan a error sobre la posibilidad de resultar premiado, o sugieran que la repetición del juego aumenta la probabilidad de ganar.
- Sugieran que la habilidad o la experiencia del jugador eliminará el azar de que depende la ganancia.

- Se dirijan específicamente a personas que se hayan autoexcluido, cuando se trate de formas directas de comunicación comercial como el correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente que se realice de forma nominativa o individualizada.

En desarrollo de uno de los objetivos centrales del juego responsable como es la protección de los menores, también se establece la prohibición de todas las comunicaciones comerciales que:

- Utilicen personas o personajes famosos o de notoriedad pública, reales o de ficción, que tengan un atractivo especial y diferenciado para el público infantil o juvenil.
- Incite directa o indirectamente a menores de edad a la práctica del juego, por sí mismos o mediante terceras personas.
- Resulte, por su contenido o diseño, racional, objetiva y mayoritariamente apta o idónea para atraer, de forma particular, la atención o interés de menores de edad.
- Explote la especial relación de confianza que los menores de edad depositan en sus padres, profesores, u otras personas.
- Utilice la imagen o la voz de personas menores de edad o de personas caracterizadas para parecer menores de edad o de edad indeterminada.
- Utilice argumentos, estilos, tipografía, voces, imágenes o diseños asociados a la cultura infantil o juvenil.
- Presente la práctica del juego como señal de madurez o de paso a la edad adulta.
- Se difunda en medios o soportes, cualquiera que éstos sean, destinados, de forma explícita o implícita, objetiva y principalmente, a personas menores de edad.
- Se inserte en páginas web o junto a vínculos de páginas web dirigidos específica o principalmente a personas menores de edad.
- Se difunda en el interior o exterior de salas u otros espacios públicos en los que se desarrollen proyecciones de obras cinematográficas, representaciones o actuaciones teatrales, musicales u otros espectáculos públicos no restringidas a mayores de edad.
- Se difunda en el interior o exterior de estadios, salas o recintos en los que se celebren acontecimientos y competiciones deportivas en los que sólo participen menores de edad.
- Se refiera a apuestas sobre eventos en los que participen exclusiva o fundamental menores de edad.

De igual forma, se establece que las comunicaciones comerciales de actividades de juego no podrán ir dirigidas, directa o indirectamente, a los menores de edad, ni resultar perjudiciales para su formación y desarrollo físico, mental o moral. Asimismo, todas las comunicaciones comerciales deben advertir de la prohibición de participación a menores de edad.

En lo que se refiere a la publicidad, la regulación pretende fundamentalmente establecer restricciones a su recepción por parte de menores, proporcionar una adecuada percepción del juego como actividad compleja y de riesgo potencial para los consumidores, prevenir la generación de conductas de juego irreflexivo o compulsivo, y garantizar que la información que se traslada es veraz y suficiente para formarse una idea cierta y no distorsionada de lo que implica el juego. Por su parte, la regulación del juego responsable se centra en perseguir el establecimiento de acciones concretas y expresas por parte de los operadores de juego. Éstas consisten esencialmente en: informar proactivamente a los jugadores de los riesgos inherentes al juego y de las condiciones de desarrollo de los mismos; sensibilizar a la sociedad de sus potenciales efectos adversos; detectar patrones de consumo problemático; canalizar y asistir adecuadamente a los jugadores que presentan dichos patrones de juego; y destinar determinados fondos al fomento de iniciativas relativas al juego responsable⁷⁹.

De cara al futuro, la aprobación de la norma reguladora de las comunicaciones comerciales sobre juego y las apuestas, en el marco del juego responsable, fortalecerá la prevención del juego problemático, por lo menos en lo que se refiere a España, disponiendo de una regu-

lación menos laxa en cuanto a la promoción y publicidad de los juegos de azar. Las nuevas restricciones en cuanto a horarios, accesibilidad y contenido de los mensajes, combinada con campañas de prevención y conocimiento de los riesgos asociados al juego de azar en toda la población general, pueden establecer una balanza más equilibrada en el desarrollo del juego responsable y en la prevención de los riesgos asociados al juego problemático y patológico.

Creemos que la filosofía con que se afronta la regulación del juego, sustentada en los pilares de la corregulación y autorregulación y en el marco del desarrollo de la responsabilidad social corporativa de los operadores y la protección de los consumidores y especialmente los más vulnerables, parece la adecuada en una actividad económica en desarrollo y transformación constante que, por los posibles efectos adversos en su práctica, requiere de una permanente atención y cuidado por parte de todos los agentes económicos y sociales implicados en el juego. El objetivo es hacer de la prevención de la adicción al juego o ludopatía un problema de todos y una responsabilidad compartida entre empresas, Administración y usuarios, permitiendo, al mismo tiempo, que las apuestas y el juego, en sus diversas modalidades, puedan continuar siendo una alternativa más de ocio y entretenimiento para todos.

9

Directorio de Ayuda: Centros de apoyo, asociaciones, referencias de guías de ayuda

El juego patológico es un trastorno emergente y como tal precisa la puesta en marcha de programas preventivos y la ampliación de los recursos específicos para la información a los usuarios y la atención de las personas con problemas, a través del desarrollo de programas de asistencia, informativos y de centros de apoyo tanto públicos como privados.

Recogemos en este directorio una lista de recursos asistenciales, informativos y centros de apoyo a nivel estatal y comunitario en España, con los cuales pueden contar actualmente las personas y familiares interesados o afectados por esta materia.

Estatal

Dirección General de Ordenación del Juego

Órgano del Ministerio de Hacienda y Función Pública que ejerce las funciones de regulación, autorización, supervisión, control y sanción de las actividades de juego de ámbito estatal.

<http://www.ordenacionjuego.es/es>

JUGARBIEN

Portal de La Dirección General de Ordenación del Juego. Pone a disposición del interesado instrumentos de evaluación, una guía de consejos, experiencias, documentación y direcciones profesionales de ayuda.

<http://www.jugarbien.es>

FEJAR. Federación Española de Jugadores de Azar Rehabilitados

Unión de varias Asociaciones y Federaciones de Asociaciones regionales, de toda la geografía española, en que el fin primordial es unificar criterios y acciones entre todas ellas para la mejor defensa de los intereses de los afectados por la dependencia a juegos de azar.

<http://fejar.org>

Juego Responsable

Juego Responsable es un proyecto de FEJAR FEDERACIÓN que pretende crear un marco de seguridad y consumo responsable en torno al mundo de los juegos de azar y el uso de nuevas tecnologías.

