



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

ANÁLISIS TÉCNICO DEL JUEGO EN ESPAÑA-EVOLUCIÓN, PREDICCIÓN Y CONSECUENCIAS

Autor: Roberto M. Arangoa Caro
Director: Tomás Curto González

MADRID | Marzo 2022

DESCRIPCIÓN

Este trabajo de análisis e investigación busca como objetivo central aclarar y poner en perspectiva la situación actual del juego, ayudándose para llevar a cabo esta tarea de la extensa bibliografía documental con relación al juego y de las bases de datos existentes.

Para alcanzarlo se tratará de:

- Dar forma al concepto del juego como adicción real y actual.
- Exponer gráficamente la evolución del juego en los últimos años en España.
- Proporcionar un punto de vista técnico para analizar su crecimiento.
- Señalar las deficiencias actuales en la regulación y visión social del juego.

Palabras clave: Juego, adicción, evolución, deficiencias, regulación.

ABSTRACT

The paper's main purpose is to analyse and depict the current perspective on gambling, aided by the large documental bibliography related to gambling as well as the existing data bases. In order to achieve this, the paper will :

- *Re-shaping the concept of gambling as a real and current addiction.*
- *Show the evolution of gambling in Spain in recent years.*
- *Offer a technical point of view to determine its growth.*
- *Point out the current deficiencies on regulation and the social vision of gambling.*

Keywords: *Gambling, addiction, evolution, deficiencies, regulation.*

ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN	6
1. OBJETIVO PRINCIPAL DE LA INVESTIGACIÓN.....	6
2. METODOLOGÍA	7
II. APROXIMACIÓN A LA TEMÁTICA.....	8
1. PERFIL DE JUGADOR.....	8
2. BREVE REFERENCIA A LA AUTOPROHIBICIÓN.....	10
3. CONTEXTO LEGAL.....	12
i. Relevancia del contexto legal.....	12
ii. En la Unión Europea	12
iii. En España	14
4. TEORÍAS Y CONSIDERACIONES SOBRE LA ADICCIÓN AL JUEGO ..	16
i. Las aportaciones al concepto de juego	16
ii. Modelos de comportamiento	20
iii. Teorías sobre el juego patológico	23
III. ANÁLISIS DE LOS DATOS DE JUEGO	27
1. INTRODUCCIÓN DE LOS DATOS PRESENTADOS.....	27
2. APUESTAS DEPORTIVAS.....	28
i. Apuestas deportivas de contrapartida online: convencionales y directas.....	29
ii. Apuestas hípcas de contrapartida y cruzadas	32
iii. Apuestas hípcas mutuas y deportivas mutuas	33
3. MÁQUINAS DE AZAR, BINGO Y CASINOS.....	34
4. DEPÓSITOS Y RETIRADAS.....	43
5. GROSS GAMING REVENUE	46
6. PUBLICIDAD DEL JUEGO.....	48
IV. CONCLUSIONES.....	57
BIBLIOGRAFÍA	59

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: INCREMENTO PORCENTUAL DEL NÚMERO DE REGISTROS EN EL RGIAJ DESDE EL 2020 AL 2021.	11
GRÁFICO 2: CANTIDADES JUGADAS Y MARGEN DE JUEGO RECAUDADO EN APUESTAS DEPORTIVAS DE CONTRAPARTIDA CONVENCIONALES ONLINE (MILLONES DE €)....	30
GRÁFICO 3: CANTIDADES JUGADAS Y MARGEN DE JUEGO RECAUDADO EN APUESTAS DEPORTIVAS DE CONTRAPARTIDA EN DIRECTO ONLINE (MILLONES DE €).	31
GRÁFICO 4: COMPARATIVA DE CANTIDADES JUGADAS (MILLONES DE €) ENTRE LAS APUESTAS DEPORTIVAS DE CONTRAPARTIDA ONLINE CONVENCIONALES, Y EN DIRECTO.	32
GRÁFICO 5: CANTIDADES JUGADAS (MILLONES DE €) EN APUESTAS HÍPICAS DE CONTRAPARTIDA ONLINE ANUALMENTE.	33
GRÁFICO 6: CANTIDADES JUGADAS (MILLONES DE €) EN APUESTAS HÍPICAS DE CONTRAPARTIDA ONLINE ANUALMENTE.	34
GRÁFICO 7: DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE MÁQUINAS DE AZAR TOTALES EN ESPAÑA EN 2015 EN FUNCIÓN DE SU LOCALIZACIÓN.	35
GRÁFICO 8: DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE MÁQUINAS DE AZAR TOTALES EN ESPAÑA EN 2015 EN FUNCIÓN DE SU LOCALIZACIÓN.	36
GRÁFICO 9: DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE MÁQUINAS DE AZAR TOTALES EN ESPAÑA EN 2019 EN FUNCIÓN DE SU LOCALIZACIÓN.	37
GRÁFICO 10: NÚMERO DE CASINOS OPERATIVOS ANUALMENTE EN ESPAÑA (2011-2019).	39
GRÁFICO 11: DISTRIBUCIÓN DEL TOTAL DE CASINOS EN TERRITORIO ESPAÑOL (2019). ..	40
GRÁFICO 12: NÚMERO DE VISITANTES EN CASINOS ANUALMENTE (2011-2019).	41
GRÁFICO 13: DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE VISITANTES EN CASINOS EN TERRITORIO ESPAÑOL (2019).....	42
GRÁFICO 14: MAPA DE ESPAÑA INDICADOR DE LA DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE HABITANTES POR COMUNIDAD AUTÓNOMA EN 2019.	42
GRÁFICO 15: DEPÓSITOS Y RETIRADAS ONLINE REGISTRADOS DE FORMA TRIMESTRAL, DESDE ENERO DE 2013 A SEPTIEMBRE DE 2021.....	44
GRÁFICO 16: DIFERENCIA ENTRE DEPÓSITOS Y RETIRADAS ONLINE REGISTRADO DE FORMA MENSUAL, DESDE ENERO DE 2013 A SEPTIEMBRE DE 2021.	45
GRÁFICO 17: DIFERENCIA ENTRE DEPÓSITOS Y RETIRADAS ONLINE REGISTRADO DE FORMA ANUAL, DESDE 2013 A 2021 (*EL AÑO 2021 SOLO ESTÁ ACTUALIZADO HASTA SEPTIEMBRE, PERO SE ASUME PARA LA GRÁFICA QUE SE RECAUDARÁ LO MISMO QUE LOS TRES TRIMESTRES ANTERIORES).	46
GRÁFICO 18: GASTO TOTAL EN PUBLICIDAD AGREGADO MENSUALMENTE (JULIO 2019 – SEPTIEMBRE 2021).....	51
GRÁFICO 19: EVOLUCIÓN ANUAL DEL % DEL GGR DESTINADO AL GASTO EN PUBLICIDAD (INCLUYENDO TODOS SUS APARTADOS).	56

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: ESQUEMA REGULATORIO EN ESPAÑA DE LOS PRINCIPALES TIPOS DE JUEGOS A MODO DE RESUMEN DE LO EXPUESTO CON ANTERIORIDAD.....	15
TABLA 2: COMPARATIVA ENTRE LAS CIFRAS (EN EUROS €) REGISTRADAS POR LA DGOJ DE GGR Y LA DIFERENCIA ENTRE DEPÓSITOS Y RETIRADAS ONLINE.....	47
TABLA 3 COMPARACIÓN ENTRE GGR Y GASTO EN PUBLICIDAD (INCLUYENDO TODOS SUS APARTADOS), PORCENTAJE DEL GGR EMPLEADO EN EL GASTO EN PUBLICIDAD.	55

ÍNDICE DE ABREVIATURAS

DGOJ: Dirección General de Ordenación del Juego

FAD: Fundación de Ayuda contra la Drogadicción

RGIAJ: Registro General de Interdicciones de Acceso al Juego

UE: Unión Europea

TFUE: Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea

TJUE: Tribunal de Justicia de la Unión Europea

PPE: Partido Popular Europeo

LRJ: Ley de Regulación del Juego

APA: American Psychiatric Association

INE: Instituto Nacional de Estadística

GGR: Gross Gaming Revenue

RD: Real Decreto

I. INTRODUCCIÓN

1. OBJETIVO PRINCIPAL DE LA INVESTIGACIÓN

Es un hecho que recientemente se ha dado un progreso avanzado en la alerta y prevención de distintas adicciones, principalmente centradas en el uso de drogas. Sin embargo, se ignora en gran medida el problema que supone el juego cuando este se da en exceso. Su consideración como adicción es debatida, y en muchos casos subestimada. Esto resulta sumamente peligroso, especialmente debido a que es el sector joven el objetivo de nuevas campañas para promover el juego, prolongando y enardecido el problema ya existente, generando nuevos jugadores en las nuevas generaciones.

El objetivo principal del trabajo consiste en contextualizar y proporcionar datos y conclusiones para apoyar la perspectiva del juego como adicción, no solo a ojos de expertos en la materia, sino también desde una perspectiva legal y social. Durante el trabajo, se procurará ofrecer la imagen más clara posible de la patología del juego, acercándose así a la imagen del jugador y su psicología, y a continuación se estudiarán los datos emitidos por el Ministerio de Consumo y el Instituto Nacional de Estadística. El nexo o la unión entre estas dos mitades del trabajo es, en primer lugar, llevar a cabo una contextualización del juego patológico y sus raíces psicológicas, y la segunda parte se encargará de respaldar la idea principal de este trabajo, demostrar que el juego en España es una industria en crecimiento sin un límite aparente, cuyas diferentes ramas se expanden y controlan cada vez más a los jugadores, especialmente por medio de la publicidad (tema que se tratará individualmente en un apartado concreto).

Por ende, habiendo entendido la mente del jugador, así como las características del juego de azar en el que se ve envuelto y en especial los problemas sociales que acarrea, se tratará de comprobar que pese a conocer los efectos de esta adicción en la población, siendo un tema en el que la conciencia social cada vez se encuentra más centrada, continúa de todos modos el crecimiento acelerado del juego en España. La primera hipótesis consiste por lo tanto en la creencia de que, pese a que existen estudios e informes que demonizan al juego, y existe conciencia social al respecto,

el juego continúa creciendo y no existe perspectiva de que deje de hacerlo.

A su vez, el trabajo también estudiará la legislación actual en materia de juego, cuyos efectos en la conducta de los ciudadanos y en la actividad de las casas de apuestas no parece tener un impacto relevante. Este será otra hipótesis abordada, plantearse si la legislación actual en España del sector del juego no tiene en efecto una relevancia real, o si afecta al juego más de lo que pueda parecer en su inicio. Por tanto, se parte del punto en el que la hipótesis es que el efecto de la legislación en el juego es nulo o irrelevante.

2. METODOLOGÍA

A lo largo del trabajo, se tratará de alcanzar los objetivos propuestos de forma ordenada y pautada, extrayendo la información necesaria de las fuentes obtenidas para enfocar correctamente las perspectivas de este problema social.

Con el objetivo de obtener conclusiones que resulten de utilidad real, se atenderá en primer lugar a una parte más teórica del tema, dando forma y contexto al problema, mediante la revisión de literatura, accediendo a estudios y artículos que permitan establecer la base del trabajo. A continuación, se utilizarán datos obtenidos de fuentes fiables, principalmente de la Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ), con la intención de extraer utilidad de estos para poder exponer la evolución y los comentarios argumentalmente de manera adecuada. Estas bases de datos no solo son fiables, sino suficientemente amplias para extraer información y reflexiones relevantes.

II. APROXIMACIÓN A LA TEMÁTICA

Esta primera parte de aproximación a la temática del juego, así como el perfil del jugador y las teorías del juego patológico, buscan sentar las bases del juego y las razones por las que el jugador decida actuar de esta manera, evitando así ignorar el factor humano que este grave problema social acarrea. Una vez este análisis más abstracto de la temática del juego, se comprenderán mejor los riesgos que tiene el aumento del juego (si la hipótesis es en efecto válida) para los jugadores en España, y las implicaciones que tiene el crecimiento de esta industria y en particular de su publicidad abrasiva.

1. PERFIL DE JUGADOR

En primer lugar se debe definir el concepto de juego o “*gambling*”. El *gambling* podría definirse como aquella conducta en la que “el azar es el que determina los resultados ...por lo tanto, no hace falta ningún conocimiento o habilidad previa ni desarrollo de ninguna estrategia para conseguir un éxito (premio) ya que es la suerte la que lo determina” (Fundación de Ayuda contra la Drogadicción, 2020, párr. 1).

De esta manera se establecen dos tipos de jugadores a priori: Aquellos que carecen de habilidad o estrategia, y aquellos que no carecen de ellas. Por ende existe la posibilidad de ignorar absolutamente las leyes de la probabilidad, y aun así participar en esta actividad lúdica. La atracción de esta conducta se basa en la posibilidad de obtener una mayor cantidad de dinero que la invertida, y en una gran cantidad de ocasiones esta creencia es provocada por el desconocimiento de aquel que juega de sus probabilidades de ganar. En términos sencillos y abreviados, tal y como lo expresan Cunningham y Zichermann (2011), la ilusión de que el jugador tiene la oportunidad de ganar es vital para motivar al jugador, sin embargo que finalmente acabe ganando es mucho más complejo de lo que él comprende: “*either be the house, or get played*” (Cunningham y Zichermann, 2011;13), que en español habitualmente se traduciría como la frase: la casa siempre gana.

Descartando a los jugadores que las desconocen, se presta atención ahora a aquellos jugadores que sí conocen sus probabilidades de ganar, y que confían en ellas para

obtener beneficios. En ciertas ocasiones, resulta sencillo calcular la probabilidad de ganar del jugador: Si observamos la forma de un dado¹, por sus características podremos deducir que si apostamos a que una sola cara salga al tirar el dado, tendremos un sexto de probabilidades de ganar la apuesta frente a cinco sextos de probabilidades de perderla. Sin embargo, cabe aquí distinguir entre dos conceptos que la FAD (2020) diferencia, y que resultan cruciales para este trabajo. Por un lado existe la probabilidad teórica, aquella que podemos calcular, de manera sencilla o compleja atendiendo al caso, y de la cual no existe ningún tipo de duda, ya que es una certeza matemática. Por desgracia, a menudo se confunde con la frecuencia empírica. Este concepto es el que los jugadores ignoran o deciden voluntariamente ignorar. Si tiramos el dado 6 veces, según la probabilidad teórica, 1 de esos 6 intentos deberá mostrar nuestra cara ganadora. Sin embargo, la frecuencia empírica nos dice lo contrario. Podremos tirar el dado 6 veces, 10, o 60, y podrá ocurrir que en ninguna ocasión ganemos la apuesta. Inconsciente de este dato, el jugador continuará jugando con la esperanza de obtener la victoria en algún momento, y aunque (dependiendo del juego, claro está) gane en un futuro el juego, en ese tiempo el jugador habrá sufrido pérdidas, que en algunos casos extremos tratará de suplir apostando de nuevo para recuperar lo perdido. Es aquí donde se comienza a desarrollar el juego patológico.

En relación con el mismo, *el Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders* (5th ed.; DSM-5; American Psychiatric Association, 2013) exige para que se pueda clasificar como tal una serie de requisitos, de los que por lo menos deben cumplirse cuatro en el jugador en el año previo al diagnóstico:

- 1) Necesidad de jugar utilizando una cantidad de dinero progresivamente mayor con el tiempo.
- 2) Irascibilidad al sugerir acabar con la conducta o reconducirla.
- 3) Incapacidad para controlarse ante los impulsos del juego en repetidas ocasiones.
- 4) Apoderamiento de la mente por la necesidad de jugar.
- 5) Recurrir al juego en momentos de estrés/debilidad ajenos o propios al juego, de su vida externa.

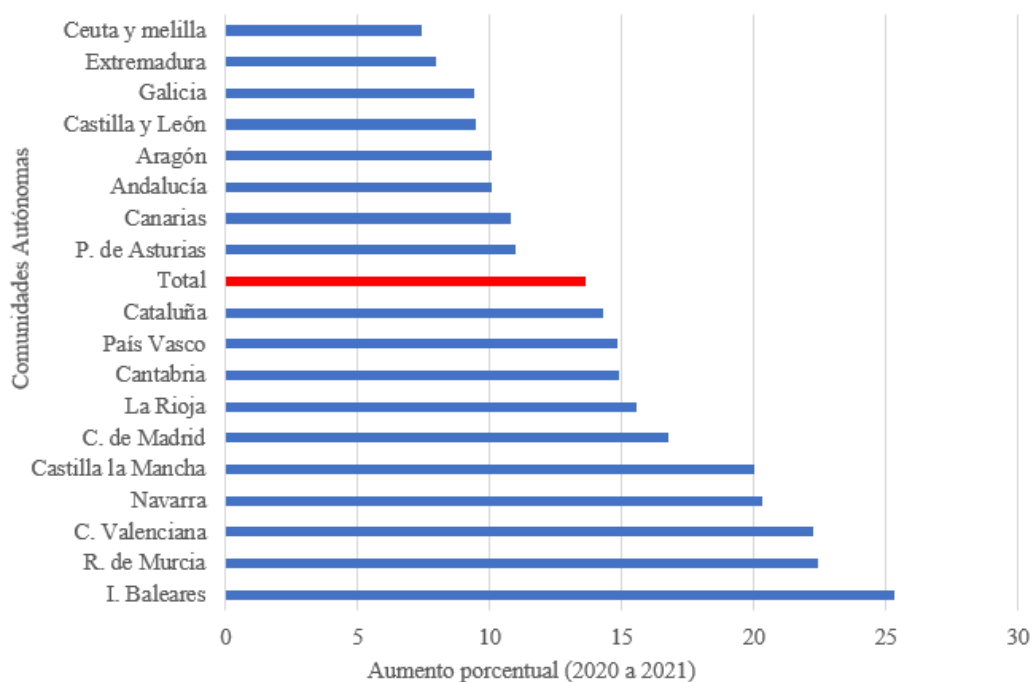
¹ Se menciona el dado como ejemplo, sin embargo cualquiera de los juegos que se exponen más adelante en el que intervenga el azar estará afectado por lo mencionado en los párrafos siguientes.

