



Memoria
Proyecto de Aprendizaje-Servicio UCM
Convocatoria 2025

**«EDUCACIÓN EN CONSUMO RESPONSABLE DE LOS
MENORES ANTE LAS ESTRATEGIAS COMERCIALES
DE LOS OPERADORES DEL JUEGO DE AZAR ONLINE
(4ª edición)»**

SONIA LAURA CARCELÉN GARCÍA

Facultad de Ciencias de la Información

Departamento de Marketing

Guion memoria Proyectos ApS 2025:

1. Descripción del equipo de proyecto y recursos humanos

(Nombre y Apellidos, PDI / PTGAS / Estudiante / etc., DNI / NIF)

PDI UCM ¹				
Nombre y Apellidos	Función (director/a o miembro del equipo)	NIF	Facultad	Departamento
Sonia Laura Carcelén García	Director (PDI)		CCII	Marketing
José Antonio Ruiz San-Román	Miembro del equipo (PDI)		CCII	Sociología Aplicada
María Asunción Galmés Cerezo	Miembro del equipo (PDI)		CCEE	Marketing
Mónica Díaz-Bustamante Ventisca	Miembro del equipo (PDI)		CCEE	Marketing
María José Narros González	Miembro del equipo (PDI)		CyT	Marketing
Victoria Martín Martín	Miembro del equipo (PDI)		CyT	Marketing
Ana Pedreño Santos	Miembro del equipo (PDI)		CCEE	Marketing
Marta Peña Álvarez	Miembro del equipo (PDI)		CyT	Marketing
Mónica Viñarás Abad	Miembro del equipo (PDI)		CCII	CC. de la Comunicación Aplicada
María Puelles Gallo	Miembro del equipo (PDI)		CCEE	Marketing

¹ La diferenciación en dos tablas tiene como objetivo visualizar que el NIF es un requisito solo para PDI de la UCM, a efectos de reconocimiento de los méritos de Docencia.

Myriam Durán Vilches	Miembro del equipo (PDI)		CC. Políticas y Sociología	Sociología: metodología y teoría
Gema Martínez Navarro	Miembro del equipo (PDI)		CCEE	Marketing

Demás miembros del equipo de la UCM (PTGAS, Estudiantado, etc.)			
Nombre y Apellidos	Tipo de adscripción institucional	Facultad	Departamento
Lucía Maganto Saavedra	Estudiante		
Marcela González Gómez	Estudiante		
Aitana Bernardo Santano	Estudiante		
Rocío Sánchez Galea	Estudiante		
Natalia Obón Luna	Estudiante		
Lucía Moreno Martín-Dorado	Estudiante		
Daniela Monasterio Sanz	Estudiante		
Sofía Moreno Ponce	Estudiante		
Pamela Saravía Siles	Estudiante		
Claudia Peño Rodríguez	Estudiante		
Sergio Celma Sosa	Estudiante		
Carmen Hernández	Estudiante		

Hernández			
Mar Fernández Valero	Estudiante		
Iván Losada Sánchez	Estudiante		
Noelia Tabuenca Izquierdo	Estudiante		
Carolina Martín Sánchez	Estudiante		
Irene López Bernal	Estudiante		
María Tsimiklis Gonzal	Estudiante		
Juan Cortés Méndez	Estudiante		
Marco Pérez Serrano	Estudiante		
Ainara Gómez Pérez	Estudiante		
Pelayo Gómez Fernández	Estudiante		
Laura Neira Ortiz de Galisteo	Estudiante		

Demás miembros del equipo adscritos a otras instituciones (externos a la UCM)			
Nombre y Apellidos	Tipo de adscripción institucional	Universidad- Facultad / Centro	Departamento (en caso de universidad)

2. Breve resumen del proyecto realizado y resultados más significativos (en torno a 300 palabras)

Aunque la edad legal para jugar a juegos de azar y apuestas son los 18 años, la realidad es que la edad de inicio de las personas en estas prácticas es cada vez más en edades mucho más tempranas. Según el informe sobre trastornos comportamentales del Ministerio de Sanidad (2024), un 23% de los estudiantes de 14 a 18 años juega con dinero semanalmente o con mayor frecuencia de manera online.