<http://juegoresponsable.eu>

Asociación Proyecto Hombre

Creada en 1985 con el objetivo de ofrecer soluciones en el tratamiento y rehabilitación de las drogodependencias y otras adicciones como la ludopatía. Es una organización formada por 27, en toda España, a los pacientes y a sus familias. <http://proyectohombre.es>

Autonómico

ANDALUCÍA

FAJER

Federación Andaluza de Jugadores de Azar Rehabilitados. FAJER es la unión de 10 asociaciones andaluzas de Autoayuda y Ayuda Mutua para el jugador de azar y sus familiares (Acojer, Agrajer, Alujer, Alsubjer, Amalajer, Aonujer, Aplijer, Asejer, Indalajer y Jarca).

<http://fajer.es/index.php>

ACOJER

Asociación Cordobesa de Jugadores en Rehabilitación. Entidad pionera en el tratamiento integral de la ludopatía. Además del tratamiento del ludópata, ofrece programas de prevención anuales orientados a distintos núcleos de población. Asociación miembro de FEJAR.

<http://www.acojer.com>

Asociación Cordobesa LAR

Fundada en 1994 partir de un grupo de jugadores y familiares rehabilitados provenientes de la Asociación cordobesa de Jugadores de Azar en Rehabilitación (ACOJER). Perteneciente a FEJAR.

<http://larcordoba.com>

ALSUBJER.

Asociación Lucentina y de la Subbética de jugadores de Azar en Rehabilitación. Nace en Lucena el 11 de junio del 2003, al amparo de un grupo de personas que desinteresadamente quieren ayudar a otras personas a salir de donde ellas ya han conseguido salir, de los juegos de azar.

<http://www.alsubjer.es/articulo.php?idart=18>

APLIJER

Asociación provincial linarense de Jugadores de Azar en Rehabilitación. Centro de Tratamiento Ambulatorio de Juego Patológico. Concertado por la Junta de Andalucía.

<http://www.aplijer.com/es/>

ASEJER

Asociación Sevillana de Jugadores en Rehabilitación. Fundada en 1989 y miembro de FEJAR, el tratamiento en ASEJER se lleva a cabo de forma integral: grupos de autoayuda, psicoterapia y Trabajo Social.

<http://www.asejer.es>

AGRAJER

Creada por la necesidad de los granadinos, afectados por la adicción al juego patológico, de recibir tratamiento. Único centro de tratamiento ambulatorio específico en la rehabilitación de la adicción al juego patológico, concertado con la Junta de Andalucía.

<http://agrajer.org>

AMALJER

Asociación Malagueña de Jugadores de Azar en Rehabilitación. Su principal fin es el tratamiento del juego patológico como enfermedad mediante el sistema de autoayuda y ayuda mutua.

<http://amalajer.org/index.php>

APREJA

Asociación para la Prevención y Rehabilitación de Jugadores de Azar. Trabaja desde hace años en la rehabilitación de afectados por la ludopatía y otras adicciones. Es miembro de FEJAR. Tel. 959 230 966

ANOUJER

Asociación Onubense de Jugadores de Azar en Rehabilitación. Centro de Tratamiento Ambulatorio exclusivo de Juego Patológico. Concertado con la Junta de Andalucía.

<http://aonujer.org>

INDALAJER

Indalo Asociación de Jugadores de Azar en Rehabilitación. Organización de ayuda al jugador compulsivo y a sus familiares situada en Almería. Tel: 950 27 25 44

JARCA

Jugadores de Azar en Rehabilitación del Campo de Gibraltar. Uno de los diez centros que existen en Andalucía acreditados para el tratamiento ambulatorio del juego patológico y otras adicciones no tóxicas.

Tel: 956 66 38 09

Unidad de Gestión Clínica de Salud Mental

Hospital Infanta Margarita.

<http://www.hospitalinfantamargarita.es/saludmental/hdia/>

Asociación Proyecto Hombre Andalucía

Programas para adicciones sin sustancia: especialmente ludopatías y otras adicciones comportamentales. Grupos distribuidos por varias provincias:

Almería: proyctohombrealmeria.blogspot.com

Cádiz: www.proyctohombreprovinciacadiz.org

Córdoba: www.phcordoba.com

Granada: www.proyctohombregranada.org

Huelva: www.proyctohombrehuelva.es

Jaén: www.proyctohombrejaen.org

Málaga: www.proyctohombremalaga.com

Sevilla: www.proyctohombresevilla.com

Jugadores Anónimos

Asociación de hombres y mujeres, cuyas esposas, esposos, hijos e íntimas amistades se han visto afectados por el problema del juego. Grupo Alegría.

<http://gam-anon.com/donde.html>

AZAJER

Asociación Aragonesa de Jugadores de Azar en Rehabilitación. Centro asistencial autorizado por el Gobierno de Aragón sin ánimo de lucro, confidencial y aconfesional, cuya labor está centrada en la Información, Prevención, Rehabilitación y Reinserción de todas aquellas personas de cualquier edad, raza, sexo y condición social que tengan problemas con el juego de azar u otras adicciones.

<http://www.azajer.com/index.php>

AYTERA

Apoyo terapéutico Aragón. Centro de Psicología situado en Zaragoza, especializado en el tratamiento de drogodependencias, ludopatía y otro tipo de adicciones.

<https://www.aytera.es>

ABATTAR

Asociación Bajo Aragonesa Turolense de Toxicómanos y Alcohólicos Rehabilitados José Biel-sa "El Lindo".

<http://www.abattar.com/>

ASTURIAS

LARPA

Ludópatas Asociados en Rehabilitación del Principado de Asturias. Situada en Oviedo, trata a personas de todo el Principado de Asturias, siendo la asociación más numerosa y activa de la región. Integrantes del Consejo del Principado de Asturias y miembros de FEJAR.

<http://larpa.es>

Proyecto Hombre Asturias

Fundación C.E.S.P.A. Una respuesta solidaria y profesional para la prevención y el tratamiento de las adicciones y la reincorporación social de las personas.

<http://www.proyectohombreastur.org>

CANARIAS

Proyecto Hombre Canarias

Fundación Canaria C.E.S.I.CA

<http://www.proyectohombrecanarias.com>

IEA

Instituto para el Estudio de las Adicciones. El Portal “LasDrogas.info” es un proyecto de información y sensibilización social sobre las drogas y otras adicciones como el juego patológico, y más específicamente sobre su interacción con la salud y el bienestar social de la colectividad.