- 6) Tratar de recuperar el dinero perdido en el juego utilizando más dinero repetidamente.
- 7) Oculta su problema con el juego mintiendo sobre las cantidades que apuesta, las veces que frecuenta el local/la página, etc.
- 8) Poner en peligro las relaciones personales del jugador, con las personas cercanas al mismo o incluso su propio trabajo.
- 9) Requerir el apoyo de otros para solventar sus problemas económicos producidos por las pérdidas en el juego.

2. BREVE REFERENCIA A LA AUTOPROHIBICIÓN

El Ministerio de Consumo fomenta la restricción de los ciudadanos por cuenta propia de la ludopatía que puede llegarse a desarrollar por medio del juego. Para ello, facilita la inscripción al Registro de Interdicciones de Acceso al Juego (RGIAJ). La inscripción puede llevarse a cabo de forma presencial, online en la página de la Dirección General de Ordenación del Juego o bien mediante la app “DNIe autoprohibidos”. El objetivo de este registro es permitir a los ciudadanos españoles la posibilidad de limitar sus posibilidades de llevar a cabo cierto tipo de juegos, y de esta manera actuar como restricción para su propio beneficio. Por suerte, el número de ingresos en el registro es mayor que el del año pasado, y muestra un incremento positivo, en mayor o menor medida, pero en todas las Comunidades Autónomas (Dirección General de Ordenación del Juego [DGOJ], s.f.).

Gráfico 1: Incremento porcentual del número de registros en el RGIAJ desde el 2020 al 2021.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del RGIAJ, dentro de la DGOJ (s.f.).

La vigencia de la inscripción tiene una duración indefinida, no obstante el Registro permite su eliminación tras seis meses desde el momento de inscripción. Cada Comunidad Autónoma tiene competencia para regular sus registros, y estos serán de utilidad para los juegos que requieran la comprobación de la inexistencia de una inscripción en los registros comunitarios para poder jugar. En todo caso, siempre afectará al juego online, a nivel nacional, independientemente del territorio en el que se encuentre el jugador. Cada una de las Comunidades podrá establecer normativas autonómicas al respecto, y exigir la necesidad de la comprobación en el registro en los juegos en los que estime oportuno hacerlo.

En definitiva, el aumento de ingresos en el registro, y por ende de los ciudadanos que escogen limitarse en su consumo desproporcionado del juego, permiten tener una visión optimista hacia el futuro, en el que la legislación y las campañas publicitarias en contra del juego puedan remitir y quedar en segundo plano frente a la conciencia individual de cada individuo, plasmada en la realidad gracias al RGIAJ.

3. CONTEXTO LEGAL

i. Relevancia del contexto legal

Podría llegar a pensarse que, en un trabajo como este, el contexto legal no resulta de importancia, ya que el objetivo, como ya se ha expuesto, es el de reflejar las tendencias, evolución y predicciones del juego en España, gracias a las bases de datos aportadas. Sin embargo, su relevancia es incuestionable; para entender los movimientos de los jugadores y de los agentes que intervienen en el juego, es necesario primero haber establecido una base legal, que define la rigidez o flexibilidad del juego en el territorio en que este se lleva a cabo. No solo eso; adicionalmente, una de las hipótesis planteadas en el trabajo es conocer o tratar de averiguar si el efecto de la legislación en el juego no tiene relevancia o, por el contrario existe legislación que sí la tiene.

ii. En la Unión Europea

La Comisión Europea² (s.f.) no prevé ningún tipo de legislación especial para el juego, y permite libertad a los Estados miembros de la Unión Europea (UE) para regular como sea apropiado esta materia, respetando en todo momento el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE) y sus diversas matizaciones por la jurisprudencia procedente del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE). Así lo justifica al responder a las dudas sobre la interpretación del artículo 56 del TFUE (sobre la prohibición de restringir la libre prestación de servicios dentro de la Unión Europea) en la Sentencia del TJUE entre la Dirección Central de la Administración Nacional Tributaria y Aduanera de Hungría y Sporting Odds: “A falta de armonización en la materia en la Unión Europea, corresponde a cada Estado miembro apreciar en estos ámbitos, conforme a su propia escala de valores, las exigencias que supone la protección de los intereses afectados” (STJUE de 28 de febrero de 2018, C-3/17, § 20).

La tendencia hacia la flexibilidad de las leyes concernientes al “*gambling*”, y la intención de la Comisión de la Unión Europea de redirigir materias sobre conflictos

² Dentro de la Unión Europea, la Comisión se encarga de proponer las iniciativas legislativas, concretadas en propuestas de ley, por lo que la materia de la regulación del juego le compete, y es el órgano al que debemos acudir para observar la tendencia de la Unión entera.

internacionales entre países pertenecientes a la Unión hacia los tribunales nacionales, con el objetivo de no colapsar los organismos internacionales y asegurar una mayor fluidez administrativa y burocrática, se demuestra en las numerosas ocasiones en las que se ha pronunciado sobre estos conflictos. Esta misma tendencia se reitera en un comunicado de prensa emitido por la Unión en 2017, centrando su atención en eliminar los casos de juego no permitido o sin licencia, proteger a los consumidores y prevenir que ocurran situaciones ilegales de este u otros tipos (EU Newsroom, 2017).

Sólo en 2017, la mayor parte de casos sobre infracción de normativa europea que pudieron ser resueltos sin necesidad de intervención de Tribunal alguno, sino mediante una simple contestación por parte de la Comisión (EUR Lex, 2018), trataban sobre el juego en diversos países. En una gran cantidad de ocasiones, se centraba en la alegación por parte de diversas fuentes de la infracción sobre la legislación internacional de libertad de establecimiento y comercio dentro de la UE, y su pronta resolución es prueba de la intención de la Unión de tornar estos problemas hacia los tribunales nacionales. Esta misma intención se demuestra en la respuesta dada a la pregunta realizada por Birgit Collin-Langen, perteneciente en el momento de la realización de la pregunta al Partido Popular Europeo (PPE) del Parlamento de la Unión Europea, acerca de las desventajas para las empresas europeas ocasionadas por la legislación sobre el juego de Alemania, alegando la discriminación por parte del país de las empresas no alemanas (Diario Oficial de la Unión Europea, 2014). La Comisión tan solo reitera como respuesta su posición de observadora en el conflicto, y no observa una infracción clara en este aspecto.

Como se puede deducir por esta introducción, la legislación y control por la Unión Europea resulta muy laxa y permisiva. Sobre el “*gambling*” online, cada país establece sus propias normativas, en algunos casos permitiendo a un solo agente (público o privado) controlar el mercado del juego online, y en otros regulando en cierta medida la competencia mediante un sistema de licencias. El único aspecto que la Unión Europea parece regular en mayor medida es la protección del consumidor en servicios online, pero incluso esta parece exclusivamente basada en el TFUE y los apuntes y jurisprudencia del TJUE.

iii. En España

Se realiza una remisión en el inicio de este apartado de regulación al sexto punto del tercer capítulo destinado a analizar la publicidad en el juego. Tan solo se estudiará la regulación general del juego, y su distribución territorial en cuanto a materia estatal o comunitaria. Conviene estudiar independientemente una cuestión tan relevante para el tema como es la publicidad.

La regulación del juego ha evolucionado a lo largo de la historia, siendo los primeros precursores del juego legal las instituciones estatales como la Lotería Real (conocida actualmente como Lotería Primitiva) en 1763, la Lotería Nacional en 1812 y la creación de la ONCE en 1938 (Pérez et al., 2018). No obstante, los sucesos más importantes sobre los juegos de azar en España suceden a lo largo de la Transición. En 1977 se autorizan los juegos de azar, así como las apuestas privadas, y en 1978 se establece que serán las Comunidades Autónomas las que regulen los juegos en sus territorios, mientras que el Estado regularía a partir de ese momento las apuestas y loterías. Sin embargo, pese a que existe una multitud de normas y regulaciones sobre el juego en España, a nivel estatal y comunitario, destaca por encima del juego la Ley 13/2011, de 27 de mayo, de regulación del juego (de aquí en adelante, LRJ). Se deben realizar dos clasificaciones para comprender la regulación del juego en España: según el ofertante y según el ámbito en el que se desarrolla.

En primer lugar, según la entidad que lo oferte, el juego puede ser público y privado. El juego público es ofertado por el Gobierno de España, y consiste principalmente en la Sociedad Estatal de Loterías y Apuestas del Estado (SELAE), así como la Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE). Su labor es ofertar este tipo de juegos, mucho más sencillos de regular y administrar, en los que es más fácil mantener el concepto de juego seguro, recaudando dinero mediante la oferta de este tipo de juegos de forma pública. Por otro lado se encuentra el juego privado, para el que se requieren una serie de licencias y concesiones necesarias para ofertar el juego, y consiste de todo el resto de los juegos existentes. Cabe mencionar que cualquier juego no regulado se considera prohibido en base al artículo 5.3 de la LRJ.

Según el ámbito en el que se desarrolla podemos clasificar el juego en físico o digital. El juego ofertado físicamente es aquel que puede ser desarrollado y por tanto depende en mayor medida de un establecimiento u ofertante físico. Por norma general, cada Comunidad Autónoma regula su propia legislación de juego autónomamente, siempre que este se oferte sólo dentro del territorio de la propia Comunidad, una decisión jurisprudencial a consecuencia de la carencia de distribución de consecuencias por parte de la Constitución española. Por otro lado, el juego digital es aquel que se oferta de manera *online*, no dependiendo o estando anclado a un establecimiento físico, sino práctica o totalmente independiente de estos. Este es el juego que más reciente desarrollo ha sufrido, comenzando a elaborarse los primeros proyectos legislativos en los primeros años del siglo. No obstante, fue la LRJ la primera materialización real de la intención del legislador, ofertando una perspectiva regulatoria del juego online, y creando al mismo tiempo la DGOJ en la Disposición Transitoria Primera de la Ley para ejercer de control y autorización de las competencias en cuanto al juego y sus licencias. El juego online se regula exclusivamente por el Estado siempre que el juego se oferte en más de una Comunidad Autónoma (*International Comparative Legal Guides (2021)*).

Tabla 1: Esquema regulatorio en España de los principales tipos de juegos a modo de resumen de lo expuesto con anterioridad

<u>Tipo de juego</u>	<u>Juego concreto</u>	<u>Regulación- Digital</u>	<u>Regulación-Física</u>
Loterías	Lotería	Gobierno central	CCAA competente
Apuestas	Apuestas	DGOJ	CCAA competente
	Deportivas-Hípicas no incluidas	DGOJ	CCAA competente
	Ligas <i>fantasy</i>	N/A	N/A
Gaming	Casino	DGOJ	CCAA competente
	Bingo	DGOJ	CCAA competente
	Póker	DGOJ	CCAA competente

Fuente: Elaboración propia basada en International Comparative Legal Guides (2021:216)

4. TEORÍAS Y CONSIDERACIONES SOBRE LA ADICCIÓN AL JUEGO

i. Las aportaciones al concepto de juego

Conviene en este punto referirnos a los precursores del concepto de juego, aquellos autores que llevaron a cabo obras exclusivamente dedicadas a esta temática, y pese a que los dos autores mencionados no son ni por asomo los únicos en su disciplina, no se detallará la obra de ningún otro autor por no ser este el tema central del trabajo. Es necesario puntualizar de forma previa a este apartado que ambos autores se refieren al juego como tal, dentro del cual se circunscriben los juegos de azar que son objeto de nuestro interés, y comparten numerosas características con juegos en los que no interviene el azar.

El primer autor que resulta de interés para el concepto abordado es Johan Huizinga (1938). Entre sus numerosas obras, Huizinga lleva a cabo una serie de ensayos y obras sobre el juego, a lo que dedica de forma intermitente cuarenta años de su vida. El culmen de todos estos se da en su obra "*Homo Ludens*", publicada en 1938. El otro autor en el que se centrará este apartado es Roger Caillois, nacido décadas más tarde que Huizinga, pero que entrelazaría su obra "Los juegos y los hombres: la máscara y el vértigo" (1958) con la de este último autor, continuando así su legado y puntualizando en numerosas ocasiones los conceptos y definiciones de Huizinga.

En primer lugar, es conveniente realizar una aproximación al concepto de juego. Resulta indudable que existen una gran cantidad de juegos de todo tipo y modalidad, independientemente de que estos sean más o menos complejos, requieran de mayor o menor habilidad o estén dirigidos a un tipo de audiencia u otro. No obstante, existe para Caillois (1958) una constante que se repite en todos ellos: su concepción original de pasatiempo, de entretenimiento para el jugador del que no se espera nada más que la diversión y el recreo, a modo de distracción de preocupaciones o problemas externos que pierden su importancia al centrarse en el juego, incluyendo en ello cualquier tipo de juego, ya que esta característica está en la esencia de todos ellos, cartas, ruletas, o deportes más organizados. En esto precisamente difiere de Huizinga (1938). Este último utiliza el comienzo del juego del fútbol como referencia para establecer un ejemplo en el que la actividad "despreocupada" (tan esencial en el

mismo) no resulta evidente. Entiende el deporte como un elemento separador, contingente, donde actúa como pared o muro entre la parte lúdica del juego y la concepción más seria del mismo. Considera que al eliminar la naturalidad o sencillez del juego, este no puede ser considerado como tal³.

Así lo explica Huizinga en su obra, identificando la niñez o la infancia con el elemento lúdico, y la seriedad con la carencia del mismo: “Para jugar de verdad, el hombre, mientras juega, tiene que convertirse en niño. ¿Podría afirmarse esto de la entrega a un juego de agudeza tan extraordinariamente refinado? Si no así entonces este juego carece de la propiedad lúdica más esencial” (Huizinga, 1938:252).

Para Caillois (1958), el juego no solo es la definición de la palabra misma como actividad per se, sino que se extiende a los materiales u objetos que intervienen en el mismo. De esta manera, en el juego de la ruleta, el juego se extiende a los diferentes cuadros y números rojos y negros, en el póker ocurriría lo mismo con las cartas y las fichas utilizadas para apostar, etc⁴. A su vez, trata de establecer una serie de características afines (exceptuando un número limitado de juegos que no se ajustan a estas) a todos los juegos, entrelazándose con la obra de Huizinga (1938) que permite analizar algo más en detalle el juego y sus múltiples variedades. Por tanto un juego para poder ser considerado como tal debe ser una acción:

- 1) Autónoma: El jugador debe ser capaz de optar por no jugar en el momento en que lo considere adecuado. De no ser así, y obligar al jugador a jugar, perdería su esencia, y no podría ser considerado como juego. Estas mismas aportaciones de Caillois (1958) ya eran observadas por su antecesor: “Es algo superfluo. Sólo en esta medida nos acucia la necesidad de él, que surge del placer que con él experimentamos. En cualquier momento puede suspenderse

³ En este punto Huizinga (1938) hace alusión a esta misma idea del deporte como corrosión del carácter lúdico del juego en los juegos de cartas y tablero, alegando que si un juego excluye de forma absoluta el azar, carece de carácter lúdico por convertirse en deporte. De esta manera, los juegos de tablero serían un deporte, mientras que los de cartas mantendrían cierto carácter lúdico, en diferente medida. Finalmente, los juegos puramente de azar como la ruleta serían puramente lúdicos, sin intervención de habilidad alguna.

⁴ Caillois (1958) entiende que el juego incluye estos instrumentos con los que se realiza el mismo debido a la concepción del juego como actividad cerrada, en la que debido precisamente a englobar los instrumentos de juego dentro del juego en sí, no se necesita de ningún material externo o ajeno a la naturaleza o habilidad humana para llevarlo a cabo.

o cesar por completo el juego” (Huizinga, 1938:20). Nótese como el objetivo del trabajo cobra importancia en este punto. Si el juego (refiriéndonos en este caso a la acepción de juego de azar) se considera como adicción, esta característica no se cumple, y por ende deja de ser un juego.

- 2) Aislada: Cuando se juega, el jugador sabe que está jugando, hay un comienzo y un final, y se desarrolla en un lugar concreto. Una vez más aquí podemos destacar otra contradicción actual, ya que sin ir más lejos las apuestas deportivas se pueden realizar en cualquier momento, sobre cualquier deporte en cualquier parte del mundo. No es realmente una actividad separada si el comienzo y el final no existen.
- 3) Desconocida: El jugador desconoce el resultado del juego, ni puede conocerlo de forma previa a jugar, ya que esto quebraría el concepto de juego en sí mismo. Esta característica se mantiene en los juegos de azar, donde es más importante cuanto mayor intervención tenga el azar⁵.
- 4) Infructuosa: No se genera según el autor ningún beneficio o bien que no intervenga desde el principio del juego. Podría compararse en la materia de las ciencias puras con la primera ley de la termodinámica, la Ley de la Conservación de Energía. Durante el juego, el dinero o los bienes aportados no se crean ni se destruyen, tan solo se transforman (pasando a las manos de otro jugador).
- 5) Regulada: dentro del propio juego, una serie de normas se establecen como inquebrantables.
- 6) Ilusoria: el jugador es consciente de que el juego no es la vida real, y que se trata de un paréntesis en el transcurso ordinario de la vida. Cabe plantearse aquí si las personas que sufren de la adicción al juego entienden este concepto

⁵ En una partida de blackjack, conocer el resultado puede llegar a ser una habilidad que el jugador desarrolla mediante el recuento de cartas repartidas y las que no lo han sido aún (Thorp, 1966), por lo que no es una actividad tan incierta. Sin embargo, en juegos en los que el papel del azar es mucho mayor (como las loterías) esta característica se encuentra más presente.

de la misma manera, o se encuentra tan entrelazado con su propio día a día que confunden una realidad con la otra, incrementada esta confusión por la introducción de las tecnologías y el bombardeo publicitario, que no permiten al subconsciente del jugador realizar la distinción mencionada.