En este sentido se ha detectado la falta de información y formación de los menores y jóvenes sobre los peligros de los juegos de azar, sobre todo en el entorno online, lo que les convierte en un público vulnerable al que hay que proteger.

Además, se ha demostrado que las campañas preventivas tradicionales sobre el juego, centradas en advertencias racionales, mensajes institucionales o figuras de autoridad (como policías o expertos en la materia), no resultan eficaces para generar cambios significativos en el comportamiento de los adolescentes. Este tipo de estrategias basadas en un enfoque unidireccional y escasa conexión emocional con la realidad de los jóvenes limita su impacto, provocando que el adolescente piense "esto ya me lo sé" o "qué me están contando" y desconecte ante su mensaje.

Por todo ello, es necesario implementar estrategias más innovadoras, participativas y culturalmente relevantes, como las que plantea este proyecto de ApS a través de sus talleres de co-creación.

El resultado más importante ha sido la participación activa y voluntaria de estudiantes de la UCM de distintas Facultades y, haber podido trabajar con menores y haberles hecho reflexionar y tomar conciencia sobre un tema relevante y de gran impacto entre este colectivo, como es el peligro del juego no responsable.

3. Beneficiarios del servicio a los que va dirigido el proyecto (perfil y características)

El proyecto tiene dos beneficiarios (uno principal y otro secundario):

- El beneficiario principal son los menores: chicos y chicas, estudiantes de secundaria de entre 14 y 16 años de edad.
- El beneficiario secundario son los estudiantes universitarios de la Universidad Complutense en cualquiera de las facultades donde los profesores del equipo investigador imparten su docencia (CCII, CCEE y CyT).

4. Alcances y limitaciones de los objetivos de aprendizaje y servicio

4.1. Objetivos e indicadores de aprendizaje propuestos en el proyecto

Los objetivos han sido: favorecer la reflexión, pensamiento crítico y el trabajo en equipo entre los estudiantes UCM; fomentar la creatividad a través de herramientas que sensibilicen a los menores hacia el consumo responsable

del juego de azar online y; sensibilizar sobre el desarrollo de una sociedad más responsable a través de estrategias de marketing y comunicación más éticas.

Los indicadores propuestos han sido mejorar el trabajo en equipo y la reflexión conjunta de los estudiantes; hacer trabajar de forma conjunta y diferente sobre una problemática social a los menores e; incrementar la responsabilidad y ética personal del alumnado UCM

4.1.2. Cumplimiento de los objetivos de aprendizaje alcanzados -necesidades atendidas- y no alcanzados -limitaciones y justificación-

Los objetivos del aprendizaje se han alcanzado en su totalidad ya que tanto los estudiantes de la UCM como los menores de los colegios han tomado conciencia de los peligros del juego de azar, sobre todo en el contexto digital, así de cuáles son las estrategias comerciales y publicitarias que utiliza la Industria para atraer y atrapar a los clientes.

4.2. Objetivos e indicadores de servicio propuestos en el proyecto

Los objetivos del servicio han sido sensibilizar a los jóvenes sobre los peligros del juego de azar online entre los públicos más vulnerables y la necesidad de realizar una comunicación responsable por parte de las empresas hacia esos colectivos y; concienciar a los menores de los riesgos existentes de un uso irresponsable del juego online y las graves consecuencias perjudiciales que pueden tener en el futuro.