<http://www.lasdrogas.info/inicio>

ATEJURE

Asociación Tinerfeña de Jugadores Rehabilitados

<http://www.atejure.es/>

ALUESA

Asociación De Atención A Las Ludopatías Y Exclusión Social. Centro pionero en la prevención y rehabilitación de la ludopatía. Forma parte de la fundación Adsis.

<http://www.aluesaongs.org/>

CANTABRIA

Jugadores Anónimos

Oficina Regional de Servicio (Área 21). Jugadores Anónimos es una Hermandad de hombres y mujeres que comparten, unos con otros, su experiencia, fortaleza y esperanza, para poder resolver su problema común y ayudar a otros a recuperarse del problema del juego por apuestas. Existen varios grupos distribuidos por la provincia.

<http://www.jugadoresanonimos.org>

Fundación Acorde

<http://www.fundacionacorde.com>

Proyecto Hombre Cantabria

Con un programa basado principalmente en entrevistas iniciales de apoyo, grupos de autoayuda, seminarios y grupo de información de familias.

<http://proyectohombrecantabria.org>

CASTILLA-LA MANCHA

Proyecto Hombre Castilla La Mancha

ONG dedicada a la prevención, rehabilitación y reinserción de personas con problemas de adicción. Pertenece a la Asociación Nacional de Proyecto Hombre.

<https://www.phcastillalamancha.es>

LARCAMA

Ludópatas Asociados en Rehabilitación de Castilla-La Mancha. Asociación de "Autoayuda". Trata la adicción a los juegos de azar. Miembro de FEJAR.

<http://larcama.com>

LARARCM

Ludópatas Asociados en Rehabilitación de Argamasilla de Calatrava.

C\ Desengaño, 19. 13440 Argamasilla de Calatrava (Ciudad Real). Tel. 667 796 862 / 677 793 833

Jugadores Anónimos. Grupo Albacete

<http://www.jugadoresanonimos.org/>

Jugadores Anónimos. Grupo Nueva Luz

<http://gam-anon.com/donde.html>

HOSPITAL PROVINCIAL (Unidad Psiquiátrica)

Centro hospitalario con unidad específica para la ludopatía. Situado en Ciudad Real.
Telf.: 667 79 68 62

UCA. Unidad de Conductas Adictivas Albacete y Almansa

Son los dispositivos de referencia (dependientes de la SESCOAM) para el tratamiento ambulatorio de los trastornos adictivos. Atienden a todo tipo de consumidores de drogas, incluido alcohol y tabaco, y conductas adictivas sin sustancias como la ludopatía.

CASTILLA Y LEÓN

Servicio de Asistencia Psiquiátrica

Consejería de Sanidad de Castilla y León
Paseo de Zorrilla nº 1. 47001 VALLADOLID
Telf. 983 413 615

Proyecto Hombre Castilla y León

Prevención y tratamiento de las drogodependencias y otras adicciones como la ludopatía. Sedes en distintas ciudades:

Burgos: www.proyctohombreburgos.com
León: www.proyctohombreleon.org
Salamanca: www.proyctohombresalamanca.es
Valladolid: www.proyctohombrevea.org

EL AZAR

Asociación de Jugadores en Recuperación de Palencia. Es miembro de FEJAR.
<http://elazarpalencia.blogspot.com.es>

ASALJAR

Asociación Salmantina de Jugadores de Azar en Rehabilitación. Desde 1992 y con una marcada proyección de Servicio Social y Utilidad Pública. Reúne e integra a personas con problemas relacionados con el juego de azar y de apuesta y a sus familiares, para ayudarles a superar este problema y sus desagradables consecuencias.
<http://www.asaljar.org>

AJUPAREVA

Asociación de Jugadores Patológicos Rehabilitados de Valladolid. Asociación declarada de utilidad pública por el Ministerio del Interior con el N° de Registro 1234 de Castilla y León. Asociación aconfesional y apolítica dedicada a la ayuda a personas que padecen problemas con el juego de azar (ludopatía). Es miembro de FEJAR.
<http://www.ajupareva.es>

ABAJ

Asociación Burgalesa Rehabilitación del Juego Patológico. Nacida en el año 1988 con el firme propósito de ayudar en la rehabilitación del juego patológico y ante la falta de cualquier otro canal alternativo para afrontar este problema.
http://www.ludopatiaburgos.es/acerca_de_nosotros.htm

CATALUÑA

Proyecto Hombre Cataluña.

<http://www.projectehome.cat/es/>

Jugadores Anónimos y Grupos de Familias GAM-ANON

www.jugadoresanonimos.org/

<http://www.gam-anon.com/>

Institut Pere Mata

Servicio de atención integral a la salud mental. Desde los servicios especializados de la red ambulatoria para adultos y para niños y jóvenes de menos de 18 años, hasta los recursos de hospitalización y otras especialidades.
http://www.peremata.cat/spa/tree/institut_pere_mata.html

Hospitales con unidades de asistencia al juego patológico

H. Sant Joan de Déu: www.hsjdbcn.org

H. Santa María de Lleida: www.gsslleida.org

H. Santa Caterina. Unitat d'atenció al Joc Patològic i Altres Addiccions no Tòxiques. Telf. 972 182 500 ext. 1243

H. Santa Creu i Sant Pau: www.santpau.cat

H. Clinic de Barcelona: www.hospitalclinic.org

FORA DE JOC

Asociació d'Ajuda a Famílies amb Ludòpates. FORA DE JOC se fundó el 1 de enero de 1995 por algunos profesionales que trabajaban en salud mental, frente al elevado número de casos de juego patológico en Catalunya. Esta entidad está apoyada por la Federación de asociaciones catalanas de afectados por los juegos de apuestas (FACAJOC).

http://www.ludopatia.org/web/index_es.htm

ACENCAS

Asociación Centro Catalán de Adicciones Sociales. ACENCAS es una asociación sin ánimo de lucro nacida en Barcelona en 1991 con el objetivo de ayudar a las personas (y sus seres queridos) que sufren ludopatía. Centra sus esfuerzos en el tratamiento a personas afectadas por problemas de adicción al juego y la realización campañas de prevención y denuncia de la mala praxis del juego de azar.

<https://www.acencas.es>

AIS

Atención e investigación de socioadicciones. AIS es una entidad de iniciativa privada, independiente, sin ánimo de lucro, declarada de utilidad pública y reconocida como centro sanitario de salud mental según resolución de la Dirección General de Recursos Sanitarios. Realiza servicios de documentación, investigación, formación, asistencia terapéutica y asistencia jurídica.