Sin embargo, como ya se ha mencionado, estas características y la teoría mencionada responde en gran medida a todos los juegos (pese a que se hayan hecho anotaciones respecto del tema que nos concierne). Consciente de esto mismo, Caillois (1958) decide separar en cuadrantes los juegos, para poder así centrarse en cada uno. Los cuadrantes son “Agon, Alea, Mimicry e Ilinx” (Caillois, 1958:41).

Agon es interpretado por el autor como el enfrentamiento entre rivales en un campo/terreno determinado, en la que emplean sus cualidades a fondo para obtener un ganador, con el azar rezagado o casi invisible en el fondo del juego. Aquí entrarían los deportes tradicionales, pero se incluirían también juegos de habilidad como el billar, el ajedrez...

Mimicry e Ilinx son sencillos de entender, y en estos se recogen los juegos de imitación o disfraz (encajarían simples juegos teatrales) y el de causar alteraciones de la realidad (Caillois (1958) pone de ejemplo los derviches) respectivamente.

En el que se centra este trabajo, sin embargo, es en el cuadrante Alea. El nombre de esta clasificación hace referencia al azar, la fortuna (Real Academia Española, s.f.). Mientras que el Agon potencia y apremia la competición de habilidades entre jugadores, el Alea se encuentra en oposición absoluta al Agon, centrado exclusivamente en la fortuna y el azar, llegando a realizarse apuestas (Alea) sobre deportes (Agon), ya que pese a que este último se haya definido como prácticamente carente de intervención del azar, el resultado en sí debe ser desconocido, y por tanto sujeto a las leyes de la probabilidad⁶. Existe corrupción en todos los cuadrantes de la clasificación de los juegos, pero esto sucede especialmente en los juegos de azar,

⁶ Sea el ejemplo de un partido de fútbol entre dos equipos. Uno de ellos tiene en su plantilla a los mejores jugadores de su liga, mientras que el otro apenas tiene jugadores competentes. El juego en sí no es aleatorio; los dos equipos intentarán ganar utilizando sus habilidades, y serán estas las que provoquen un gol en un momento determinado. Sin embargo, el resultado es impredecible, y puede ganar el peor equipo; es esta falta de certeza la que genera las apuestas deportivas.

donde esto sucede a partir del momento en el que el jugador ya no ve el juego como probabilidad pura, sino que comienza a ser influido por la superstición: “En efecto, para quien se pone en manos del destino resulta tentador tratar de prever su fallo u obtener su favor” (Caillois, 1958:92).

ii. Modelos de comportamiento

En el campo de la psicología, existe diferenciación entre dos conceptos fundamentales que afectan al comportamiento de los jugadores. Estos conceptos son el conductismo, el cognitivismo (Ñíguez, M. D., y Sanmartín, L. P., 2021). Resulta especialmente relevante entender estos dos conceptos, e interiorizarlos para poder realizar aportaciones con sentido y trasfondo a lo largo del trabajo, en el que se hará referencia a estos conceptos para explicar otras áreas a desarrollar.

El conductismo consiste en una teoría que data de principios del siglo XX, según el cual los comportamientos humanos vienen determinados por los efectos de factores externos, que influyen a las personas a actuar de cierta manera, tanto en el juego como en la vida. Los estímulos a los que el jugador se expone pueden ser externos, es decir, procedentes de lo que rodea al jugador, su entorno, o internos. Estos últimos son consecuencia de la vida personal del individuo, su infancia, la presión social... El individuo expuesto a estos estímulos constantes, que no se detienen en ningún momento ni tienen porque ser detectados por el jugador influyen al jugador, provocando que tome decisiones a consecuencia de esto. (Watson, 1913). El autor más importante para comprender el conductismo, y el que más desarrolló el término y sus aplicaciones fue Skinner (1976). Este autor desarrolló el área del condicionamiento al conductismo que Watson (1913) introdujo en su momento. Lo que Watson (1913) entendía como conductismo era su concepción como una rama más arriesgada o experimental de las ciencias naturales, cuya principal misión era poder predecir el funcionamiento de las personas observando sus respuestas a conductas. De esta manera, el autor comprende al ser humano como un ser carente de introspección, y lo analiza fríamente desde un punto de vista objetivo. Mediante experimentos con animales, analiza los resultados a los que más tarde llegaría también Pavlov (1951). El problema de ambos consiste en extrapolar los conceptos extraídos del conductismo obtenidos por estos experimentos con animales a la

psicología humana, sin tener en cuenta otras variables.

Años más tarde, Skinner (1976) profundiza en el concepto del conductismo, interpretándolo no como la ciencia de la psicología que Watson consideraba, sino como la filosofía que se encarga de estudiarla. Rechaza la visión de Watson y Pavlov de la falta de conciencia, y añade esta variable (al tiempo que rechaza más de diez conceptos que sus predecesores habían dado por válidos) al conjunto general de la observación. El conductismo resulta tan relevante a este trabajo por su aplicación al gambling, y en gran medida esto se debe al trabajo de Skinner (1991). El concepto que este autor propone es el del condicionamiento operante, en el que se establece que el comportamiento de un individuo (en nuestro caso, de un jugador) está condicionado por los estímulos que se le dan al individuo una vez realiza una acción, pudiendo ser:

- 1) Castigo: Los castigos buscan eliminar las conductas del individuo que se pretendan eliminar, y pueden ser positivos o negativos. Si son positivos, los castigos tratarán de generar estímulos que el individuo no desee para que no repita la conducta (por ejemplo, dar una descarga eléctrica al jugador cada vez que juegue). Los castigos negativos tratarán de lograr lo mismo, pero generando sensación de abstención al individuo al privarle de sentir los estímulos que desea por realizar una conducta (que el jugador gane una apuesta, y no obtenga dinero, o no se ilumine la pantalla, no suenen sonidos que lo festejen...).
- 2) Refuerzo: El refuerzo busca lo opuesto que el castigo, generan estímulos al individuo para fomentar una conducta que no era propia del mismo, o que por lo menos no habría realizado de no ser por la emisión del estímulo. Si el refuerzo es positivo, cuando el sujeto se comporte de la manera que se pretende lograr, recibirá un estímulo que desee (si el jugador entra en la aplicación para apostar pero no lo hace, y cierra la aplicación, recibe un mensaje felicitándole). Por otro lado, de ser negativo el refuerzo, suprimirá los estímulos que el sujeto no desee para que se comporte de cierta manera (este es el caso más complejo, ya que resulta difícil imaginar una manera en la que la necesidad de jugar pueda ser suprimida, excepto con terapia u otros

medios más novedosos como la auto prohibición).

En el gambling, la principal intención de los proveedores de servicios de juego no gubernamentales es la de ofrecer refuerzos positivos para que el jugador necesite jugar, recompensándole por el juego otorgándole fichas gratis, más descuentos o mediante estímulos sensoriales. El mejor ejemplo de esto son las máquinas de tipo B⁷, en las que el jugador es asaltado por una cantidad exuberante de estímulos que le llaman a jugar, y cuando gana emite incluso más ruido y luces que normalmente, reforzando positivamente el comportamiento del jugador, e instándole a él y a los que se encuentran en el establecimiento a jugar más veces para volver a experimentar la sensación. Incluso el premio está sujeto a esta teoría, ya que el ruido del premio al caer en el depósito de la máquina cuando se gana también genera la misma sensación en el jugador. Un área no explorada, y en la que el conductismo podría considerarse influyente en gran medida, es la aparición de las nuevas tecnologías en este aspecto. Cuando una aplicación de apuestas online no registra que un usuario ha entrado en un tiempo, envía una notificación a la pantalla del individuo, que al ver esta notificación se siente absorbido una vez más a entrar en la aplicación. Esto no es más que un castigo positivo, quizás menos drástico que un calambre, pero psicológicamente más efectivo, al estar siempre disponible (siempre y cuando el individuo acepte esta opción).

El cognitivismo consiste en el estudio de la cognición, el ejercicio mental por el que el jugador obtiene los conocimientos y asimila conceptualmente los ejercicios que se le plantean en el juego, principalmente ayudándose de las herramientas de la experiencia, los sentidos y el pensamiento (Lilienfeld et al., 2010). Esencialmente, lo que el cognitivismo introduce en la práctica es la necesidad de tener en cuenta las emociones para evaluar la conducta de los individuos. Por esa razón, el cognitivismo rechaza abiertamente la mayor parte de las prácticas que acepta el conductismo, y no resulta de extrañar que haya sido desarrollado posteriormente. El conductismo se basaba en observar el comportamiento observado del jugador en nuestro caso, sometido a estímulos en distintas situaciones, mientras que la intención del

⁷ Comúnmente conocidas como máquinas tragaperras, o recreativas con premio. Mediante la inserción de una cantidad de dinero limitada, permiten el uso de la misma durante un tiempo concreto, hasta que se agota, y cuando el jugador gana el premio se recibe en metálico.

cognitivismo trata de promover el procesamiento mental por el jugador.

iii. Teorías sobre el juego patológico

Habiendo introducido el concepto de juego, las principales aportaciones al mismo y los modelos de comportamiento que afectan a los jugadores, podemos en este momento comenzar a hablar sobre el juego patológico. Como ya se ha mencionado, el juego en sí no es un problema, sino que se trata de una actividad económica legal en prácticamente todo el mundo siempre que se posea una licencia determinada. El problema se da cuando el juego se transforma en juego patológico, y puede ser considerado como ludopatía. Este trastorno se genera cuando se cumplen ciertos requisitos en dos aspectos. En el aspecto personal, el jugador debe cumplir al menos cuatro de los puntos establecidos por la APA (2013) en el último año, considerándose así como juego patológico leve (si el jugador cumple de ocho a nueve de los puntos, será una patología grave).

Por otro lado, en el aspecto abstracto del juego, este podrá generar un problema en el jugador a nivel de salud pública cuando se dan las tres leyes del juego (Chóliz et al., 2021):

- 1) Ley de la Dinámica del Juego: Hace referencia a un concepto ya visto en el apartado anterior, el juego como actividad infructuosa. El dinero se traslada de un jugador a otro, cambiando de manos, pero en ningún momento el juego en sí genera dinero o lo hace disminuir de ninguna manera.
- 2) Ley de la Pérdida Esperada: Las probabilidades de que el jugador no gane aumentan de forma proporcional a la frecuencia con la que el jugador introduce su dinero en el juego.
- 3) Ley de la Adicción: La necesidad de jugar aumenta cuanto más juegue el jugador, lo que puede llegar a devenir en el juego patológico.

Una vez este doble aspecto del juego patológico queda establecido, debemos diferenciar el juego responsable del juego ético. El juego responsable, enunciado en el Modelo Reno (Blaszczynski et al., 2004) se focaliza en dos pilares esenciales. En primer lugar, el jugador es el que tiene la decisión final entre jugar y no jugar, y

escoger cualquiera de estas dos opciones depende de él. Sin embargo, para que el jugador pueda tomar esta decisión de forma responsable, debe estar siempre correctamente informado. Existe un conflicto entre la libertad del jugador para tomar sus decisiones de forma independiente, y la responsabilidad de las empresas que ofrecen juegos de azar sobre sus propios consumidores. Pese a que esta es un área gris en la que la regulación entre libertades civiles y la responsabilidad o “*duty of care*” se confunden e intersecan, queda clara la intención general de informar al jugador. Como se puede observar, esta teoría del juego responsable no sitúa prácticamente nada de la responsabilidad del juego patológico sobre los agentes que ofrecen los servicios, sino que pone en los hombros del jugador la decisión de jugar o no, añadiendo tan solo el deber de información de las empresas.

Por otro lado, la teoría del juego ético (Chóliz, 2018) no se detiene en este punto. Esta teoría asume como base que la información suministrada al jugador no es suficiente, y que por ende su utilidad como prevención de juego patológico es limitada, corrompiendo el segundo pilar de la teoría del juego responsable. Esto se debe a la adicción que genera el juego en ciertos jugadores, que provoca que estos jueguen cada vez más, incrementando las cantidades y las veces que juegan, aspecto que las empresas fomentan mediante el bombardeo publicitario en televisión, redes y otros medios de comunicación. Se debe entender a su vez la adicción al juego de manera equiparada a la drogadicción, estimulando el mismo tipo de reacciones en el organismo humano que las drogas, otorgando una gratificación sensorial que provoca al individuo querer (en los casos de juego patológico, necesitar) volver a jugar (APA, 2013). Esta teoría se encuentra respaldada por las corrientes cada vez más progresistas en muchos países en lo que concierne a la RSC, o Responsabilidad Social Corporativa, que tratan de exponer la necesidad de que las empresas proveedoras de estos servicios estén ligadas a mayores requerimientos para la prevención del juego patológico (Hancock, 2008). La RSC para estas empresas se basa a su vez en la capacidad de identificación de jugadores patológicos en los mismos locales por las empresas, identificación de patrones en las aplicaciones y otros juegos y la posibilidad de realizar observaciones más detalladas para identificar y prevenir a tiempo la ludopatía gracias a los datos de los jugadores (cantidades jugadas, veces que se juega, número de cuentas...).

No solo es la APA la que apoya la consideración del juego como adicción, esta existe desde tiempos mucho anteriores al informe citado en el que se reconoce esa afirmación como cierta. Otros autores han realizado estudios concretos sobre amplias muestras de jugadores, obteniendo importantes conclusiones que respaldan lo mencionado. En particular, Echeburúa (1994) elabora un Cuestionario de Juego Patológico en el que mediante una serie de preguntas, obtiene la conclusión de que “el juego patológico guarda una estrecha relación con otros cuadros clínicos (ansiedad, depresión y dependencia de sustancias psicoactivas, especialmente) y supone una alteración sustancial de la adaptación familiar, laboral y financiera y social del sujeto” (Echeburúa et al., 1994:783). De esta manera liga el concepto del juego con el de enfermedades psicológicas, y su efecto directo en la vida del jugador.

Se pueden diferenciar cuatro tipos de jugadores principalmente, cuya diferenciación principal es la motivación y la razón por la que juegan. Estos tipos, o más adecuadamente, etapas, se asemejan en gran medida a aquellas que sufre un drogadicto (excepto la primera, aunque existen ciertas drogas consumidas para aumentar la efectividad profesional, como los estimulantes). Se ordenan a continuación según los problemas que suponen para el jugador y su nivel de adicción al juego (González, 1989; Labrador y Becoña, 1994):

- 1) Jugador profesional: Este tipo de jugador, en gran cantidad de ocasiones especializado en uno o varios tipos de juego, juega con la intención de ganar, sin embargo se diferencia del resto de tipos de jugador en que utiliza la técnica concreta más adecuada para obtener la victoria, es decir: trata de convertir el juego de azar en deporte, de Alea a Agon. No supone una adicción en la mayoría de los casos, ya que no le ciega la pasión del juego y la inmadurez propia de otros tipos (González, 1989; Labrador y Becoña, 1994).
- 2) Jugador social: El jugador depende de la presencia de otros, o el acompañamiento durante un tiempo determinado para jugar, y las ganancias o pérdidas del juego no suponen un gran cambio para su estado mental ni patrimonial, sino que se puede permitir jugar eventualmente. Este tipo de jugadores suelen ser los más habituales, y se encuentran en una situación algo menos cómoda que los profesionales (González, 1989; Labrador y Becoña,

1994).

- 3) Jugador problemático: Un paso más lejos que el jugador social se encuentra el problemático, aquel que ha cruzado la frontera del juego esporádico y acude con más frecuencia al juego, en algunas ocasiones para aliviar otros problemas vitales que le conciernen y de los que se pretende evadir. No obstante, las pérdidas son cada vez mayores, aunque aún tiene la posibilidad de abstenerse con cierto autocontrol (González, 1989; Labrador y Becoña, 1994).
- 4) Jugador patológico: Ya se han observado las características que se deben dar para que se considere la conducta de un jugador como patológica, cuyos efectos secundarios son la utilización del juego como refugio psicológico, las pérdidas acumuladas debidas al mismo, cierta agresividad basada en la falta de reconocimiento del problema que sufren y muchas otras más.

III. ANÁLISIS DE LOS DATOS DE JUEGO

Habiendo puesto en evidencia los riesgos del juego, las comparaciones tan terroríficamente cercanas con las drogas y otras sustancias adictivas, así como la comprobación de las fases de la adicción, cualquier lector de este trabajo hasta este punto pensaría, de forma totalmente lógica y razonable, que al ser considerado una actividad adictiva, semejante a una droga, y cuyos efectos psicológicos y patrimoniales son devastadores en aquellos que ceden a su influencia, esta *droga* por así decirlo estaría prohibida o limitada por cualquier país que tuviera cierto aprecio por sus ciudadanos. No obstante, debido principalmente a la normalización del juego, existiendo máquinas en un gran número de bares y locales, y a la proliferación de casas de apuestas y aplicaciones online, el juego se encuentra aceptado socialmente.

Hasta este momento del trabajo, parece que el Gobierno de España no ha considerado que el problema del juego sea digno de merecer una regulación más estricta, ya que se trata de un problema menos visible que el de otras adicciones. No obstante, aún resta por analizar el efecto en los datos que la legislación sobre la publicidad del juego tiene, y comprobar si tampoco tiene efecto en los datos mostrados o si la intervención de las normas emitidas influencia de alguna manera al juego, validando o rechazando la hipótesis inicial sobre la carencia de efecto en el mismo.