Los indicadores han sido trabajos con los alumnos de la UCM en las distintas asignaturas y grados para que sean conscientes de los peligros del juego y la realización de encuestas entre los menores para conocer si se ha producido un cambio en su actitud hacia las apuestas y juegos de azar online antes y después del taller

4.2.1. Cumplimiento de los objetivos de servicio alcanzados -necesidades atendidas- y no alcanzados -limitaciones y justificación-

Los objetivos de servicio se han cumplido ya que un gran número de estudiantes UCM se han involucrados y participado en el proyecto. Además, de la colaboración de los estudiantes, surgió la idea de crear un video preventivo para proyectar en los colegios creado y protagonizado por estudiantes de la Facultad de CCII en el que con un tono empático y cercano al de los adolescentes, explicaban las estrategias comerciales más dañinas y que más pueden impulsar a un comportamiento no responsable. De esta manera, los menores involucrados en el servicio pudieron conocer de parte de "sus iguales" los riesgos del juego de azar.

5. Metodología y cronograma

5.1. Resumen de la metodología empleada

Para la realización del Proyecto se han aplicado distintas metodologías de investigación desarrolladas en varias fases:

- Análisis de fuentes secundarias.
- Trabajo en el aula y reuniones con los estudiantes UCM
- Diseño y realización de los talleres y del video preventivo con la participación de alumnos de la UCM.
- Investigación cualitativa posterior a la realización del taller entre los estudiantes UCM.

5.2. Resumen de las actividades realizadas y materiales utilizados

Se han llevado a cabo distintas actividades:

- Actualización de datos e informes sobre el sector y las estrategias comerciales de los operadores de juego de azar y apuestas online y su impacto en los menores y jóvenes para la creación de un argumentario teórico de referencia que pueda ser utilizado posteriormente en los talleres de los colegios.
- Trabajo en el aula con los estudiantes UCM para el diseño de los talleres.
- Trabajo con los alumnos UCM en el contenido del video preventivo para proyectar en dichos talleres entre los menores utilizando anuncios publicitarios y promocionales reales seleccionados previamente por los estudiantes.
- Reuniones con los distintos alumnos voluntarios de la UCM para preparar su participación en los talleres en los distintos colegios colaboradores.
- Realización del video preventivo con la participación de alumnos de la UCM.
- Talleres de co-creación realizados en los colegios con los menores, impartidos por lo
- Realización de un cuestionario abierto entre todos los alumnos de la UCM que han participado activamente en los talleres de los colegios para que valoren su experiencia en el proyecto ApS y puedan plantear aspectos de mejora para el próximo curso.

5.3. Cronograma (rellenar sólo en caso de haber realizado cambios en la planificación)

Fases ApS	Actividades	MESES CONVOCATORIA 2025											
		01	02	03	04	05	06	09	10	11	12		
0. Coordinación	Reuniones con los profesores integrantes del proyecto para planificar el proyecto y	X											

	el trabajo con sus alumnos										
1. Preparación	Preparación de los Talleres a través de trabajos con los alumnos UCM en las distintas asignaturas de los Grados		X	X							
2. Organización	Reuniones con los alumnos para diseñar los talleres creativos con los alumnos del colegio. Realización del video preventivo.				X						
3. Realización	Realización de los Talleres de Creatividad en los distintos colegios con los alumnos de 3º de la ESO					X	X				
4. Cierre	Reunión de todos los profesores del ApS y con los alumnos UCM participante s para poner en común el proyecto y ver las posibles mejoras.							X			

5. Transferencia y seguimiento	Preparación de ponencias en Congresos y publicaciones							X	X	X	X
--------------------------------	---	--	--	--	--	--	--	---	---	---	---

6. Fortalezas y debilidades del proyecto

<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Que los colegios quieran colaborar y ceder horas de las clases de sus estudiantes para hacer el taller • Se necesita la colaboración y participación voluntaria de los estudiantes UCM para poder llevar a cabo el taller, y no siempre se quieren involucrar si no hay una calificación, subida de nota o crédito asignado a la actividad. 	<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • El taller de prevención se lleva a cabo con estudiantes que hablan el mismo lenguaje que los adolescentes (se hace de igual a igual). • El taller de co-creación permite sensibilizar y concienciar a los menores de una forma creativa y que impacta mucho más que las charlas que se dan habitualmente en los centros educativos. • Los estudiantes UCM que participan un año, suelen repetir y decírselo a otros compañeros para que participen.
<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • La existencia de muchas actividades a desarrollar de distintos tipos en los colegios puede hacer que la propuesta de este APS no resulte interesante, o que los adolescentes ante tanta oferta de otras actividades no le presten la debida atención. • Que los estudiantes UCM no puedan compatibilizar la realización de los talleres con sus clases en la Universidad (en muchas ocasiones les coincide el horario del taller con sus clases). 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • El problema del juego de azar es un tema que preocupa mucho a la sociedad y a las familias. • Las instituciones educativas ven necesario realizar este tipo de actividades de prevención entre los menores, ya que cada vez más, se inician antes en este tipo de actividades.