<http://www.ais-info.org/index.html>

AGAL

Associació Gironina d'Ajut al Ludòpata

<http://www.agal.org>

CEUTA

UCA

Unidad de Conductas Adictivas en Ceuta

<http://www.ceuta.es/ceuta/plan-sobre-drogas/unidad-de-juego-patologico>

COMUNIDAD VALENCIANA

VIDA LIBRE

Asociación Alicantina de Afectados por la Ludopatía y otras Adicciones. Constituida sin ánimo de lucro y con carácter provincial, el 30 de noviembre de 1.991. Se encuentra acreditada

como Centro de Día con el nº A/98/021 en el registro de centros y servicios de atención y prevención de las Drogodependencias de la Comunidad Valenciana. Es miembro de FEJAR
<http://www.vidalibre-alicante.org>

INID

Instituto de Investigación de Drogodependencias. Orientado al desarrollo de la investigación, formación y aplicación de programas y recursos, mediante la prestación de servicios y asesoramiento técnico a las entidades públicas y/o privadas que así lo requieran, de toda la problemática relacionada con las drogodependencias.

<http://inid.umh.es>

Unidad de Investigación de Adicciones Tecnológicas y Juego

Facultad de Psicología de la Universitat de Valencia Telf. 96 386 48 53

Proyecto Hombre Comunidad Valenciana

Prevención y tratamiento de las drogodependencias y otras adicciones como la ludopatía. Existen grupos en distintas ciudades:

Alicante: www.proyectorhombrealicante.org

Castellón: www.proyectorhombreamigo.org

Valencia: www.proyectorhombrevaleancia.org

PATIM

Prevención y Tratamiento de Drogodependencias y otras Adicciones. Grupo no lucrativo, especializado en intervención e integración en adicciones y otras conductas. Cuenta con nueve centros en la Comunidad Valenciana, siendo su principal marco de actuación la provincia de Castellón. Asociación miembro de FEJAR.

<http://www.patim.org>

NUEVA VIDA

Asociación de Jugadores Rehabilitados Nueva Vida. Surge por iniciativa de varios afectados por ludopatía de la localidad de Villena, que junto con el apoyo del médico de la Unidad de Conductas Adictivas (U.C.A.) de Villena y del psicólogo del centro de salud I y tras dos años de funcionamiento como grupo de autoayuda, deciden constituirse, en 1997, como Asociación sin ánimo de lucro. Está integrada en FEJAR.

<http://www.asocnuevavida.org/index.html>

Jugadores Anónimos

Jugadores Anónimos es una Hermandad de hombres y mujeres que comparten, unos con otros, su experiencia, fortaleza y esperanza, para poder resolver su problema común y ayudar a otros a recuperarse del problema del juego por apuestas. Existen varios grupos distribuidos por la provincia.

<http://www.jugadoresanonimos.org>

EXTREMADURA

Proyecto Hombre Extremadura

Prevención y tratamiento de las drogodependencias y otras adicciones como la ludopatía.

<http://www.conectatealavida.com>

FEXJAR

Federación Extremeña de Jugadores de Azar en Rehabilitación Telf. 620 010 894

ATABAL

Asociación para el Tratamiento de las Adicciones y Conductas

<http://www.asociacionatabal.es/>

AJER

Asociación de Jugadores en Rehabilitación. Trabajando con la colaboración del Excmo. Ayuntamiento de Plasencia, a través de la Concejalía de Servicios Sociales, y de la Consejería de Salud y Política Sociosanitaria del Gobierno de Extremadura. Disponen de un psicólogo titular, una psicóloga en prácticas, dos trabajadores sociales y dos educadoras sociales con los que, junto a enfermos rehabilitados, dirigen los tratamientos individuales, terapias familiares y de grupos necesarios. Asociada con FEJAR.

<http://www.ajerplasencia.org>

AEXJER

Asociación Extremeña de Jugadores de Azar en Rehabilitación. Asociación sin ánimo de lucro, con sede en la localidad de Almendralejo (Badajoz), tiene por finalidad, ayudar a través de la puesta en marcha de los Programas de Tratamiento, a todas aquellas personas que presentan problemas con el juego de azar. Pertenece a FEJAR.

<http://www.aexjer.es>

ACAJER

Asociación Cacerense de Jugadores de Azar en Rehabilitación. Su labor está centrada en la información, prevención y rehabilitación de las personas que tengan problemas con el juego de azar, así como a sus familiares y entorno.

<http://participacion.ayto-caceres.es/asociacion/acajer-asociacion-cacerena-de-jugadores-de-azar-en-rehabilitacion>

ADAT

Asociación Dombenitense de Ayuda al Toxicómano. Iniciados en el 2006, en ADAT ofrecen terapias individualizadas y en grupo tanto a enfermos como a familiares.

<http://www.adat.es/>

GALICIA

AGALURE

Asociación Gallega de Ludópatas Rehabilitados. Ofrece asesoramiento jurídico y apoyo técnico necesario para la rehabilitación de los afectados por la ludopatía. Agalure se ubica en la actualidad en la ciudad de La Coruña. Integrante de FEJAR.

<http://agalure.com>

GAJA

Asociación Gallega de Jugadores Anónimos, sin ánimo de lucro y miembro de FEJAR. Nació con el objetivo de ayudar a las personas con problemas con el juego y a sus familiares. Proporciona también charlas informativas, programas de prevención y actos de carácter más científico como Congresos o Seminarios.

<http://gaja.org>

Proyecto Hombre Galicia

Proyecto Home Galicia, forma parte de la Asociación Proyecto Hombre, de ámbito nacional, junto con otros veinticinco programas repartidos por toda la geografía española. Lleva 25 años trabajando en Galicia, en el marco de la rehabilitación y reinserción social de personas con todo tipo de adicciones.

<http://proyectohome.org/es/default.asp>

Unidad de Conductas Adictivas.

Complejo Hospitalario Universitario de Orense. Telf. 988369828 / 988369829

Unidad de Conductas Adictivas.

Complejo Hospitalario de Orense. Hospital Santa María Madre Telf. 988 369 828

Jugadores Anónimos. Grupo Volver a Vivir

<http://www.jugadoresanonimos.org/>

ISLAS BALEARES

Proyecto Hombre Islas Baleares

Prevención y tratamiento de las drogodependencias y otras adicciones como la ludopatía. Existen grupos en Palma de Mallorca, Ibiza y Menorca.