Adicionalmente, y una vez conocido el problema social que supone el juego, las consecuencias que acarrea, pese a que el Gobierno no parezca imponer leyes más estrictas al respecto, podría llegar a pensarse haciendo ejercicio del uso de la razón que la población española rechazaría el juego, y se alejaría del mismo una vez conocida la información expuesta en los apartados anteriores. No obstante, y de acuerdo con la primera hipótesis del trabajo, la percepción general es que el juego se encuentra en alza en España. Por medio de los gráficos y el análisis de los datos expuestos en el capítulo tercero se tratará de comprobar esta hipótesis.

1. INTRODUCCIÓN DE LOS DATOS PRESENTADOS

Los datos que se incluyen en los siguientes apartados, y a lo largo de todo el capítulo en general, son principalmente obtenidos de la Dirección General de Ordenación del

Juego (DGOJ), que abre al público una serie de datos no filtrados en los que se muestran objetivamente diversos factores, y los valores que los componen en una serie temporal. Los datos expuestos en el trabajo están actualizados hasta septiembre de 2021 o hasta 2019, dependiendo del apartado, siendo este el máximo alcance disponible en la fecha de redacción final de este apartado (24 de marzo de 2022). Si los datos que se desarrollan más adelante en este apartado han sido alterados, corregidos o actualizados por el Ministerio de Consumo o cualquiera de los otros servidores de los que se extraen los datos en el momento de lectura de este trabajo, no se encuentra bajo la responsabilidad del autor, y tampoco lo está en el caso de que la modificación, adición o eliminación de datos induzca a algún tipo de error si es citado por otras partes.

2. APUESTAS DEPORTIVAS

Las apuestas deportivas son uno de los mayores pilares del mundo del gambling, existentes desde el primer momento de la historia en el que se comienza a jugar. Como ya se ha explicado, las apuestas deportivas suponen un juego en el que interviene el azar (Alea), donde el resultado es aleatorio, sin embargo se basan en otro juego en el que el resultado es impredecible, un juego serio (Agon) como los deportes (Caillois, 1958). Claro está que las apuestas deportivas se expanden en numerosas áreas, tantas prácticamente como deportes hay. Ni siquiera es necesario que esté regulado o existan unas normas, sino que es suficiente con una actividad en la que un resultado sea aleatorio (puede realizarse sobre cualquier cosa, aprobar o no un examen, sacar una determinada nota, que una moneda caiga sobre una cara u otra...). No obstante, en este apartado nos centramos en actividades reguladas como deporte por la DGOJ, y las apuestas registradas de manera presencial y online, gubernamental y comunitaria.

Dentro de las apuestas se engloban diferentes tipos de apuesta que se desarrollarán individualmente, debido a su diferente comportamiento y evolución. En cada apartado, se explicará inicialmente la descripción del tipo de apuesta y a continuación se examinará su evolución, y se apoyará este análisis en argumentos de distintas fuentes cuando sea necesario. En gran medida, los datos proporcionados y analizados

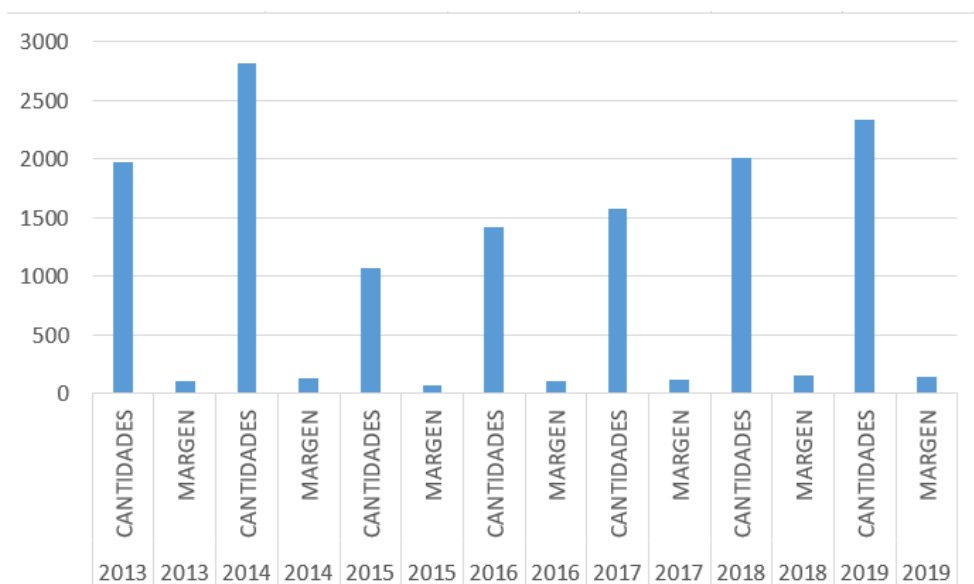
en estos apartados corresponderán a las apuestas online, ya que los datos presenciales en muchas ocasiones no se encuentran filtrados de manera ordenada, y dependiendo de la Comunidad Autónoma que se esté analizando, los datos obtenidos son menos fiables por la difícil recopilación de información. Resulta más fiable analizar las cantidades jugadas online, ya que los registros son actualizados de una manera automática y mucho más precisa. No solo eso, sino que adicionalmente la DGOJ no permite acceder a los datos individualmente por comunidades de los siguientes apartados, ya que no diferencia en su recaudación de estas clasificaciones por comunidades, y tan sólo refleja los datos de apuestas online registrados por internet.

i. Apuestas deportivas de contrapartida online: convencionales y directas.

Este tipo de apuestas se establecen sobre un deporte regulado (o por lo menos registrado) por el Gobierno, y son las apuestas más sencillas de comprender. Se refieren a las apuestas en las que el jugador juega en contra de la casa, es decir, del proveedor del servicio de apuestas con el que esté operando el jugador. Si el jugador gana la apuesta, aconteciendo los eventos que suponen esta victoria, recibirá el premio sobre el que jugó inicialmente. Estas apuestas de contrapartida se dividen a su vez en convencionales y directas. Las apuestas convencionales y se corresponden con la idea clásica de apuestas, ya sean online o presenciales, y consisten en apostar de forma previa a que se del evento deportivo sobre el que están apostando. En cambio, las apuestas de contrapartida directas son aquellas en las que el resultado aún no se conoce (lógicamente, pues eliminaría el componente de azar del juego), sin embargo el evento deportivo ya ha empezado.

Las cantidades jugadas online en apuestas deportivas de contrapartida convencionales sufrieron un descenso precipitado entre el 2014 y el 2015, aunque la recuperación a niveles previos tan sólo tardó unos años en alcanzarse. Pese a que esto puede ser el resultado de muchas circunstancias distintas, y resulta imposible asumir con absoluta certeza que una sola variable genere el cambio y la alteración en el mercado de las apuestas de contrapartida online, a continuación se expondrá la razón más probable de este cambio generado.

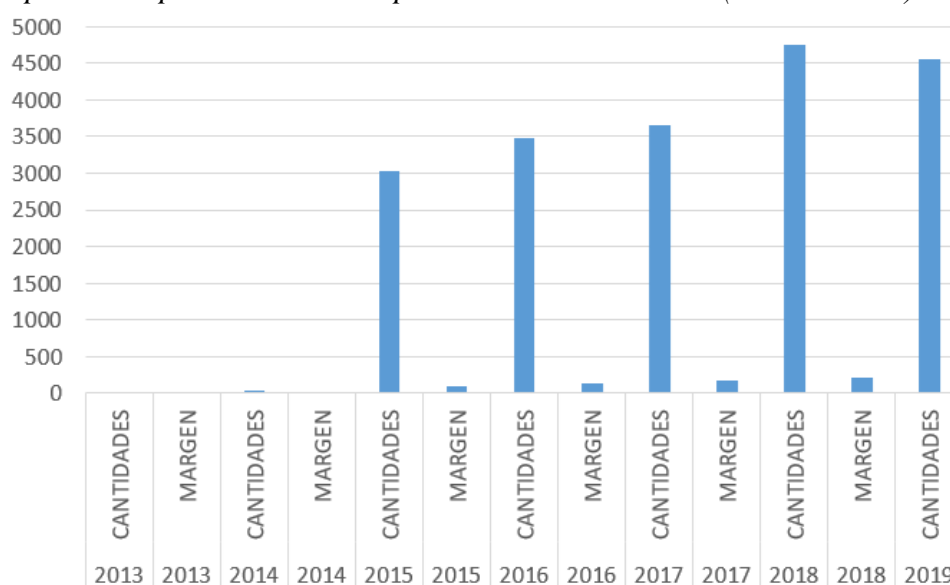
Gráfico 2: Cantidades jugadas y margen de juego recaudado en apuestas deportivas de contrapartida convencionales online (Millones de €).



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la DGOJ (2022).

Por otro lado, las apuestas de contrapartida en directo online siguen una distribución muy diferente a las previamente expuestas. Estas apuestas tan solo comienzan a mostrarse a partir de 2015, el año en el que se comienza a registrarse y permitirse este tipo de apuestas en el mercado, y la fecha desde la que la DGOJ comienza a reflejarlas en sus informes.

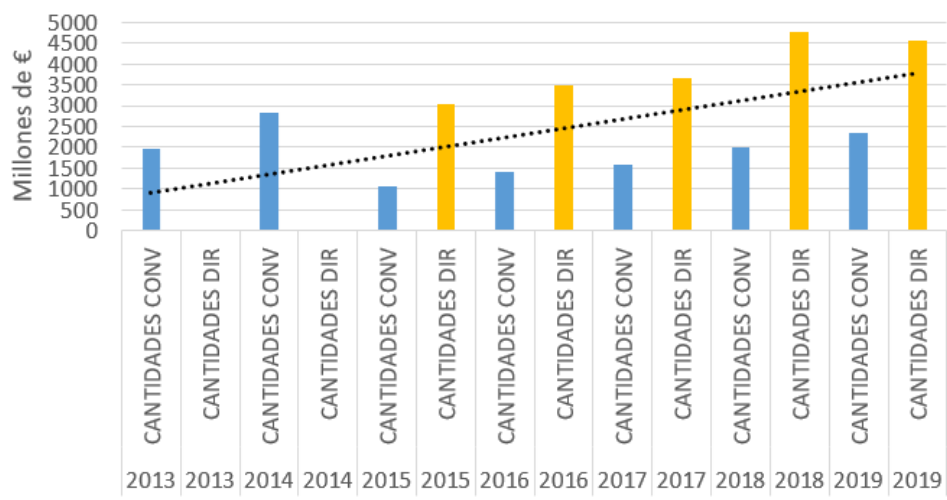
Gráfico 3: Cantidades jugadas y margen de juego recaudado en apuestas deportivas de contrapartida en directo online (Millones de €).



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la DGOJ (2022).

Se puede observar una curiosa correlación entre ambos gráficos alrededor de los años 2014 y 2015. Las cantidades jugadas en apuestas deportivas de contrapartida convencionales disminuyen más de un 50% entre 2014 y 2015, el mismo año en el que las cantidades jugadas en las que se realizan en directo aparecen registradas. Esto puede ser debido a la preferencia de los jugadores online de apostar de manera inmediata durante la realización del evento, y por esa razón sucedería el desplazamiento de las cantidades jugadas que se apuestan en las convencionales a las realizadas en directo.

Gráfico 4: Comparativa de cantidades jugadas (Millones de €) entre las apuestas deportivas de contrapartida online convencionales, y en directo.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la DGOJ (2022).

Como se puede observar, la tendencia es ascendente para este tipo de apuestas, y se puede extraer una conclusión más de la gráfica expuesta. Pese a la caída sufrida en 2014, las cantidades apostadas en apuestas deportivas de contrapartida convencionales se han recuperado prácticamente para 2019, pero no de forma drástica, sino constante y ascendente, aumentando cada año tan solo 500 millones de euros aproximadamente, un 17% aproximadamente de la cifra recaudada antes de la bajada. Esto se confirma por el informe del Anuario del Juego en España (2021), que lo define de la siguiente manera: “La conclusión global es que, como suele suceder, en las crisis la industria del juego sufre severos descensos que recupera lentamente” (Gómez y Lalanda, 2021:15).

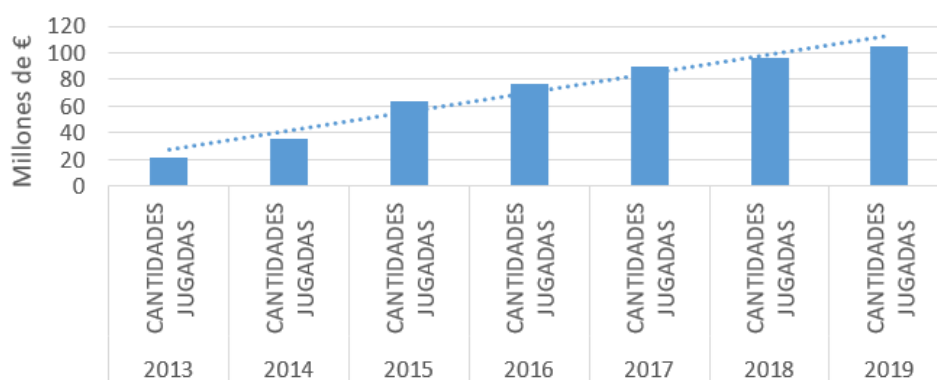
ii. Apuestas hípcas de contrapartida y cruzadas

El concepto de las apuestas hípcas de contrapartida es el mismo que en el apartado anterior; el jugador apuesta por un resultado determinado, esperando que se cumpla la condición de la misma. La única diferencia en este caso es el deporte sobre el que se efectúa la apuesta, las carreras de caballos. Pese a que se trata de un deporte que pierde la atención popular conforme otros deportes aumentan su popularidad, siguen teniendo cierta importancia en el panorama nacional de las apuestas, en gran medida por su valor histórico. Por otro lado, las

apuestas cruzadas son aquellas apuestas en las que las partes no son individuo contra proveedor, sino individuo contra individuo. Este tipo de apuestas funciona de forma parecida a la Bolsa, donde los precios de las acciones (en las apuestas cruzadas, lo que se paga) varían en función del precio al que otros individuos estén dispuestos a comprar o vender las acciones. Se enfrentan apuestas sobre un evento entre individuos que consideran que el resultado se decantará por una opción o por otra de la apuesta.

Respecto de las apuestas hípcas cruzadas online, estas componen una cifra prácticamente nula, recaudando menos de un millón anualmente. No obstante, las apuestas hípcas online de contrapartida reflejan una tendencia positiva, lo que puede suponer una sorpresa para la opinión general expuesta anteriormente del descenso de popularidad de este sector de las apuestas.

Gráfico 5: Cantidades jugadas (Millones de €) en apuestas hípcas de contrapartida online anualmente.



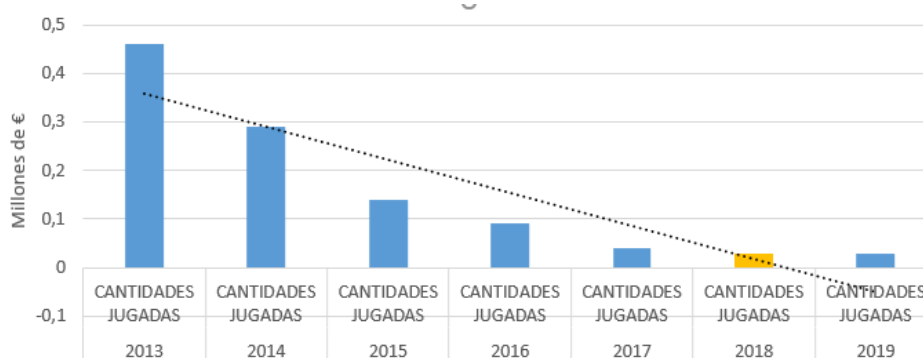
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la DGOJ (2022).

iii. Apuestas hípcas mutuas y deportivas mutuas

En este tipo de apuestas en particular, las apuestas de los individuos se reúnen y se agrupan hasta después del evento, cuando el resultado de la apuesta es conocido, y los ganadores obtienen su parte proporcional de la bolsa. Las apuestas hípcas mutuas no merecen mayor comentario, ya que en ningún momento llegaron a ser relevantes, no alcanzando más de 200.000 euros en su punto más álgido. Las apuestas deportivas mutuas, por otro lado, sufrieron un

descenso drástico desde el 2013 que las ha llevado prácticamente a su extinción.

Gráfico 6: Cantidades jugadas (Millones de €) en apuestas hípcas de contrapartida online anualmente.



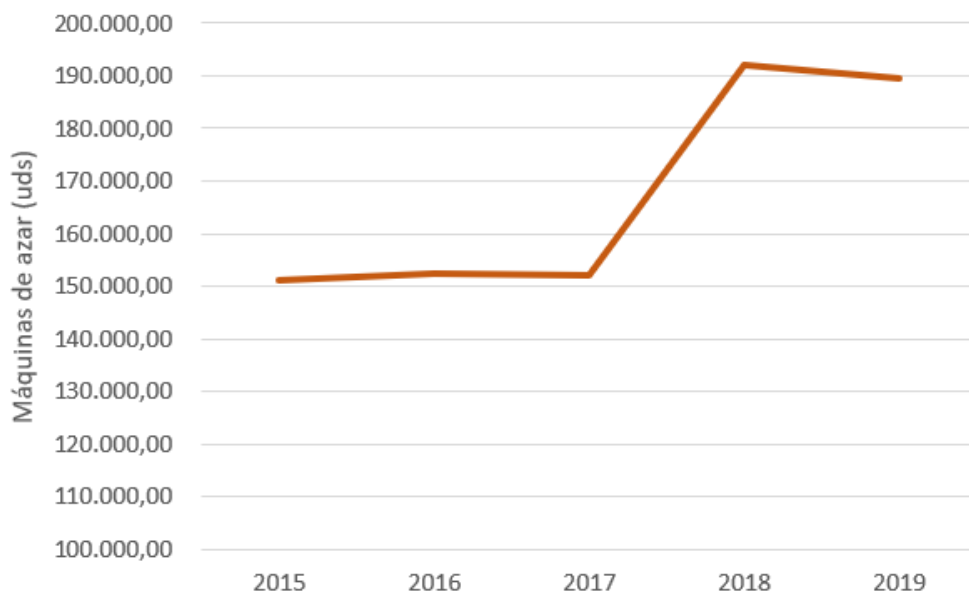
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la DGOJ (2022).