7. Evaluación del impacto en la comunidad y transferencias

7.1. Evaluación del impacto en la comunidad

El primer impacto está derivado del aprendizaje de los alumnos universitarios de la UCM al acercarlos a un problema social y hacerles conscientes de los

peligros que puede ocasionar sobre públicos más vulnerables que ellos (como son los menores). Además, serán los alumnos los que analizarán las estrategias comerciales de las operadoras de apuestas y juego online de nuestro país, para identificar si son socialmente responsables, independientemente de que cumplan la legislación actual sobre este tema. De esta manera, queremos hacer reflexionar a los estudiantes y dotarles de una mirada crítica acerca de la responsabilidad social y el compromiso de las empresas con la sociedad.

El segundo impacto está vinculado con el servicio que los estudiantes universitarios transferirán a la sociedad, en este caso particular, a menores de centros escolares. A través de los talleres de co-creación desarrollados en los colegios, los alumnos UCM voluntarios tratarán de concienciar y enseñar a los menores sobre los riesgos del uso indebido de las apuestas y juegos de azar online. Al ser jóvenes, tendrán menos rechazo por parte de los menores y podrán hablar y compartir más libremente sus experiencias propias o de amigos que sepan que juegan y que pueden tener problemas.

El tercer impacto tiene que ver con el hecho de que la realización del taller suponga un lugar de encuentro entre los padres y los menores, de tal manera que cuando éstos lleguen a casa comenten la experiencia con su familia y se pueda abrir un debate que ayude a hablar de este tema y que no se considere un tema tabú.

7.2. Transferencias académicas del proyecto (congresos, publicaciones, etc.) y divulgación informativa (vídeos, páginas web, redes sociales, etc.)

Se ha enviado una ponencia al Congreso CIINECO, celebrado el 8 y 9 de mayo de 2025. Derivado del congreso se ha realizado un capítulo de libro titulado "De estudiantes a agentes de cambio: experiencias de estudiantes universitarios en un proyecto de prevención del juego de azar y apuestas online", que será publicado en la editorial Tirant Lo Blanch.

Se ha enviado otra ponencia al Congreso CODIPROCIN, celebrado el 27 y 28 de junio de 2025. Derivado del congreso, se ha realizado un capítulo de libro titulado "Elementos de comunicación que más seducen a los jóvenes hacia el juego: vinculación con la motivación económica, el mundo del deporte y la minimización del riesgo" que será publicado en la editorial COMARES.

Además, la realización de los talleres se ha difundido en las redes sociales de las facultades (adjunto pantallazo de la RRSS de la Facultad de CCEE) y en las redes sociales de los estudiantes y profesores.



8. Conclusiones y propuestas de mejora

8.1. Conclusiones

Los principales logros del proyecto han sido: la participación activa y voluntaria de los estudiantes de la UCM y, el haber trabajado con menores y haberles hecho reflexionar y tomar conciencia sobre un tema relevante y de gran impacto entre este colectivo.

El general, la respuesta tanto de los estudiantes UCM como de los alumnos de la ESO después de haber hecho el taller ha sido muy positiva. Para los estudiantes, les ha hecho tomar conciencia de los peligros del juego de azar, a través de la proyección de este riesgo realizando el taller con los menores. Y para los menores, al acercarse de una forma diferente a este problema, y siendo más conscientes de los peligros que se pueden encontrar al tener una mayor información sobre este tema, pudiendo ayudar a otros amigos si deciden iniciarse en el mundo del juego.