<https://www.projectehome.com>

PADIB

Plan de Adicciones y Drogodependencias de les Islas Baleares. Creado por profesionales de la rama sanitaria, psicología y social altamente cualificado para dar respuesta inmediata a cualquier cuestión relacionada con las drogodependencias y adicciones como la ludopatía.

<http://padib.caib.es/sacmicrofront>

Asociación JUGUESCA

Centro de Tratamiento de Adicciones y Juego, es una asociación no lucrativa que nace en el año 1997 en el seno de C.T.A. (Centre de Tractament de les Addiccions) con el objetivo de dar respuesta asistencial a los afectados por esta problemática y/o sus familiares.

<http://www.jguesca.es/Que.html>

LA RIOJA

Proyecto Hombre La Rioja

<http://www.proyectohombrelarioja.es>

ARJA

Asociación Riojana de Jugadores de Azar en Rehabilitación. ARJA tiene un convenio con la Consejería de Hacienda que de una manera consecuyente y voluntariosa concede una cantidad anual para paliar los daños producidos por el juego y dedicarla a la rehabilitación de las personas dañadas psicológicamente por el juego.

<http://www.arjarioja.es/>

COMUNIDAD DE MADRID

Proyecto Hombre Madrid

<http://www.proyectohombremadrid.org/wordpress/>

Jugadores Anónimos Madrid

<http://www.jugadoresanonimos.org/>

<http://gam-anon.com/donde.html>

GAP-APEAP

Asociación Madrileña de Psicólogos para el estudio de las Adicciones Psicológicas. Asociación sin ánimo de lucro, está formada únicamente por profesionales con más de 15 años de experiencia en la atención terapéutica ante problemas adictivos.

<http://www.apeap.es>

Fundación Manantiales

Fundación Manantiales es una entidad internacional de bien público dedicada a la investigación, prevención y asistencia integral de las adicciones con sedes en Argentina, Uruguay, Brasil y España.

<http://www.manantiales.org>

Fundación Hay Salida

Fundación privada sin ánimo de lucro y registrada en 2010. El fin principal de la Fundación Hay Salida es facilitar un tratamiento a todos aquellos enfermos que, deseándolo, no pueden

acceder al mismo por carecer de los recursos económicos necesarios. Asimismo, el programa incluye el apoyo y seguimiento de las familias de enfermos; tratamiento de la codependencia.

<http://www.fundacionhaysalida.com>

ATEJ MADRID.

Asociación Terapéutica del Juego. Asociación sin ánimo de lucro, nacida en Madrid en el año 1990 para ayudar a personas con problemas de ludopatía. Formada por un equipo profesional de psicólogos y ex jugadores.

<http://www.atej.org>

APAL

Asociación para la Prevención y Ayuda al Ludópata. Prevención y tratamiento de adicciones conductuales, especialmente la ludopatía. Declarada como entidad de interés social por la Comunidad de Madrid y miembro de FEJAR, ofrecen un servicio integral a todos los jugadores y familiares que deseen rehabilitarse de la adicción al juego.

<http://www.apalmadrid.org>

ALEJER

Asociación Leganense de Jugadores de Azar en Rehabilitación. Asociación miembro de FEJAR.

<http://www.alej.com>

Familias Anónimas de Jugadores F.A.J.

Asociación de hombres y mujeres, cuyos cónyuges, familiares, o amigos, han sido afectados por el problema del juego.

<http://www.dateunaoportunidad-faj.com>

AFUJER

Asociación Fuenlabreña de Jugadores en Rehabilitación. Perteneciente a FEJAR. Telf. 916 491 227.

MURCIA

Proyecto Hombre Murcia

Perteneciente a la Asociación Nacional Proyecto Hombre, tiene como objetivo luchar contra el problema de las dependencias en la Región de Murcia.

<http://www.proyectohombremurcia.es/>

Nueva Esperanza

Asociación de Ayuda a Jugadores en Rehabilitación de la Región de Murcia. Constituida en 2005 y miembro de FEJAR.

<http://www.asocnuevaeesperanza.com>

Jugadores Anónimos Grupo CARTAGENA

<http://www.jugadoresanonimos.org/>

ASMUJER

Asociación Murciana de Jugadores de Azar en Rehabilitación. Portal que ofrece un espacio interactivo dónde las personas, enfermas por la práctica de juegos con apuestas, familiares de los mismos o entidades, puedan obtener información sobre sus problemas, o buscar apoyo o terapia.

<http://www.asmujer.es>

NAVARRA

ARALAR

Asociación de Ludópatas de Navarra. Fundada en 1996 con la finalidad de responder a la demanda que un grupo de personas afectadas por la ludopatía. Cuenta con la colaboración del ayuntamiento de Navarra y Obra Social La Caixa. Integrada en FEJAR.

<https://www.asociacionaralar.org>

Proyecto Hombre Navarra

<http://www.proyectohombrenavarra.org/>

PAÍS VASCO

Jugadores Anónimos Grupo HERNANI

<http://www.jugadoresanonimos.org/>

Servicio de alcoholismo y ludopatías

Hospital psiquiátrico y salud mental extrahospitalaria de Álava.

<http://www.saludmentalalava.org/>

EKINTZA-ALUVIZ

Ayuda a Ludópatas de Vizcaya. Asociación de ayuda sin ánimo de lucro asociada con FEJAR, trabaja desde 1989 en la rehabilitación e inclusión social de las personas afectadas por ludopatía y otras adicciones sin sustancia.

<https://ekintzaaluviz.com>

EKINTZA DASALUD

Asociación de Rehabilitación de Adicciones Psicológicas de Guipúzcoa. Asociación sin ánimo de lucro dedicada a la rehabilitación de personas con problemas de dependencia a cualquier tipo de adicción psicológica o sin sustancia (ludopatía, adicción a las compras, al móvil, a Internet, etc.), formada por un equipo de Damas Salesianas, profesionales de la psicología y personal voluntario, que da servicio en Guipúzcoa desde el año 1994.

<http://www.ekintzadasalud.org/>

ASAJER

Asociación Alavesa de Jugadores en Rehabilitación. Colectivo formado en 1989 por profesionales de la Psicología y Trabajo Social, exjugadores, familiares y voluntarios. Centrado en dar respuesta a la problemática de los juegos de azar y otras adicciones (videojuegos, móvil, internet...).