3. MÁQUINAS DE AZAR, BINGO Y CASINOS

Las máquinas de azar son aquellas máquinas que utilizan algún medio electrónico para su funcionamiento, en la que intervenga el azar para la producción de resultados no predecibles, en función de probabilidades que pueden variar según el tipo. Funcionan concediendo al jugador un tiempo determinado de juego ligado a la cantidad de dinero que ingresen, y una vez transcurrido este tiempo, el jugador tendrá la opción de seguir jugando o retirarse. Por norma general, las máquinas de azar a las que se hace referencia en los informes citados otorgan un premio al ganador del juego, aunque no siempre tiene por qué ser en metálico. El atractivo psicológico consiste, como en la mayor parte de los juegos de azar, en la posibilidad de ganar que aumenta proporcionalmente cuantas más veces se juegue (probabilidad teórica calculable o no), y en la ignorancia del concepto de la frecuencia empírica. Las máquinas de este tipo pueden ser de diferentes modalidades, divididas en A, B o C. Las máquinas de tipo A no suponen un problema grave para la adicción al juego, ya que no ofrecen un premio al ganador del juego, eliminando el incentivo que Skinner (1976) asociaba a los refuerzos positivos, por lo que no están recogidas en los informes ni en los datos. Por otro lado, el resto de las máquinas se pueden dividir en máquinas de tipo B y tipo C, diferenciadas principalmente porque las máquinas de tipo B no tienen el componente de aleatoriedad que las máquinas de tipo C sí tienen.

La presencia de estas máquinas en España ha sido objeto de una evolución ascendente, como la gran parte de los medios de juego examinados hasta ahora y los que aún no han sido observados, pero serán objeto de este trabajo. Sólo se empiezan a registrar desde 2015, cuando existen aproximadamente 150.000 máquinas de azar en territorio español, hasta 2019, donde la cantidad asciende a cerca de 200.000. Esta tendencia no es más que otra demostración de la evolución del sector del juego, y de las carencias regulatorias hasta este año.

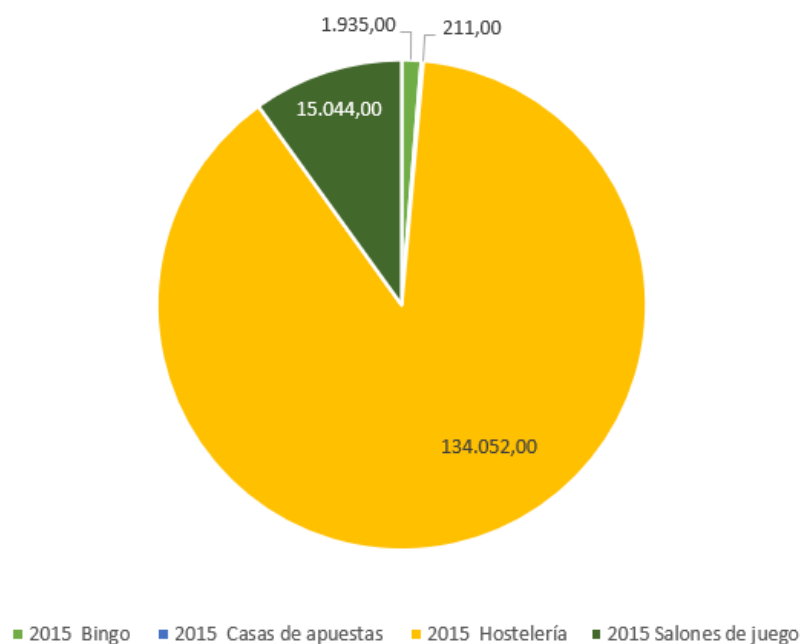
Gráfico 7: Distribución del número de máquinas de azar totales en España en 2015 en función de su localización.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la DGOJ (2022).

En el primer año registrado, el principal emplazamiento de este tipo de máquinas es el sector de hostelería, es decir, los bares, cafeterías u otro tipo de establecimientos donde se fomenta este tipo de juego tradicionalmente. No resulta sorprendente conocer estos hechos, ya que se frecuentan de manera mucho más casual por cualquier posible jugador, y las actividades que se pueden realizar en este tipo de locales es mucho más diversa que las realizadas en el resto de los emplazamientos (por ejemplo, en un bar que tenga máquinas de azar es posible que los jugadores no se dirijan inmediatamente a la máquina según entran en el bar, sino que primer consuman alguna bebida o interactúen de otra manera con su entorno).

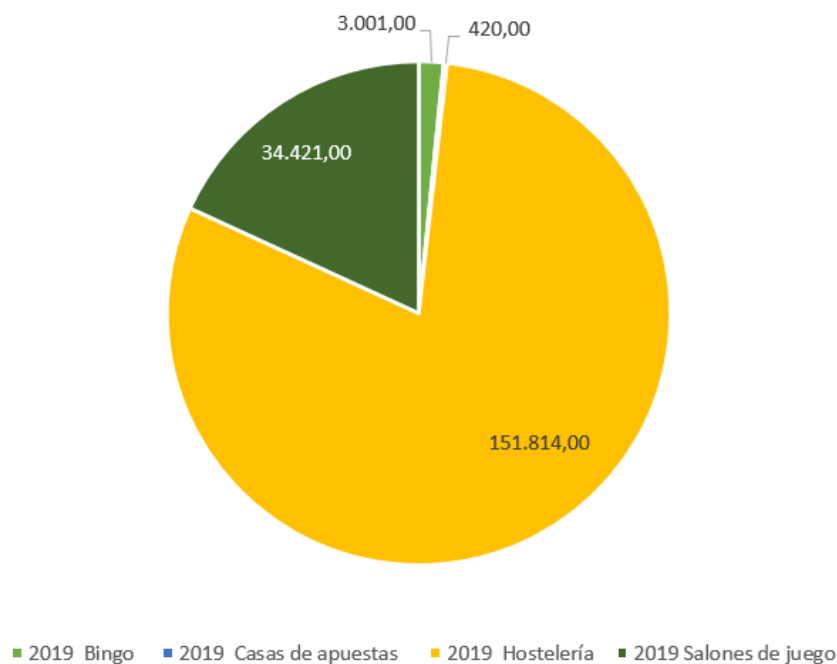
Gráfico 8: Distribución del número de máquinas de azar totales en España en 2015 en función de su localización.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la DGOJ (2022).

No obstante, conforme los años han pasado, la distribución de las máquinas de azar ha variado significativamente, aumentando en un 10% el número de máquinas de azar situadas en salones de juego, y descendiendo un 8% en el caso de la hostelería. Resulta apropiado asumir que esa porción del sector (8%-10%) ha sido ocupada por los salones de juego, alterando así el reparto de máquinas en el territorio español y alcanzando el 20%.

Gráfico 9: Distribución del número de máquinas de azar totales en España en 2019 en función de su localización.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la DGOJ (2022).

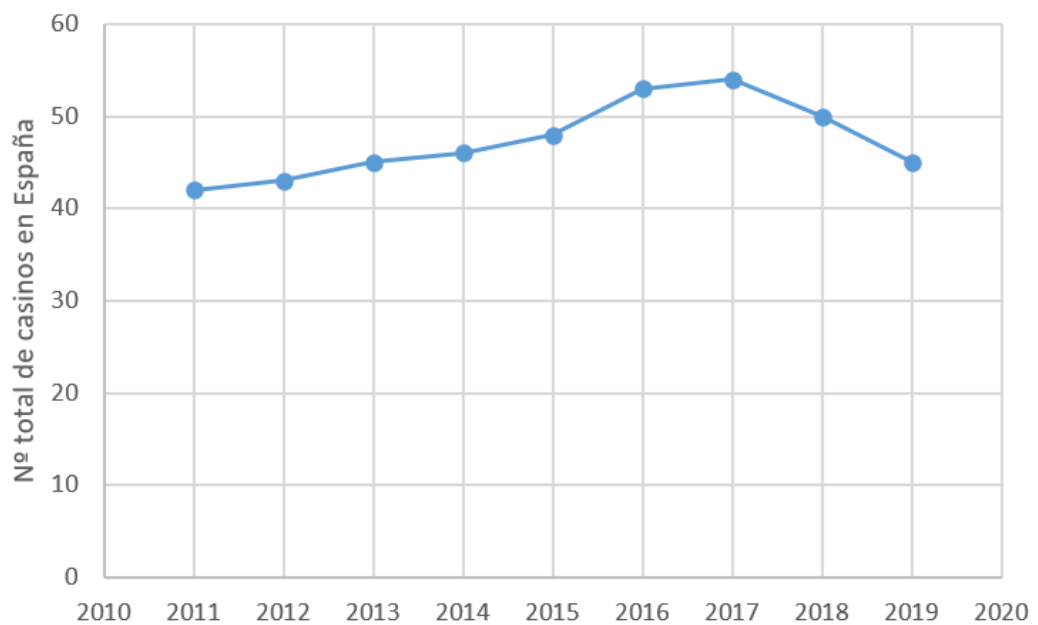
Una vez estudiada la temática de las máquinas de azar, se procede a explorar el juego del bingo, uno de los juegos de azar más populares y normalizados en la sociedad actual. En sus orígenes, el bingo, entre otros juegos de azar, fue prohibido en 1922: “Se debían considerar prohibidos todos los juegos de suerte, envite y azar, excepto el bacará, el siete y medio y los llamados pequeños recreos de salón, así como los declarados similares a estos por la Dirección General de Seguridad” (Pino, 2014;18). La prohibición de estos juegos en ese momento no se llevaba a cabo desde un punto de vista de protección del jugador y corrección comprensiva de las conductas, sino de evitar que se perpetuaran los juegos de azar, que actuaban en oposición a las normas morales e incluso religiosas que componían la sociedad en los principios del siglo XX. El juego en sí funciona de manera estándar en todos los locales por norma general, existiendo pocas variaciones respecto de su jugabilidad. Consiste en “extraer sucesivamente de un bombo números que deben coincidir con los que disponen los clientes en cartones o en soporte electrónico” (Gómez y Lalanda, 2021;10). Los datos de la cantidad de visitantes a las salas de bingo en territorio nacional son prácticamente nulos, registrándose tan solo en un número limitado de Comunidades Autónomas, ni siquiera de forma constante, tan solo durante 2018 y 2019. Por eso no

resulta conveniente analizar este tipo de datos, ya que no aportan ninguna conclusión relevante al respecto. No obstante, sí que se extraen ciertas ideas en base al número de salas totales de bingo en el territorio español. Se da una tendencia descendente desde el comienzo del registro de datos en 2013 hasta el 2015, no obstante en 2016 se duplica la cifra, alcanzando cerca de las 600 salas en todo España (DGOJ, 2022). Para entender este incremento, debemos tener en cuenta la introducción en los datos de las salas de bingo online. Estas salas solo se comienzan a registrar en los datos de la DGOJ a partir de 2016, pero como puede observarse su relevancia es elevada. Por otro lado la tendencia, pese a ser ascendente, no aumenta de manera relevante en ningún momento, sino que parece mantenerse estable, sin abrir ni cerrar salas en el territorio español.

Se procede ahora a estudiar la distribución y los visitantes a lo largo de los años de los casinos. Los casinos son cualquier “local autorizado a ofrecer juegos de casino bajo un régimen de licencia” (Gómez y Lalanda, 2021;10). Sin embargo, como se ha explicado ya reiteradamente en el apartado de legislación nacional de este trabajo, la regulación de ciertos juegos no depende del Estado, sino que son competencia individual de las Comunidades Autónomas. Este es el caso de los casinos, existiendo en prácticamente todas las Comunidades casinos propiamente dichos. Cabe en este punto introducir otro concepto al casino. La normativa de regularización y autorización de los casinos limitó su localización, impidiendo a los casinos situarse cerca del núcleo de las grandes ciudades. Lo que esto provoca es que en algunas comunidades se dan, además de estos casinos alejados del núcleo, una figura conocida como sala satélite o sala anexa. Las comunidades que lo permiten son Valencia, Madrid, Asturias y Galicia. Estas salas son parte del casino en sí, sin embargo se encuentran físicamente desligadas del mismo, pudiendo así situarse en el núcleo de la ciudad sin mayor problema aparente. Los datos recogidos de los casinos muestran una tendencia negativa en los últimos años, comenzando en 2017, una noticia definitivamente positiva hacia el avance de la protección de los jugadores patológicos. En Madrid, el número de casinos se dividió por la mitad, y en Navarra desaparecieron directamente. No debe atribuirse este descenso únicamente al cierre por mejora en la concepción social del juego como adicción y el crecimiento de la conciencia de responsabilidad patrimonial en los individuos. Otros factores también deben tenerse en cuenta a la hora de valorar estos datos y la tendencia negativa en el número de

casinos operativos en España, por ejemplo la proliferación de casinos que operan por medio exclusivo de Internet. Esta situación fácilmente puede haber desplazado a muchos de los potenciales clientes necesarios para sustentar el negocio, atrayendo a las generaciones más nuevas, que pueden no tener acceso a un casino por su lejanía y prefieran acudir a la web para encontrar estos servicios.

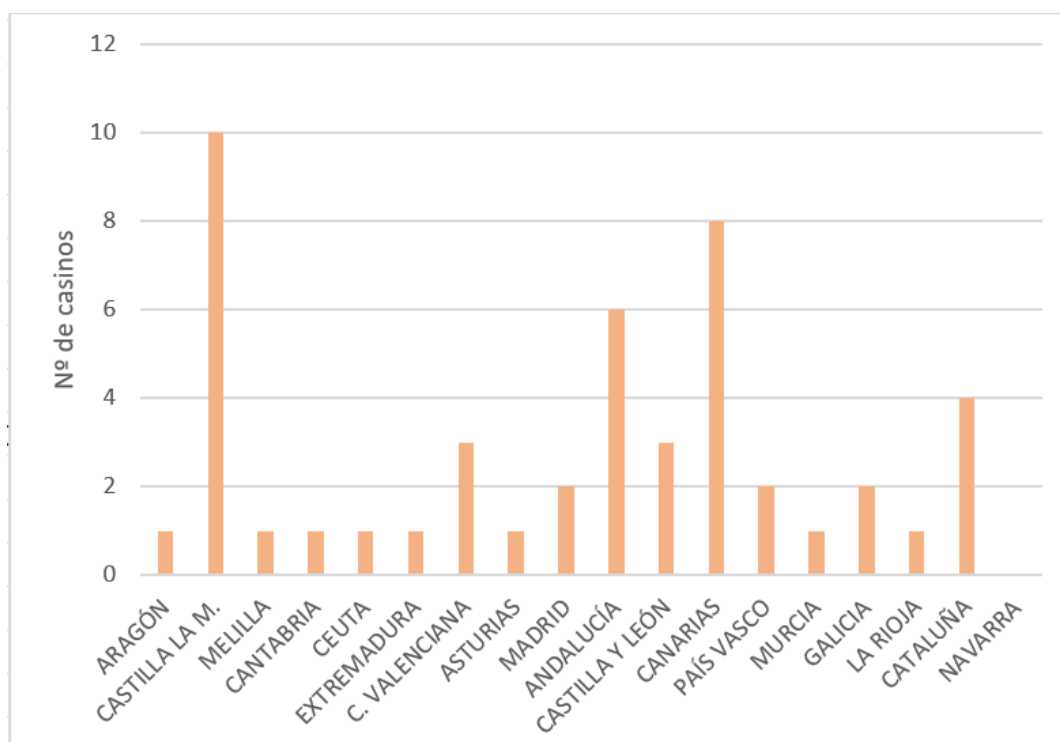
Gráfico 10: Número de casinos operativos anualmente en España (2011-2019).



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la DGOJ (2022).

Sobre la distribución de los casinos por Comunidades Autónomas, como ya se ha adelantado Navarra actualmente no cuenta con ninguno, y la mayoría de Comunidades Autónomas sólo cuentan con uno. Destacan por encima del resto Castilla la Mancha, Canarias y Andalucía.

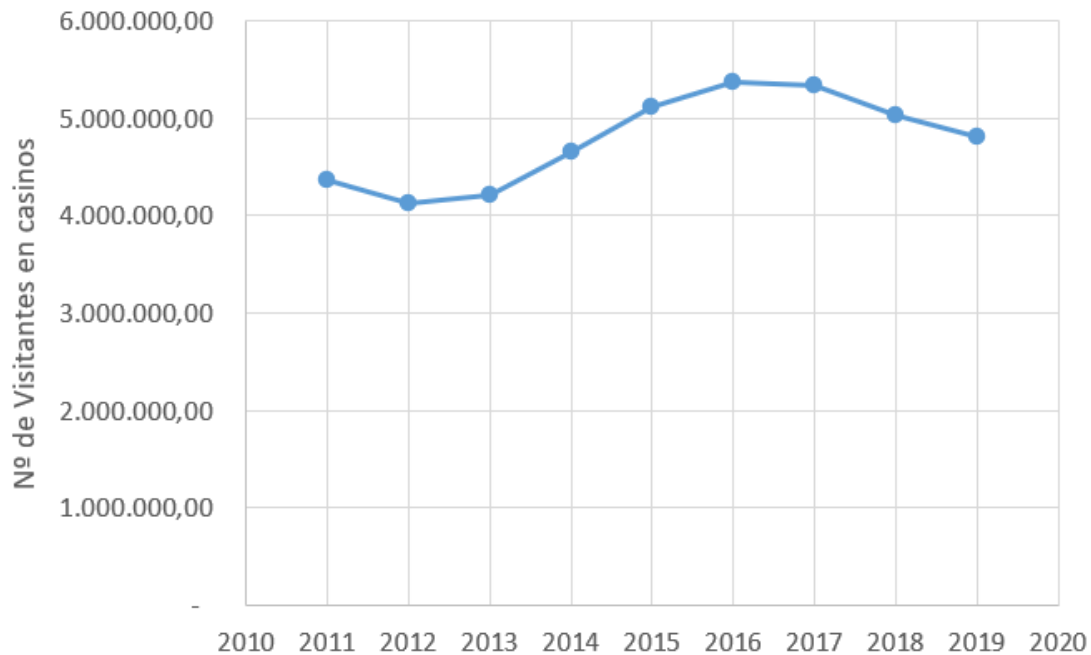
Gráfico 11: Distribución del total de casinos en territorio español (2019).