La principal fortaleza ha sido contar con los estudiantes de la UCM en el Proyecto, tanto en el diseño de los talleres, aportando una visión mucho más cercana y fresca de los intereses de la gente más joven; como en la forma de impartición. Este formato hizo que los menores se involucraran y disfrutaran mucho más la experiencia. Otra fortaleza ha sido la realización de los carteles publicitarios de manera tradicional, (con cartulinas y rotuladores), lo que les hizo trabajar más en equipo y de forma más proactiva.

La principal oportunidad de este proyecto se centra en la necesidad que tienen los menores de hacer sus propias reflexiones, no de manera impuesta, sobre los riesgos que implica el juego de azar online. Normalmente la forma

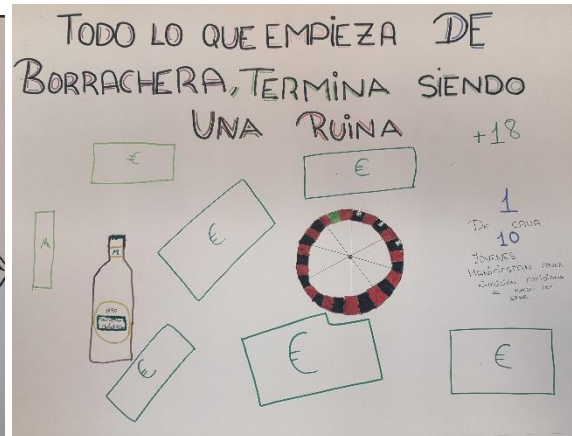
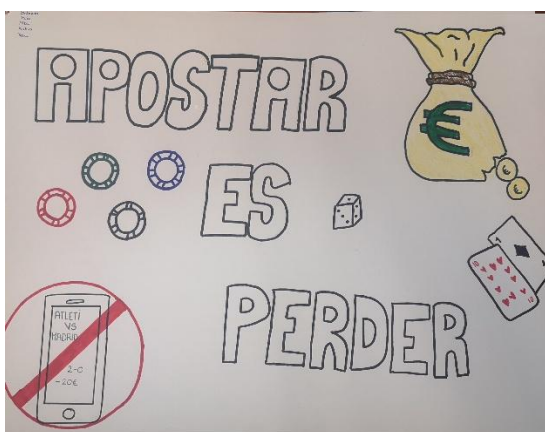
habitual de acercarlos al problema suele ser a través de charlas ofrecidas por personas mucho más alejadas de su discurso. Con este proyecto, han tenido la oportunidad de reflexionar y tomar conciencia del problema desde el propio autoaprendizaje.

8.2. Propuestas de mejora

Nos gustaría poder llegar a más colegios y estudiantes de secundaria, así como poder involucrar más a las familias de los menores. También pensamos que el taller debería tener una mayor duración, ya que dos horas, se suele quedar siempre corto de tiempo, pero es difícil contar con más tiempo por el calendario de clases de los menores.

Por último, creemos que podría ser interesante hacer el taller entre estudiantes de bachillerato y ver qué resultados se obtienen, al ser un público más maduro, pero también más expuesto a los riesgos del juego.

Anexo I. Imágenes de los talleres realizados en los colegios y de algunos de los carteles publicitarios llevados a cabo por los adolescentes con la supervisión de los estudiantes UCM.





LAS TRAGAPERRAS SE TRAGAN

Si intentas A DIVINAR LOS GOLES PERDERÁS dinero A MONTONES

FUERA DE JUEGO X

¿VAS A APOSTAR PERDER LO QUE MÁS IMPORTA?

no da para jugar

↓ € pero !!

SIN APOSTAR

QUE NO SE TE SUBA EL EGO, TU VIDA ESTÁ EN JUEGO

HOY TIENES TODO PERO ACABARÁS SOLO

APUESTA Y SERÁS ESTE TÍO



Anexo II. Pantallazos del video de prevención desarrollado por los estudiantes del Grado en Publicidad y RR.PP.