<http://www.asajer.org>

Páginas Internacionales sobre el Juego Responsable

AMÉRICA LATINA

Juego Responsable (ARGENTINA)
SCJ. Superintendencia de Casinos de Juego (CHILE)
SEGOB. D.G. Juegos y Sorteos (MEXICO)

AUSTRALIA

Gamble aware
Gambling Help online
Problem Gambling. Australian Government
Problem Gambling. Gamblers Rehabilitation Fund
Responsible Gambling Awareness Week
Victorian Responsible Gambling Foundation

CANADA Y EEUU

British Columbia Responsible Gambling (CANADA)
Centre for Addiction and Mental Health (camh) (CANADA)
Niagara Prevention/Education Problem Gambling (CANADA)
Ontario Problem Gambling Research Centre (CANADA)
Problem Gambling Institute of Ontario (PGIO)(CANADA)
Responsible Gambling Council (CANADA)
Responsible GamIng Resource Centre (CANADA)
RG Check (RGC)(CANADA)
Safe o Sorry (Social Marketing by RGC) (CANADA)
American Gaming Association (EEUU)
California Council on Problem Gambling (EEUU)
Cambridge Health Alliance (EEUU)
Gamblers Anonymous (EEUU)
Los 21 pasos para DEJAR de Apostar (EEUU)
National Council on Problem Gambling (EEUU)
National Center for Responsible Gaming (EEUU)
Massachusetts Council on Compulsive Gambling (EEUU)
MedlinePlus, Biblioteca Nacional de Medicina (EEUU)
Problem Gambling (EEUU)
Psychiatric Research Interview for Substance & Mental Disorders (EEUU)
The Transparency Project (EEUU)

EUROPA

EASG

Asociación europea para el estudio de los juegos de azar
<http://www.easg.org>

Big Deal (GamCare's web for young people) (UK)

eCOGRA (UK)

Centre de Référence sur le Jeu Excessif (FR)

EVALUJEU (FR)

Federbet AISBL (UK)

Gam Care (Uk)

Gambling Act 2005 (UK)

Gamble Aware (by Responsible Gambling Trust) (UK)

Gambling Commission (UK)

Gambling Data (Gambling Compliance)(UK-EEUU)

Gambling Therapy (UK)

Responsible Gambling Strategy Board (RGSB) (UK)

Responsible Gambling Trust (UK)

The National Lottery Commission (UK)

CORDIS. Comisión Europea (UE)

European Association for the Study of Gambling (UE)

European Gaming & Betting Association (UE)

1. OMS. *Guía de bolsillo de la clasificación CIE-10 OMS*. (Ed. Médica Panamericana, 1992).
2. Lesieur, H. R. & Blume, S. B. The South Oaks Gambling Screen (SOGS): A new instrument for the identification of pathological gamblers. *American journal of Psychiatry* 144 (1987).
3. American Psychiatric Association. Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders | DSM Library. Available at: <http://dsm.psychiatryonline.org/doi/book/10.1176/appi.books.9780890425596>. (Accessed: 17th July 2017).
4. Hasin, D. S. *et al.* DSM-5 Criteria for Substance Use Disorders: Recommendations and Rationale. *AJP* 170, 834–851 (2013).
5. OMS. *Clasificación estadística internacional de enfermedades y problemas relacionados con la salud*. 1 (Pan American Health Org, 1995).
6. Hasin, D., Hatzenbuehler, M. L., Keyes, K. & Ogburn, E. Substance use disorders: Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders, fourth edition (DSM-IV) and International Classification of Diseases, tenth edition (ICD-10). *Addiction* 101, 59–75 (2006).
7. OMS. Definición de salud OMS. *WHO* (1948). Available at: <http://www.who.int/suggestions/faq/es/>. (Accessed: 17th July 2017).
8. Allami, Y. *et al.* A Longitudinal Empirical Investigation of the Pathways Model of Problem Gambling. *J Gamb Stud* (2017). doi:10.1007/s10899-017-9682-6.
9. Korn, D. A. & Shaffer, H. J. Gambling and the Health of the Public: Adopting a Public Health Perspective. *J Gamb Stud* 15, 289–365 (1999).
10. Alcantud, J. A. G. *Tractatus ludorum: una antropológica del juego*. (Anthropos Editorial, 1993).
11. Schwartz, D. Roll the Bones: The History of Gambling. *Roll the Bones: The History of Gambling, Casino Edition* 1–592 (2013).
12. Ministerio de Salud de Argentina. *Manual sobre el juego patológico*. (2015).
13. Orive, E. Q. D. 11.5 (De aleatoribus) y C. 3.43 (De aleae lusu et aleatoribus): precedentes romanos del contrato de juego. *Anuario jurídico y económico escurialense* 17–38 (2009).
14. Buján, A. F. de & Kraemer, G. M. G. *Hacia un derecho administrativo y fiscal romano II*. (Dykinson, 2013).
15. Cases, J. I. La transformación de las políticas públicas de juego de azar en España. *Gestión y Análisis de Políticas Públicas* (2011).