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la DGOJ (2022).

Conviene ahora estudiar el número de visitantes que frecuentan los casinos anualmente. Este número superó los 5 millones en un solo año en 2016, marcando la tendencia ascendente hasta ese momento en la frecuencia de visitantes. No obstante, desde ese año en adelante el número de visitantes desciende hasta traspasar la frontera de los 5 millones por primera vez desde 2014, registrando el número más bajo de visitantes en 2019 desde 2015. Se pueden formular muchas teorías al respecto, no obstante, la correlación visual entre el número de visitantes anualmente y el número de casinos resulta evidente. La similitud entre los dos (véanse Gráficos 10 y 12) es prácticamente imposible de ignorar. Cabe destacar que el número de casinos por años (véase Gráfico 10) desciende de forma posterior al número de visitantes de casinos anuales (véase Gráfico 12), lo que puede indicar que el descenso de visitantes, atraídos hacia los medios tecnológicos y los casinos online, han provocado el cierre de casinos en el territorio español, debido a la interrupción de la frecuencia de visitantes registrada en los establecimientos en años anteriores.

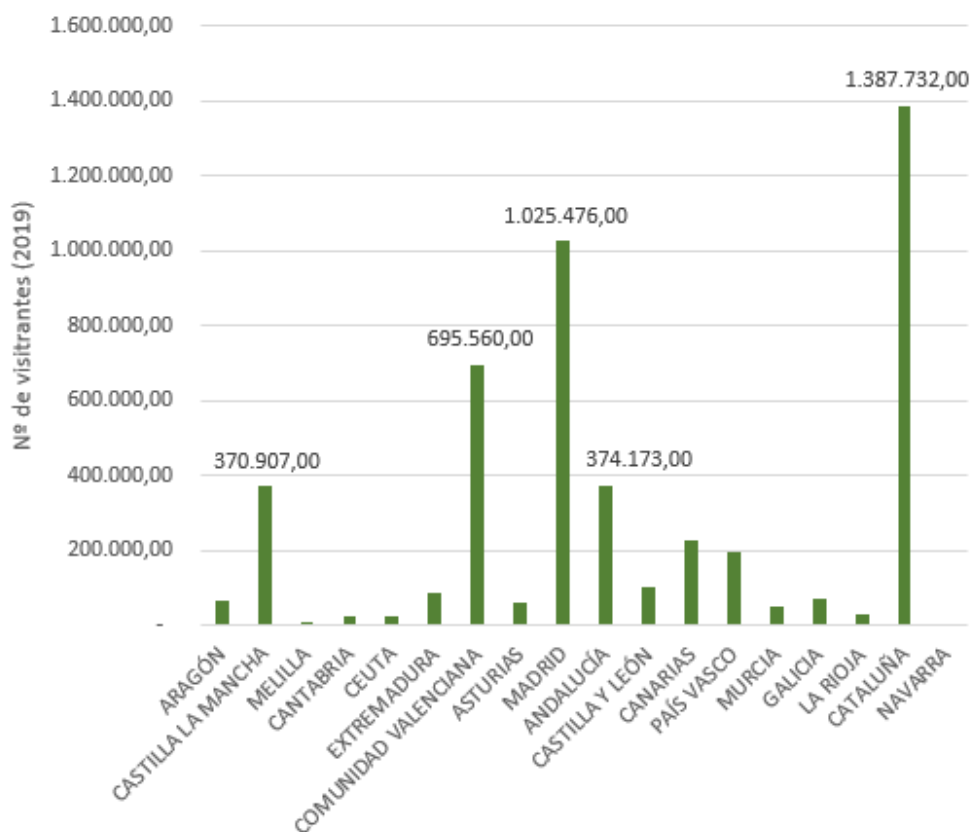
Gráfico 12: Número de visitantes en casinos anualmente (2011-2019).



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la DGOJ (2022).

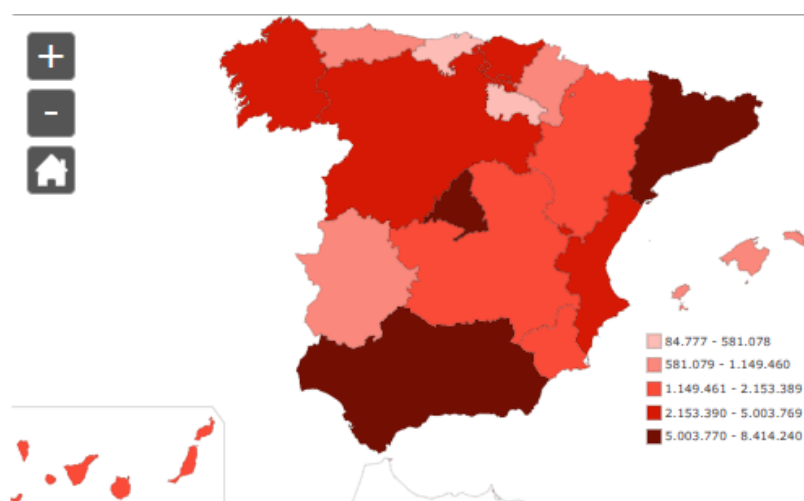
Sobre la distribución de visitantes de casinos en España, la mayor parte corresponde a las Comunidades de Cataluña y Madrid, superando ambas el millón de visitantes por año registrados en sus casinos. Estas Comunidades van directamente seguidas por la Comunidad Valenciana, Andalucía y Castilla la Mancha (véase el Gráfico 13). Claro está que la distribución no se asocia correctamente con el número de casinos por Comunidad Autónoma registrados, sino que atiende más al número de habitantes por ciudad, viéndose así corrompidos en cierta manera los datos. Se indica la población por Comunidad Autónoma (véase el Gráfico 14) por medio de mapa demográfico, cuyas zonas más pobladas se corresponden con la mayor cantidad de visitantes. Se podría descartar la teoría de esta manera de que conforme el menor número de casinos exista, menor será el número de visitantes, pareciendo mucho más relevante la ratio de habitantes por Comunidad para la estimación de estos gráficos.

Gráfico 13: Distribución del número de visitantes en casinos en territorio español (2019).



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la DGOJ (2022).

Gráfico 14: Mapa de España indicador de la distribución del número de habitantes por Comunidad Autónoma en 2019.



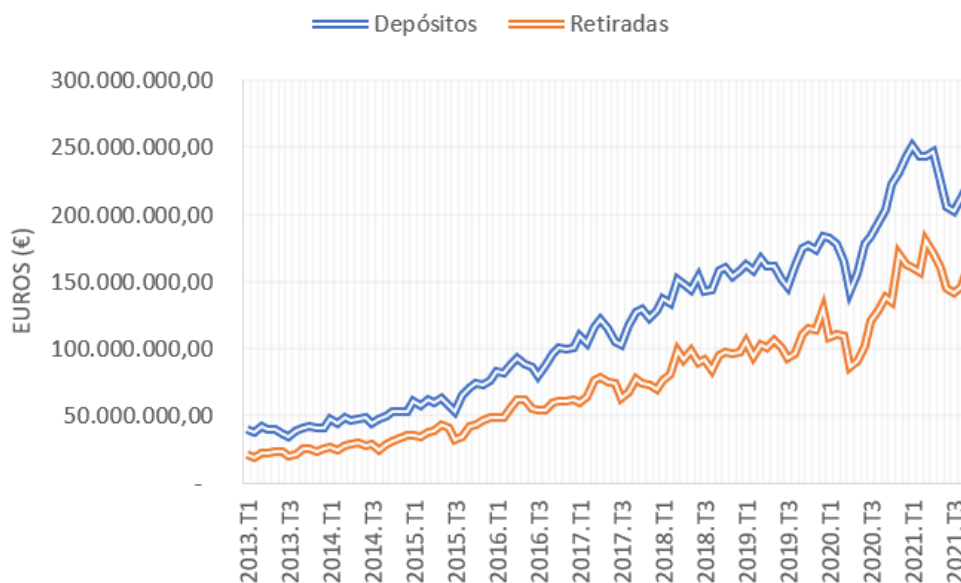
Fuente: Gráfico extraído a partir de los datos del Instituto Nacional de Estadística, INE (2022)

4. DEPÓSITOS Y RETIRADAS

El juego online ha supuesto una revolución en el juego, como ya se ha explorado y adelantado en los apartados anteriores. Antes de comenzar a analizar los datos trimestrales disponibles desde enero de 2013 hasta septiembre de 2019, habrá que detenerse en explicar ciertos conceptos básicos. Gómez y Lalanda (2021) definen los depósitos como “lo que aportan los clientes para jugar o apostar” (Gómez y Lalanda, 2021:11). Las retiradas son precisamente lo opuesto, las cantidades que los jugadores obtienen al ganar la apuesta o el juego en el que estén participando, también conocido como premio. La diferencia entre los depósitos registrados y las retiradas implica que, a mayor diferencia, más aumentan los ingresos de los organizadores del juego, y más dinero se extrae de los jugadores que depositan dinero y no logran retirarlo, o lo retiran en menor medida. Al tratarse de juegos ofertados por Internet, es la DGOJ la que se encarga de regular estos aspectos, y los datos recogidos también son obtenidos directamente por la DGOJ.

Como se puede observar, aquí se refleja una de las mayores ideas que se deben extraer del trabajo completo: los depósitos y las retiradas online han aumentado drásticamente. En menos de 10 años, la cantidad que se depositaba en un mes (enero de 2013) es ahora tan solo un 17% de la cifra recaudada (septiembre de 2021). Lo que esto implica es el aumento progresivo del juego en España, de forma relativamente constante, mereciendo su propio apartado la crisis del COVID en los últimos trimestres, especialmente durante el año 2020.

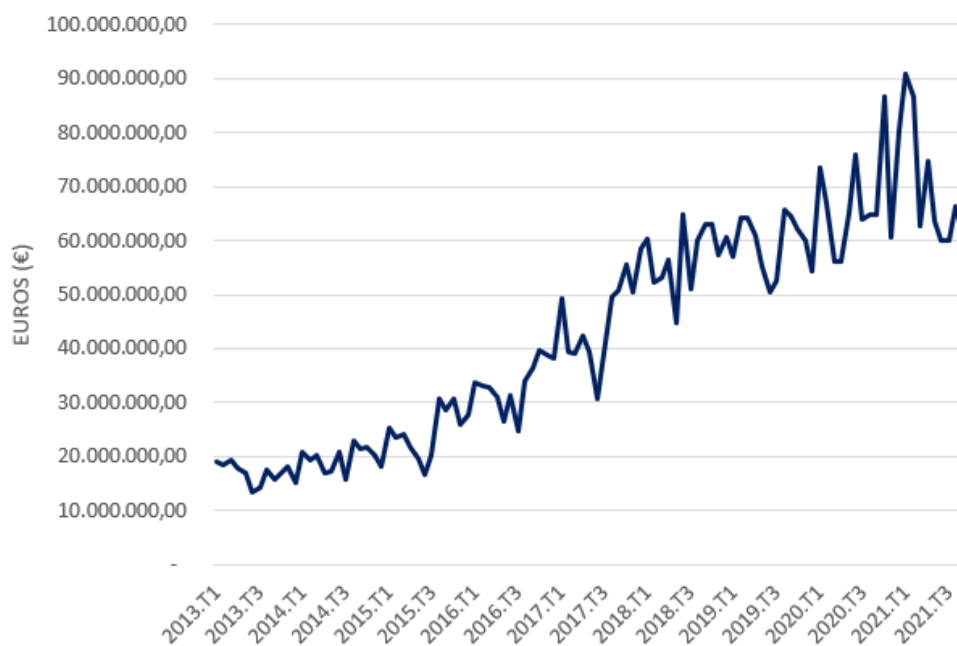
Gráfico 15: Depósitos y Retiradas online registrados de forma trimestral, desde enero de 2013 a septiembre de 2021.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la DGOJ (2022).

Si atendemos al Gráfico 15 podremos averiguar los ingresos de una forma general en el sector del juego online en base únicamente a los depósitos y retiradas. Para comenzar, se puede observar fácilmente la tendencia ascendente en España, lo que ya se podría adelantar a simple vista a partir del gráfico anterior. No obstante, existen ciertas aclaraciones que deben ser realizadas en este apartado antes de continuar con el trabajo. En primer lugar, destacan en el gráfico los extremos picos y descensos con los que se comporta la diferencia entre depósitos y retiradas a lo largo de los trimestres. La desviación típica resulta un buen indicador para observar cuánto exactamente este dato varía. Una vez calculada, la desviación típica mensual será del 17%, mientras que la anual será de un 59%. La desviación típica es un indicador de la dispersión de los datos, que muestra claramente cómo de inestables son los ingresos, y la variación de un mes a otra sufrida por los mismos.

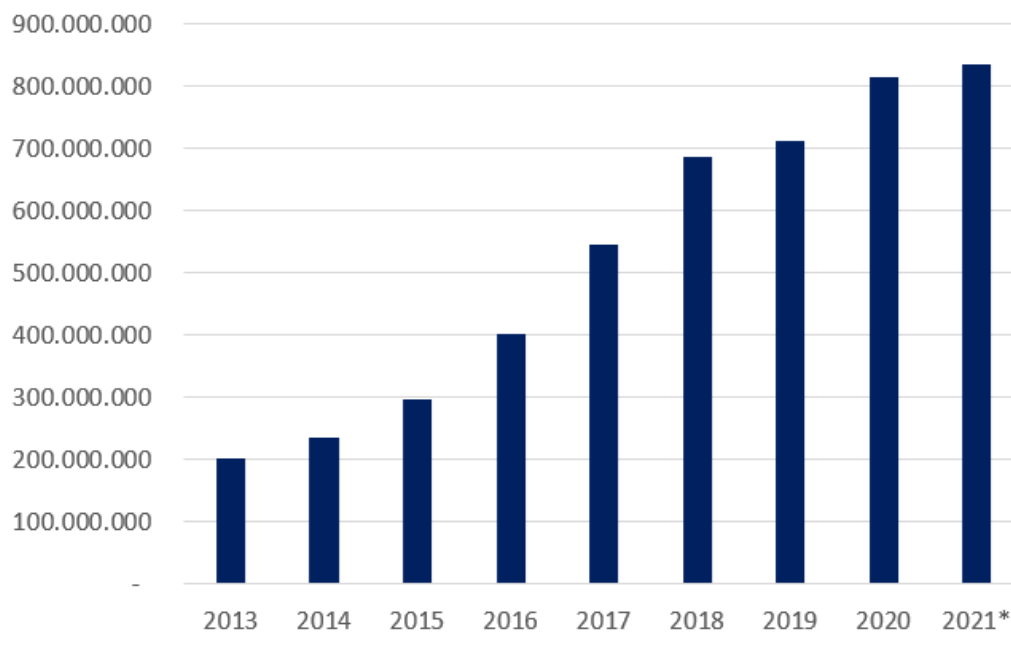
Gráfico 16: Diferencia entre depósitos y retiradas online registrado de forma mensual, desde enero de 2013 a septiembre de 2021.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la DGOJ (2022).

La diferencia entre los depósitos online y las retiradas es cada vez mayor, superando los 800 millones de euros anualmente en 2020. Pese a que la gráfica mensual puede llevar a error, y hacer creer a simple vista que el año 2021 implicará una caída del juego, visualizando anualmente el gráfico puede observarse que en ningún momento la pendiente es negativa, sino que se mantiene positiva todavía (asumiendo claro está, que este último trimestre aún no registrado se comporte de manera estándar respecto del resto del año).

*Gráfico 17: Diferencia entre depósitos y retiradas online registrado de forma anual, desde 2013 a 2021 (*el año 2021 solo está actualizado hasta septiembre, pero se asume para la gráfica que se recaudará lo mismo que los tres trimestres anteriores).*



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la DGOJ (2022).

5. GROSS GAMING REVENUE

El Gross Gaming Revenue (de ahora en adelante, GGR) consiste en la cifra obtenida a partir de la resta entre lo recaudado por un juego online determinado y los premios, sin embargo incluye otros ingresos y gastos adicionales, por lo que se separa de la diferencia entre depósitos y retiradas en que es una cifra algo más pulida, incluyendo otros gastos necesarios y cuentas adicionales. Por eso resulta la cifra más adecuada para estimar la evolución del juego online. Como se puede observar a continuación (véase Tabla 2), la diferencia entre las cantidades calculadas mediante la sustracción de las retiradas a los depósitos y el GGR es relativamente baja. La diferencia entre ambas cifras se justifica debido a la diferencia entre ciertos juegos y otros de facilidad de medición por el rejuego (los jugadores no juegan una vez, como en las apuestas o la lotería, sino que en gran medida los jugadores de otro tipo de juegos reinvierten los beneficios obtenidos en la partida anterior). El año 2021 (*) solo está actualizado hasta septiembre, pero se asume para la gráfica que se recaudará lo mismo que los

tres trimestres anteriores. Lo que es seguro es que, pese a que existe diferencia entre una cifra y otra, siendo siempre superior el GGR a la diferencia entre depósitos y retiradas (excepto en el año 2016), la tendencia de ambas es positiva, siempre en alza, sin disminuir ninguno de los años registrados. El GGR se define mejor como “el margen del operador, es decir, del organizador del juego, y equivale a sus ingresos” (Gómez y Lalanda, 2021:11).