16. García Rodríguez, C. El marco jurídico de los juegos de azar y la incidencia de las nuevas tecnologías. (Universidad Complutense de Madrid, 2017).
17. Rose, I. N. Gambling and the law: The third wave of legal gambling. *Vill. Sports & Ent. LJ* 17, 361 (2010).
18. Comisión Europea. Libro verde sobre el juego en línea en el mercado interior. (2011).
19. Wykes, A. *El juego*. (Caralt, 1976).
20. BOE núm. 127. *Ley 13/2011*. (2011).
21. Dirección General de Ordenación del Juego. Consejo de Políticas del Juego | Dirección General de Ordenación del Juego. (2017). Available at: <http://www.ordenacionjuego.es/es/CPJ>. (Accessed: 6th November 2017).
22. Cases, J. I. La transformación de las políticas públicas de juego de azar en España. *Gestión y Análisis de Políticas Públicas* 75-103 (2011).
23. García Rodríguez, C. El marco jurídico de los juegos de azar y la incidencia de las nuevas tecnologías. (Universidad Complutense de Madrid, 2017).
24. Dirección General de Ordenación del Juego. Funciones Dirección General de Ordenación del Juego. (2017). Available at: <https://www.ordenacionjuego.es/es/conocenos>. (Accessed: 19th July 2017).
25. DGOJ. ¿Qué es Jugar Bien? | Jugar bien. (2017). Available at: <http://www.jugarbien.es/contenido/que-es-jugar-bien>. (Accessed: 27th July 2017).
26. Susana Jiménez-Murcia, Fernando Fernández- Aranda, Roser Granero & José Manuel Manchón. *Gambling in Spain: update on experience, research and policy.pdf*. (2013).
27. European Commission. Gambling. How *online* gambling works in the EU. *Growth* (2017). Available at: /growth/sectors/gambling_en. (Accessed: 29th August 2017).
28. Fundación Codere. *Anuario del juego en España 15/16*. (IPOLGOB-UC3M, 2016).
29. BOE. *Ley 13/2011*. (2011).
30. Mazón Hernández, M. & Chóliz Montañés, M. Factores económicos implicados en el juego y la adicción al juego. (2012).
31. Gambling Capital Consulting. Benchmark of Gambling Taxation and License Fees in Eight European Member States. (2013). Available at: file:///C:/Users/Bleric%20Alcala/AppData/Roaming/Zotero/Zotero/Profiles/87207xlh.default/zotero/storage/45FVEIFG/Advies_Gambling_Capital.pdf. (Accessed: 17th July 2017).
32. Dirección General de Ordenación del Juego. Memoria anual del juego 2016. (2017). Available at: <https://www.ordenacionjuego.es/cmisis/browser?id=workspace://SpacesStore/7d632e77-91ae-47a7-bd74-235922780c84>. (Accessed: 27th July 2017).
33. Dirección General de Ordenación del Juego. *Memoria anual del juego 2015*. (2016).
34. INE. Contabilidad Nacional (PIB). (2017). Available at: http://www.ine.es/prensa/pib_prensa.htm. (Accessed: 27th July 2017).
35. Gómez Yáñez, J. A., Cases Méndez, J. I., Gusano Serrano, G. & Lalanda Fernández, C. *Percepción social sobre el juego de azar en España 2016*. (2016).
36. Dirección General de Ordenación del Juego. Informe del Jugador *Online* | Dirección General de Ordenación del Juego. (2015). Available at: <http://www.ordenacionjuego.es/es/informe-jugador-online>. (Accessed: 21st March 2017).
37. DGOJ. Estudios e informes | Dirección General de Ordenación del Juego. (2017). Available at: <https://www.ordenacionjuego.es/es/estudios-informes>. (Accessed: 28th July 2017).
38. Dirección General de Ordenación del Juego. Operadores con licencias. (2017). Available at: <https://www.ordenacionjuego.es/es/operadores/buscar>. (Accessed: 27th July 2017).
39. Eduardo Morales & AZARplus. Juego *Online*: Turbulencia, fusiones, adquisiciones=cambios en el escenario. (2015). Available at: <http://www.azarplus.com/opinion-plus.php?idopinionplus=47>. (Accessed: 28th July 2017).

40. La Opinión Coruña. Evolución a partir del primer casino *online*. (2017). Available at: <http://mas.laopinioncoruna.es/contenido-patrocinado/evolucion-primer-casino-online>. (Accessed: 24th July 2017).
41. Contributor, B. The story of *online* casino bonuses. *BetStories | Sports betting, Casino, Poker, iGaming news* (2015).
42. Kuznick, D. B. Betting Blind: Problems with Proposed Federal Regulation of *Online* Poker. *J. High Tech. L.* 12, 450-486 (2011).
43. eCOGRA. eCommerce and *Online* Gaming Regulation and Assurance - eCOGRA - Home. (2017). Available at: <http://www.ecogra.org/>. (Accessed: 24th July 2017).
44. Wyatt, E. *Online* Gaming Loses Obstacle at Justice Department. *The New York Times* (2011).
45. ditrendia digital marketing trends. *Informe Mobile en España y en el Mundo 2016.pdf*. (2017).
46. Dirección General de Ordenación del Juego. La regulación del juego *online* en España.
47. Molinaro, S. *et al.* Country- and individual-level determinants of probable problematic gambling in adolescence: a multi-level cross-national comparison. *Addiction* 109, 2089-2097 (2014).
48. Blinn-Pike, L., Worthy, S. L. & Jonkman, J. N. Adolescent gambling: a review of an emerging field of research. *J Adolesc Health* 47, 223-236 (2010).
49. Ariyabuddhiphongs, V. Adolescent Gambling: A Narrative Review of Behavior and Its Predictors. *Int. J. Mental Health Addict.* 11, 97-109 (2013).
50. Messerlian, C., Derevensky, J. & Gupta, R. Youth gambling problems: a public health perspective. *Health Promot Int* 20, 69-79 (2005).
51. Bonnaire, C., Bungener, C. & Varescon, I. Subtypes of French pathological gamblers: comparison of sensation seeking, alexithymia and depression scores. *J Gamb Stud* 25, 455-471 (2009).
52. Potenza, M. N. Review. The neurobiology of pathological gambling and drug addiction: an overview and new findings. *Philos. Trans. R. Soc. Lond., B, Biol. Sci.* 363, 3181-3189 (2008).
53. Derevensky, J. L., Gupta, R. & Winters, K. Prevalence rates of youth gambling problems: are the current rates inflated? *J Gamb Stud* 19, 405-425 (2003).
54. Calado, F. & Griffiths, M. D. Problem gambling worldwide: An update and systematic review of empirical research (2000-2015). *Journal of Behavioral Addictions* 5, 592-613 (2016).
55. Welte, J. W., Barnes, G. M., Tidwell, M.-C. O., Hoffman, J. H. & Wieczorek, W. F. Gambling and Problem Gambling in the United States: Changes Between 1999 and 2013. *J Gamb Stud* 31, 695-715 (2015).
56. Gainsbury, S. M. *et al.* The prevalence and determinants of problem gambling in Australia: assessing the impact of interactive gambling and new technologies. *Psychol Addict Behav* 28, 769-779 (2014).
57. Tavares, H. *et al.* Gambling in Brazil: Lifetime prevalences and socio-demographic correlates. *Psychiatry Research* 180, 35-41 (2010).
58. Sharp, C., Dellis, A., Hofmeyr, A., Kincaid, H. & Ross, D. First Evidence of Comorbidity of Problem Gambling and Other Psychiatric Problems in a Representative Urban Sample of South Africa. *J Gamb Stud* 31, 679-694 (2015).
59. Calado, F., Alexandre, J. & Griffiths, M. D. Prevalence of Adolescent Problem Gambling: A Systematic Review of Recent Research. *Journal of Gambling Studies* 33, 397-424 (2017).
60. Griffiths, M. D. Problem gambling in Europe: what do we know? *Casino & Gaming International* 6, 81-84 (2010).
61. Bernal, V. & Onofre, J. Caracterización sociodemográfica y clínica de una muestra de jugadores patológicos que acuden a tratamiento psicológico. *Proyecto de investigación*: (2015).