Tabla 2: Comparativa entre las cifras (en euros €) registradas por la DGOJ de GGR y la diferencia entre depósitos y retiradas online.

	GGR	Diferencia Depósito-Retirada
2013	228.640.587,00	202.906.866
2014	252.833.599,00	236.259.361
2015	317.118.049,00	295.952.662
2016	386.663.282,00	400.567.814
2017	557.348.165,00	544.169.422
2018	699.059.266,00	687.207.132
2019	748.244.267,00	711.797.098
2020	850.743.317,00	814.750.453
2021*	851.613.710,67	835.076.313

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la DGOJ (2022).

6. PUBLICIDAD DEL JUEGO

La crisis sanitaria de la COVID-19 generó numerosos efectos sociales, económicos y a nivel psicológico individualmente. La necesidad de permanecer en la residencia aislados del mundo exterior provocó que los establecimientos que más dependían de la frecuencia de visitantes y consumidores vieran desvanecerse sus beneficios habituales. Entre ellos se encontraron los casinos, salas de apuestas y otros establecimientos donde se ofrecían juegos análogos. No obstante, pese al descenso en el juego debido a esta situación imprevista, surgió al mismo tiempo una nueva modalidad, el juego online. Si bien es cierto que el juego online ya existía con anterioridad, el juego online proliferó durante estos meses, y aún no ha sufrido un descenso a niveles normales. Factores como el aburrimiento, el exceso de tiempo libre sin poder salir del domicilio y el aumento de proveedores de juego cobraron una importancia cada vez mayor en los meses que se sucedieron desde el comienzo de la crisis. No obstante, existe un factor especialmente relevante no mencionado hasta el momento, que sin embargo resulta de esencial importancia considerar si se busca comprender los incrementos en margen de juego online, y el resto de los gráficos y estadísticas expuestas: la publicidad. No cabe duda de que la publicidad es una herramienta útil para cualquier empresa, permitiendo propulsar las ventas y el alcance al que llega el producto o servicio que se vende hasta distancias mucho mayores de lo que se conseguiría sin ella. Esta es la cara positiva, y como se puede deducir a estas alturas existe también una cara negativa de la misma. La publicidad también puede influenciar gravemente a su público objetivo para que quiera consumir el producto, y en el caso de los consumidores adictos, para que necesite el producto. A lo largo de la historia, muchos productos han visto restringida su publicidad (Márquez et al., 2021), especialmente aquellos cuyo efecto se considera nocivo, como el tabaco (Tachlian, 2010).

La publicidad online del juego supone uno de los mayores problemas actuales concernientes al juego patológico. Los efectos de la publicidad acentúan los problemas de los jugadores patológicos, incitándolos al juego no responsable, y al mismo tiempo amplían el rango de jugadores, captando la atención de potenciales jugadores con cada campaña publicitaria. Los medios de comunicación online se han visto involucrados en una campaña de expansión masiva de la publicidad, gracias a

modelos que utilizan *Machine Learning* y otras tecnologías de predicción y recomendación para aumentar la efectividad de sus campañas publicitarias. En gran medida, el legislador ha considerado esto un problema cada vez más relevante, y que necesariamente conlleva una regulación paralela.

La misma DGOJ recalca en su Memoria Anual de 2020 su función de revisión y atención a estos problemas, y afirma que “*se mantiene activa en la revisión y actualización del marco regulatorio del juego con el fin de servir mejor a los objetivos e intereses del mercado y conciliarlos con la protección de la salud pública, de los menores y con la prevención de conductas adictivas y actividades fraudulentas*” (DGOJ, 2021:20). La legislación sobre la publicidad del juego ha sido recientemente actualizada, y no existe punto de comparación entre las restricciones aplicadas a esta en 2010 y las actuales. Durante todo el año 2020 se sucedieron una serie de Reales Decretos que atacarían directamente a los problemas existentes con la regulación (o carencia de esta) del juego.

Mediante el Real Decreto⁸ 463/2020, el Gobierno de España declaró el estado de alarma, a consecuencia de la rápida propagación del virus en el país y su expansión por todo el globo. Pese a que se trataba de un Real Decreto algo apresurado en su redacción por la urgencia con la que se debió de realizar, con numerosos fallos y lagunas, se buscó corregir y evitar todas las posibles consecuencias que pudiera tener este estado tan particular. El RD 463/2020 afectaba a todo el territorio español y tenía una duración prevista para el estado de alarma de quince días. Todo lo que se pueda decir sobre este Decreto es ampliamente conocido, sin embargo resulta de especial interés para este trabajo atender a los Anexos, que determinaban las actividades y los equipamientos que quedarían cerrados al público. Entre ellos, como es lógico, se encontraban los dedicados a juegos y apuestas:

⁸ A partir de este momento, Real Decreto se redactará como RD para economizar espacio y tiempo de lectura.

“Casinos.

Establecimientos de juegos colectivos de dinero y de azar.

Salones de juego.

Salones recreativos.

Rifas y tómbolas.

Otros locales e instalaciones asimilables a los de actividad recreativa...

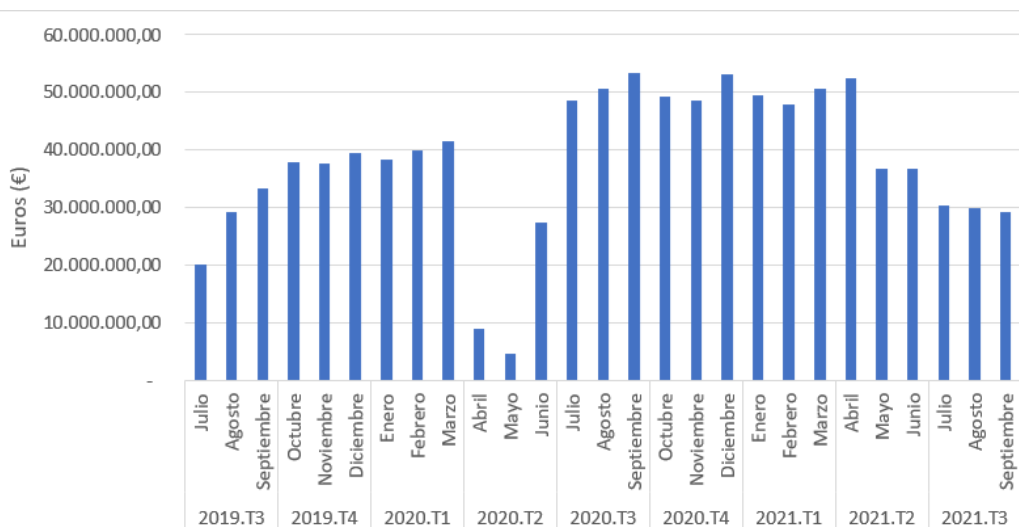
Locales específicos de apuestas” (RD 463/2020:14).

No obstante, este Decreto tan generalizado tan solo cerraba la opción de ofrecer el juego presencialmente, y el juego online comenzaría a ganar importancia, al limitarse también muchas más actividades que los jugadores podrían haber realizado en vez de jugar, como atender a eventos deportivos o simplemente salir del domicilio para cualquier actividad. Los legisladores no tardaron en percatarse de esta carencia, y siendo conscientes tras los quince días previstos de que el estado de alarma no se encontraba cerca de finalizar, emitieron el RD 11/2020 de 31 de marzo en el que se introducían medidas urgentes que complementaban el Decreto anterior.

Ya se detalló la regulación que la LRJ estableció respecto de las entidades proveedoras de juego en el apartado de la legislación actual en España, donde se enumeraban las entidades que desarrollaran actividades de juego. El RD 11/2020, cuya intención era eliminar las inseguridades jurídicas respecto del juego y su publicidad, esencialmente prohibió la mayoría de las actividades de publicidad de estas entidades en el artículo 37 del mismo. Debido a su dureza, la disposición final quinta del RD 21/2020 de 9 de junio derogó este artículo (este RD 21/2020 fue derogado por la Ley 2/2021, de 29 de marzo, de medidas urgentes de prevención, contención y coordinación para hacer frente a la crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19. No obstante, la derogación del artículo 37 se mantuvo). Como se puede observar, entre el RD 11/2020 de 31 de marzo y el RD 21/2020 de 9 de junio transcurre un periodo en el que existe una restricción brutal a la publicidad del juego en España, eliminando esencialmente su rango de actividad publicitaria. Esto se refleja perfectamente en los datos recogidos por la DGOJ, que muestran la cantidad gastada mensualmente por los proveedores del juego, correspondiente a la publicidad, los bonos (que se consideran como actividades de promoción en base al artículo 3 del RD 958/2020), los afiliados (“captadores de usuarios comisionistas de

los operadores” (DGOJ, 2021:266)) y los patrocinios (a individuos, deportistas, organizaciones...). En el mes de abril, directamente posterior a la restricción impuesta por el RD 11/2020, el gasto efectuado por las entidades de publicidad del juego fue inferior a 10 millones de euros, suponiendo un descenso de más de un 75% del gasto en el mes anterior, y bajando incluso de los 5 millones de euros en abril. Asimismo, se puede observar que el mes siguiente, junio, aumenta notoriamente el gasto en publicidad, sin embargo no llega a alcanzar los niveles previos al RD 11/2020, que sí serán alcanzados en julio, debido a que la fecha de la derogación del artículo es de 9 de junio, restando días de publicidad, y retrasando al mismo tiempo aún más el inicio de la maquinaria publicitaria de estas entidades. Queda claramente reflejado el impacto en la publicidad del juego de las medidas impuestas por el RD 11/2020.

Gráfico 18: Gasto total en publicidad agregado mensualmente (julio 2019 – septiembre 2021).



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la DGOJ (2022).

El siguiente Real Decreto relevante para la temática abordada consiste en el RD 958/2020, cuya función principal fue regular la publicidad del juego. En este RD, se hace repetida alusión al desarrollo del artículo 7 y artículo 8 de la LRJ, relativos a la publicidad, patrocinio y promoción de las actividades de juego, así como a la protección de los consumidores y las políticas de juego responsables. Este RD 958/2020, pese a emitirse tardíamente, supuso un cambio drástico en la publicidad

del juego online, regulación que se pretendía haber elaborado con mucha anterioridad. Pese a que son numerosos los objetivos a los que este Reglamento se dirige, no cabe duda de que su principal objetivo era limitar la actuación de los operadores de juego.

Respecto del artículo 7, la norma pretende escudar a los colectivos especialmente vulnerables (en particular, se centra especialmente en la protección de los menores) mediante la garantía de ofrecer una visión sobre el juego apropiada, ajustada a la realidad y que refleje los peligros reales concernientes al juego, limitando a su vez la posibilidad de que los jugadores arriesguen su dinero sin previa meditación y conciencia de responsabilidad patrimonial.

El desarrollo del artículo 8 de la LRJ por el RD 958/2020 consiste esencialmente en introducir al contexto legal la Responsabilidad Social Corporativa (de aquí en adelante, RSC) del juego seguro, buscando no solo la aceptación teórica del término, sino la puesta en práctica de este, lo que supone una complicación mucho mayor. Precisamente con este objetivo en mente se generan obligaciones para los proveedores de servicios de juego concernientes a la obligación de informar a los jugadores, facilitar un teléfono de ayuda para los jugadores. Deberán también incluir instrumentos (si no los tuvieran ya) de observación y avistamiento de conductas que violen el juego seguro y puedan suponer peligros para los jugadores. Al estar dirigido a proteger a los menores en gran medida, la principal limitación consiste en el horario de publicidad, cuya actuación se limita a 4 horas diarias, de 01:00 a 05:00. También restringen materias de patrocinio, en particular resultando interesante la restricción e imposibilidad por los operadores de valerse de personas relevantes o notorias públicamente. Esta restricción es posiblemente la reacción a las agresivas campañas de casas de apuestas como la de la plataforma Codere, que utilizó a un rapero conocido como estrategia publicitaria, así como a dos jóvenes jugadores de fútbol del equipo Real Madrid, siendo conscientes del público menor de edad al que buscaban atraer (AZARplus, 2018). Resulta evidente que existirá discrepancia sobre si una persona es relevante o no, debido a la amplia interpretación del concepto. Existe en la actualidad una iniciativa legislativa cuya intención es desarrollar este artículo de la LRJ, el Proyecto de Real Decreto por el que se regula el desarrollo de entornos más seguros de juego, que en cuya versión de julio de 2021 pretende

reforzar las obligaciones de información a los jugadores y aumentar las medidas de juego seguro.

Sin embargo, lo más relevante del RD 958/2020 no es su contenido como tal, sino los plazos en los que se debe ejecutar. Pese a ser publicado el 04 de noviembre de 2020, gran parte de las medidas no surten efecto en ese momento, y esto se ve reflejado en la indiferencia en el gasto publicitario de los proveedores de juego durante el mes de noviembre.

- 1) La disposición transitoria tercera del RD 958/2020: “Los operadores de juego podrán seguir realizando comunicaciones comerciales con personas o personajes de relevancia o de notoriedad pública derivados de contratos publicitarios suscritos con anterioridad a dicha entrada en vigor hasta el 1 de abril de 2021” (RD 958/2020).

Este primer ataque del Decreto a la publicidad del juego tiene un efecto retardado, ya que durante el mes de abril no desciende el gasto en publicidad y promoción. Esto tiene cierto sentido, ya que es probable que existieran pagos debidos a estas personas de relevancia que aún fueran debidos con anterioridad. Existe también la posibilidad de que el gasto en este tipo de publicidad fuera muy reducida, y por esa razón no descendiera el gasto en publicidad de la forma esperada, sin embargo resulta más probable que fuera debido a la primera opción mencionada.

- 2) La disposición final tercera del RD 958/2020: “El artículo 13; los párrafos b) y c) del artículo 23.1, los artículos 24, 25.3, 26.3 y 27, que entrarán en vigor el 1 de mayo de 2021” (RD 958/2020).

El artículo 13 versa sobre las actividades de promoción, prohibiendo las campañas de captación a jugadores de riesgo, así como a jugadores que no tengan una cuenta activa (es decir, que no hayan tenido una cuenta abierta durante 30 días mínimo). Adicionalmente, establece un número extenso de limitaciones en las promociones y la información otorgada a los jugadores, e incluso si esto se cumple, “no afectará a la posible consideración como

abusivas o inequitativas de las condiciones contractuales concretas establecidas por el operador en relación con la promoción” (RD 958/2020). El artículo 23 se centra en las comunicaciones comerciales por medio de internet y medios análogos, el 24 en las comunicaciones por correo electrónico, el 25 en los servicios de intercambio de vídeos por cualquier plataforma, y el 26 y el 27 en las redes sociales y los pronosticadores de apuestas respectivamente. Si se observa el Gráfico 18, destaca la bajada en mayo y junio del gasto publicitario, sin duda debido al efecto de este RD 958/2020. Sin embargo, esto sigue sin explicar porque a continuación el gasto publicitario sufre un descenso aún mayor. Como es lógico, el gasto no desciende de la misma manera que en el segundo trimestre de 2020, ya que como se ha detallado con anterioridad, en ese momento se estableció una prohibición excesiva y casi absoluta sobre la publicidad del juego.

- 3) Disposición transitoria cuarta: “Adaptación de contratos publicitarios suscritos con anterioridad a la entrada en vigor de este Real Decreto” (RD 958/2020).

Lo que esta disposición establece es la posibilidad de extender hasta el 30 de agosto de 2021 la actividad contratada previamente al 04 de noviembre de 2020, la fecha de publicación del RD 958/2020. Esto termina de explicar el gráfico de la evolución del gasto en publicidad, ya que la bajada se debe casi indudablemente a esta disposición del RD 958/2020, estableciendo la fecha límite para cesar la actividad de comunicaciones comerciales detalladas en la misma.

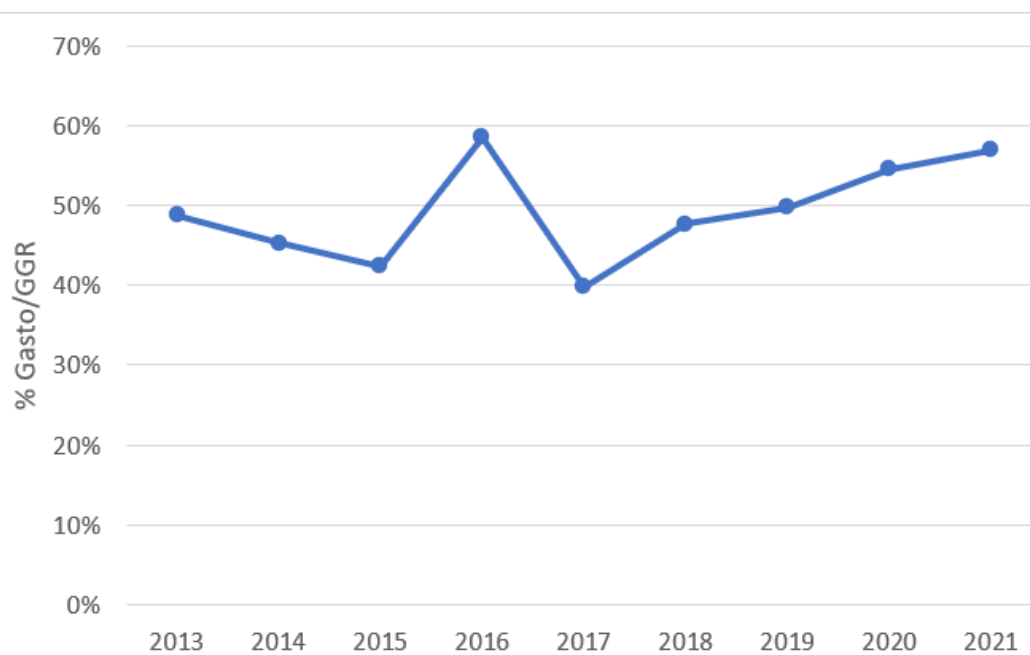
Finalmente, resulta apropiado estudiar la relación entre el GGR ya estudiado y el gasto en publicidad, ya que se puede obtener el porcentaje de GGR que se destina a la publicidad mediante una simple operación, averiguando así la importancia para el sector del juego de la publicidad (todo en términos online, por supuesto). El año 2021*, está estimado en su último trimestre en función de los tres trimestres de los que sí se tiene datos, mediante la siguiente operación: $(\text{GGR de enero a septiembre})/3 + \text{GGR de enero a septiembre}$. Lo mismo se aplicará para el gasto en publicidad.

Tabla 3: Comparación entre GGR y Gasto en publicidad (incluyendo todos sus apartados), porcentaje del GGR empleado en el gasto en publicidad.

	GGR	Gasto en publicidad (publicidad, bonos, afiliados y patrocinios)	Porcentaje de Gasto/GGR
2013	228.640.587,00	111.458.224,00	49%
2014	252.833.599,00	114.360.728,00	45%
2015	317.118.049,00	134.376.725,00	42%
2016	386.663.282,00	226.208.754,00	59%
2017	557.348.165,00	221.968.420,00	40%
2018	699.059.266,00	332.916.539,00	48%
2019	748.244.267,00	372.001.357,00	50%
2020	850.743.317,00	464.330.507,00	55%
2021*	851.613.710,67	484.979.052,00	57%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la DGOJ (2022).

Gráfico 19: Evolución anual del % del GGR destinado al gasto en publicidad (incluyendo todos sus apartados).



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la DGOJ (2022).

IV. CONCLUSIONES

A la hora de exponer las conclusiones, podemos dividir las en dos grupos, en función de los objetivos del trabajo en sus distintas áreas. En primer lugar, se comentará si se ha logrado exponer adecuadamente lo que se quería aclarar gracias a la parte más documental de los primeros apartados. A continuación se planteará la relevancia de la primera parte del trabajo para comprender y establecer la segunda. Finalmente, se observará la precisión del análisis de los datos y la visualización de los mismos para comprobar las premisas, y si estas se plantearon adecuadamente o son rechazadas.

La intención de la primera parte del trabajo consistía en contextualizar los datos que más tarde se expusieron, apoyando la concepción del juego como adicción, así como sus problemas y consecuencias, mediante las opiniones de expertos y la profunda investigación que fue llevada a cabo para poder emitir juicios y opiniones sobre la materia. Esta información debe presentarse de una manera estructurada para comprender por pasos la adicción del juego, y el marco jurídico en España. Queda claro, una vez analizada toda esta parte documental del trabajo que el juego patológico consiste en efecto de un problema grave para la psique del jugador, y que el consenso argumental de todo el sector de investigación sobre el juego es que la problemática del juego patológico es un problema infravalorado, cuyos efectos llegan a equipararse con el de las drogas. De esta manera, se ha logrado ofrecer una imagen clara de la patología del juego de forma fundada.

Respecto del nexo entre la primera parte y el resto del trabajo, la profunda investigación realizada en la primera parte permite al lector de este trabajo introducirse en la temática, y comprender la primera parte de las hipótesis. En primer lugar, se ha logrado establecer que el problema del juego es claramente superior a lo que se puede considerar sin conocer el tema (más adelante se explicará si como plantea la hipótesis, se ha logrado demostrar que aun así el juego está en aumento o no). En segundo lugar, se ha conseguido exponer en la primera parte la regulación laxa por norma general del juego, aunque la publicidad aún no ha terminado de detallarse, ya que resulta más conveniente para el lector agrupar la teoría con los datos en ese caso.

Respecto de la parte técnica, se han logrado alcanzar varias conclusiones. Primeramente,

se planteaba que el juego ha incrementado pese a tratarse de un problema de adicción tan grave. Resulta evidente si se examinan los diferentes apartados que la industria del juego mantiene su rumbo ascendente, en casi todas las tipologías de juegos, exceptuando algunas ramas en decadencia, siendo sustituidas por el juego online. Precisamente sobre el juego online se extrae una de las conclusiones más importantes del trabajo: el juego online cada vez tiene más repercusión para la industria del juego, obteniéndose cada vez en mayor medida porcentajes positivos de GGR. Por otro lado, la segunda premisa que se planteaba era la carencia de efectos de la legislación en España en el juego online. Pese a que puede parecer que está en lo cierto, basta con comprobar el Gráfico 18, en el que se expone el gasto mensual en la publicidad, para observar el poder que puede ejercer el Gobierno sobre el juego.

Finalmente, se puede concluir que el juego en España es en efecto un problema latente, integrado en la sociedad, cuyo crecimiento es seguro, sin embargo existe la posibilidad de afectarlo y provocar cambios en el mismo mediante una legislación más rígida y consistente, especialmente en el sector online. Este trabajo puede resultar de mucha utilidad para proyectar la misma imagen que se ha reflejado en este, respecto de la evolución en momentos posteriores o sobre nuevas premisas no abordadas en el trabajo.

V. BIBLIOGRAFÍA

American Psychiatric Association. (2013). Diagnostic and statistical manual of mental disorders (5th ed.). <https://doi.org/10.1176/appi.books.9780890425596>

AZARplus. (2018, 29 octubre). CODERE reúne en su Talent Show a Vázquez, Odiozola y al famoso rapero Arkano. AZARplus. Recuperado 20 de marzo de 2022, de <https://www.azarplus.com/codere-reune-en-su-talent-show-a-vazquez-odiozola-y-al-famoso-rapero-arkano/>

Blaszczynski, A., Ladouceur, R., & Shafer, H. J. (2004). A science-based framework for responsible gambling: The Reno Model. *Journal of Gambling Studies*, 20(3), 301–317. Recuperado 17 de marzo de 2022, de https://www.researchgate.net/publication/8359878_A_Science-Based_Framework_for_Responsible_Gambling_The_Reno_Model

Caillois, R. (1958). *Los juegos y los hombres. La máscara y el vértigo*. Fondo de cultura económica de México. Recuperado de: <https://bibliodiarq.files.wordpress.com/2014/11/caillois-r-los-juegos-y-los-hombres.pdf>

Chóliz, M. (2018). Ethical gambling: A necessary new point of view of gambling in public health policies. *Frontiers in Public Health*, 6, 12. Recuperado el 7 de febrero de 2022 de: https://www.researchgate.net/publication/322831236_Ethical_Gambling_A_Necessary_New_Point_of_View_of_Gambling_in_Public_Health_Policies

Chóliz, M., Marcos, M., & Bueno, F. (2021). Ludens: A Gambling Addiction Prevention Program Based on the Principles of Ethical Gambling. *Journal of gambling studies*, 1-16. Recuperado 6 de febrero de 2022, de <https://link.springer.com/article/10.1007/s10899-021-10066-7>

Cunningham, C., & Zichermann, G. (2011). *Gamification by design: Implementing game mechanics in web and mobile apps*. O'Reilly Media. Recuperado 16 de marzo de 2022, de http://storage.libre.life/Gamification_by_Design.pdf

Diario Oficial de la Unión Europea. (2 de julio de 2014). *Preguntas escritas formuladas por los diputados al Parlamento Europeo y las respuestas de una de las instituciones de la Unión Europea (2014/C 206/01)*. EUR Lex. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=OJ:C:2014:206:FULL&from=DE>

Dirección General de Ordenación del Juego (2021). Memoria de actividad 2020. Ministerio de Consumo. Recuperado 18 de marzo de 2022, de <https://www.ordenacionjuego.es/es/memorias-informe-anual>

Dirección General de Ordenación del Juego. (2022). *Datos mercado juego online (enero 2013 / septiembre 2021)*. Recuperado el 17 de marzo de 2022 de la base de datos de la Dirección General de Ordenación del Juego <https://www.ordenacionjuego.es/es/descarga-datos-mercado-juego-online>

Dirección General de Ordenación del Juego. (s.f.). *Registro General de Interdicciones de Acceso al Juego (RGIAJ)*. Ministerio de Consumo. Recuperado 08 de febrero de 2022, de <http://www.ideam.gov.co/web/atencion-y-participacion-ciudadana/cambio-climatico>

Echeburúa, E., Báez, C., Fernández-Montalvo, J., & Páez, D. (1994). Cuestionario de juego patológico de South Oaks (SOGS): Validación española. *Análisis y Modificación de Conducta*, 20 (74), 769-791. Recuperado de: <https://academica-e.unavarra.es/bitstream/handle/2454/27945/A4.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ertmer, P., & Newby, T. (1993). Conductismo, cognitivismo y constructivismo: una comparación de los aspectos críticos desde la perspectiva del diseño de instrucción. *Performance improvement quarterly*, 6(4), 50-72. Recuperado de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/33702241/1.-ConductismoCognositivismo-y-Constructivismo-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1647107854&Signature=AshF4wIwpsjBQSZbix79PgU7zfNV6z9KYG NoluDFj~R0bHYt6d~RzYoJfJBgDBj51YbyY46s0nA~qa~cnBHsos~19x32n0mSwC7 QDeq33F0xug3NVHE~9JQuUBHtVvmR~otA07h5IbPLaKV3RELgonguOWAXVNZe lZpkQhyimaBOiyErgHCo-B~qoqR5ByBMII82Tota6YtTnu8t5XLS1qCl9PsHe7UwiGFd-j4zVpQ9hN-7zudtgiN4gxtelPDadzt1Xk-vHuvRevAUXvR8hPOZgmxAFAvNUnRID00jkgsgpru~Bom5wRicdBYHO4ADrEDZ yiJZbQhN7Zt~-V3A_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

EUR-Lex. (12 de julio de 2018). *COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT Part II: Policy areas Accompanying the document REPORT FROM THE EUROPEAN COMMISSION Monitoring the application of European Union law 2017 Annual Report*. European Comission. Recuperado de: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:52018SC0378>

Fundación de Ayuda Contra la Drogadicción. (21 de febrero de 2020). *Gambling*. Recuperado 1 de marzo de 2022 de: <https://www.fad.es/sustancias-y-otras-conductas/juego/gambling/>

Gómez, J. A. & Lalanda, C. (2021) *Anuario del Juego en España 2021*. Instituto de Política y Gobernanza de la Universidad Carlos III y CEJUEGO. Recuperado de <https://cejuego.com/wp-content/uploads/2021/11/2021-Anuario-Paginas.pdf>

González, A. (1989). *Juego patológico: una nueva adicción*. Canal comunicaciones.

Hancock, L., Schellinck, T., & Schrans, T. (2008). Gambling and corporate social responsibility (CSR): Re-defining industry and state roles on duty of care, host responsibility and risk management. *Policy and Society*, 27(1), 55–68. Recuperado de: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1016/j.polsoc.2008.07.005?scroll=top&needAccess=true>

Huizinga, J. (1938). *Homo Ludens*. Alianza Editorial/Emecé Editores. Recuperado de: <https://cursoshistoriavdemexico.files.wordpress.com/2019/07/huizinga-johan-homo-ludens.pdf>

Instituto Nacional de Estadística (2022). Población por comunidades y ciudades autónomas y sexo. Recuperado de la base de datos del Instituto Nacional de Estadística <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2853#!tabs-mapa> (última consulta 17/03/2022).

Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs. (s.f.). Online gambling in the EU. Comisión Europea. Recuperado 15 de febrero de 2022, de https://ec.europa.eu/growth/sectors/online-gambling_es

International Comparative Legal Guides (2021, 18 de noviembre). Gambling Report 2022 Spain. *Global Legal Group*, 34, 216-223. Recuperado de <https://iclg.com/practice-areas/gambling-laws-and-regulations/spain>.

Labrador, F. J., & Becoña, E. (1994). Juego patológico: aspectos epidemiológicos y teorías explicativas. *Conductas adictivas. Teoría, evaluación y tratamiento*, 495-520. Recuperado de <https://www.conducteam.com/recursos-libros/conductas-adictivas-teoria-evaluacion-y-tratamiento/>.

Ley 13/2011, de 27 de mayo, de regulación del juego. *Boletín Oficial del Estado*, 127, de 28 de mayo de 2011. <https://www.boe.es/eli/es/l/2011/05/27/13/con>

Ley 2/2021, de 29 de marzo, de medidas urgentes de prevención, contención y coordinación para hacer frente a la crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19. *Boletín Oficial del Estado*, núm. 76, de 30 de marzo de 2021. <https://www.boe.es/eli/es/l/2021/03/29/2>

Lilienfeld, S. O., Woolf, N. J., Namy, L. L., & Jay Lynn, S. (2010). *Psychology: A Framework for Everyday Thinking*. Pearson College Division. Recuperado de

https://www.researchgate.net/publication/288853529_A_Framework_for_Everyday_Thinking.

Márquez, I., Tolentino-Mayo, L., & Barquera, S. (2021). Regulación de la publicidad de alimentos y bebidas dirigida a la población infantil: el derecho a la información. *salud pública de méxico*, 63, 92-99. Recuperado de <https://saludpublica.mx/index.php/spm/article/view/11194>.

Newsroom. (7 de diciembre de 2017). *Comission closes infringement procedures and complaints in the gambling sector*. European Union. Recuperado 14 de febrero de 2022, de: https://europa.eu/newsroom/content/commission-closes-infringement-procedures-and-complaints-gambling-sector_en

Ñíguez, M. D., & Sanmartín, L. P. (2021). Los efectos de la COVID-19 y los peligros de adicción juvenil en relación al juego patológico. *Investigaciones sobre las consecuencias sociales, políticas, económicas y en la organización escolar*, 61-73.

Recuperado de:

<https://www.eumed.net/uploads/libros/80a31a0b99a86732319dd08e70ed7b91.pdf#page=65>

Pavlov, I.P. (1951) Relations between excitation and inhibitions: experimental neurosis in dogs. *Works, III (2)*: 25-50. Moscow: Progress. Recuperado de <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9780429338410-9/relations-excitation-inhibition-delimitation-excitation-inhibition-experimental-neuroses-dogs20-ivan-pavlov>.

Pérez, L. (2010). El mercado de las apuestas deportivas. *Thomson Reuters Aranzadi: Navarra*, 13-33. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/289522375_El_mercado_de_apuestas_deportivas

Pérez, S., Alcalá, B., Pérez, G., & Yahón, A. (2018). Juventud y Juegos de Azar, Una Visión General del Juego en los Jóvenes. *Instituto de la Juventud en España*. Recuperado de <http://www.injuve.es/observatorio/ocio-y-tiempo-libre/juventud-y-juegos-de-azar-una-vision-general-del-juego-en-los-jovenes>

Pino, A. M. (2014). Despenalización de los juegos de azar en España. *Revista Vía Iuris*, 2014 (Nº 16), pp. 11-33. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6610265.pdf>

Proyecto de Real Decreto, de 12 de julio de 2021, por el que se regula el desarrollo de entornos más seguros de juego.

https://www.sanidad.gob.es/normativa/audiencia/docs/RD_ENTORNOS_SEGUROS_JUEGO.pdf

Real Academia Española - RAE. (s. f.). Alea. Recuperado 3 de febrero de 2022, de <https://dpej.rae.es/lema/alea>

Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19. *Boletín Oficial del Estado*, 67, de 14 de abril de 2020.

<https://www.boe.es/eli/es/rd/2020/03/14/463>

Real Decreto 958/2020, de 3 de noviembre, de comunicaciones comerciales de las actividades de juego. *Boletín Oficial del Estado*, 291, de 4 de noviembre de 2020.

<https://www.boe.es/eli/es/rd/2020/11/03/958>

Real Decreto-ley 11/2020, de 31 de marzo, por el que se adoptan medidas urgentes complementarias en el ámbito social y económico para hacer frente al COVID-19. *Boletín Oficial del Estado*, 91, de 01 de abril de 2020.

<https://www.boe.es/eli/es/rdl/2020/03/31/11/con>

Real Decreto-ley 21/2020, de 9 de junio, de medidas urgentes de prevención, contención y coordinación para hacer frente a la crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19. *Boletín Oficial del Estado*, 163, de 10 de junio de 2020.

<https://www.boe.es/eli/es/rdl/2020/06/09/21/con>

Salaberría, K., Báez, C., & Fernández-Montalvo, J. (1998). El juego patológico: un problema social. *Zerbitzuan. Revista de Servicios Sociales*, 33, 15-24. Recuperado de <https://academica-e.unavarra.es/handle/2454/27962>.

Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, de 28 de febrero de 2018, C-3/17, Caso Sporting Odds. Recuperado de <https://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?num=C-117/17&language=ES>

Skinner, B. (1976). *About Behaviorism*. B. F. Skinner Foundation, 208-221. Recuperado de http://fitelson.org/prosem/skinner_2.pdf

Skinner, B. (1991). *Behavior of Organisms*. B. F. Skinner Foundation. Recuperado de <http://www.bfskinner.org/wp-content/uploads/2016/02/BoO.pdf>

Tachlian, E. (2010). PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DEL TABACO. *Boletín del Instituto de Estudios Constitucionales*, (23), 21-36. Recuperado de <https://revistas.usergioarboleda.edu.co/index.php/BIEC/article/view/1375>.

Thorp, E. (1962). *Beat the dealer*. Adfo Books. Recuperado de: <https://pdfcoffee.com/qdownload/beat-the-dealer-thorppdf-pdf-free.html>

Watson, J. (1913). Psychology as the Behaviorist Views it. *Psychological Review*, 20, 158-177. Recuperado de de <https://psychclassics.yorku.ca/Watson/views.htm>