62. Dirección General de Ordenación del Juego. Estudio sobre prevalencia, comportamiento y características de los usuarios de juego de azar en España. (2015). Available at: <http://www.ordenacionjuego.es/es/estudio-prevalencia>. (Accessed: 21st March 2017).
63. Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. Informe 2106 Alcohol, Tabaco y Drogas Ilegales en España. Encuesta sobre uso de drogas en los estudiantes de secundaria en España (Estudes). (2016).
64. Williams, R. J., West, B. L. & Simpson, R. I. *Prevention of problem gambling: A comprehensive review of the evidence*. (Prepared for the Ontario Problem Gambling Research Centre, 2012).
65. Ochando, M^a Dolores. GENES Y COMPORTAMIENTO: AZAR O NECESIDAD. (2002). Available at: <http://eprints.ucm.es/5993/1/OCHANDO-E-Prints-UCM.pdf>. (Accessed: 13th October 2017).
66. Débora Blanca & Susana Jiménez-Murcia. *Cuando el juego no es juego ¿es una adicción?* (Editorial Lugar, 2016).
67. Freud, Sigmund. La represión, Obras Completas. (1915). Available at: <http://bibliopsi.org/docs/freud/14%20-%20Tomo%20XIV.pdf>. (Accessed: 15th October 2017).
68. Jessor, R. *New Perspectives on Adolescent Risk Behavior*. (Cambridge University Press, 1998).
69. Fabiansson, C. Pathways to Excessive Gambling – Are Young People’s Approach to Gambling an Indication of Future Gambling Propensity? *Child Indicators Research* 1, 156–175 (2008).
70. Felsher, J. R., Derevensky, J. L. & Gupta, R. Lottery playing amongst youth: Implications for prevention and social policy. *Journal of Gambling Studies* 20, 127–153 (2004).
71. Derevensky, J. L. Youth gambling and problem gambling: Another high risk behavior. *International Center for Youth Gambling and High-Risk Behaviors* 1–14 (2007).
72. Neighbors, C., Lostutter, T. W., Cronce, J. M. & Larimer, M. E. Exploring College Student Gambling Motivation. *J Gambli Stud* 18, 361–370 (2002).
73. Foxcroft, D., Ireland, D., Lowe, G. & Breen, R. Primary prevention for alcohol misuse in young people. in *The Cochrane Library* (John Wiley & Sons, Ltd, 2011). doi:10.1002/14651858.CD003024.pub2.
74. Lavoie, M.-P. & Ladouceur, R. Prevention of gambling among youth: Increasing knowledge and modifying attitudes toward gambling. *Journal of Gambling Issues* 0 (2004).
75. Peter Kosonen. Effects of Teaching Statistical Laws on Reasoning About Everyday Problems. *ResearchGate* (1995). Available at: https://www.researchgate.net/publication/232477918_Effects_of_Teaching_Statistical_Laws_on_Reasoning_About_Everyday_Problems. (Accessed: 6th September 2017).
76. Schoemaker, P. J. H. The role of statistical knowledge in gambling decisions: Moment vs risk dimension approaches. *Organizational Behavior and Human Performance* 24, 1–17 (1979).
77. Gibson, B., Sanbonmatsu, D. M. & Posavac, S. S. The effects of selective hypothesis testing on gambling. *Journal of Experimental Psychology: Applied* 3, 126–142 (1997).
78. *Problem Gambling in Europe, Challenges, Prevention and Interventions*. (Springer New York, 2009). doi:10.1007/978-0-387-09486-1.
79. Dirección General de Ordenación del Juego. Proyecto del Real Decreto de Comunicaciones Comerciales de las Actividades de Juego y de Juego Responsable. (2015). Available at: <https://www.ordenacionjuego.es/es/proyectos-normativosyresoluciones>. (Accessed: 7th September 2017).

Listado de abreviaturas empleadas

APA: Asociación Estadounidense de Psiquiatría
APP: Amadeus Payment Platform
ARPU: Average Revenue per User
AWOL: Away Without Officially Leaving
CHURN o *attrition rate*: tasa de cancelación de clientes
CPA: Coste por Adquisición
CPJ: Consejo de Políticas del Juego
CRM: Customer Relationship Management
CTA: Call to Action
DGOJ: Dirección General de Ordenación del Juego
IXD: Interactive Design
IT: Tecnología de Información
MTT: Multi-table tournament
LÑP: Liga Española de Póker
OMS: Organización Mundial de la Salud
ONCE: Organización Nacional de Ciegos Españoles
PC: Computadora personal
RND: Real No Deposit
SEM: Search Engine Marketing
SELAE: Sociedad Estatal de Loterías y Apuestas del Estado
SMS: Short Message Service
SEO: Search Engine Optimization
SPAM: Stupid Pointless Annoying Messages
UI: User Interface
USD: United State Dollar
UX: User Experience
VIP: Very important person
WSOP: World Series of Poker

AGRADECIMIENTOS

Queremos agradecer a FEJAR y APAL su colaboración en la realización de los grupos focales, así como su dinamismo e interés en que se desarrollen proyectos como éstos. Asimismo, agradecemos especialmente a todos los jugadores en rehabilitación y a sus familiares su activa y valiosa participación.

→ estudios

Juventud y juegos de azar. Una visión general del juego en los jóvenes

La afición al juego es uno de los rasgos más característicos de las primeras etapas de desarrollo de los individuos de todas las culturas y también de muchas especies. Entre los seres humanos, esta afición por lo lúdico conlleva un componente de fantasía predominante en los niños y otro de aprendizaje predominante en los adolescentes. La edad juvenil abre un tiempo indefinido en el que el afán por el juego o su simple práctica parece conservar algo de esa fantasía y de ese aprendizaje y ser, al mismo tiempo, una actividad de distracción, esparcimiento u ocio en la que con frecuencia se concita también al azar como un invitado especial.

El Juego Responsable es una tarea de todos, del conjunto de la sociedad, y en particular de los reguladores y de los operadores del sector del juego. El reto conjunto es el de conseguir establecer los mecanismos más efectivos de protección para toda la población española en riesgo, independientemente del juego en el que participen, de si lo hacen de forma presencial u online, o de la provincia o Comunidad en que vivan. Ningún tratamiento o terapia supera en eficacia a la prevención