

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE PSICOLOGÍA



TESIS DOCTORAL

Apuestas Deportivas en Jóvenes de 18 a 25 Años

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Marina Vallejo Achón

Directores

Francisco Javier Labrador Encinas

Marta Isabel Labrador Méndez

Madrid

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE PSICOLOGÍA



TESIS DOCTORAL

Apuestas Deportivas en Jóvenes de 18 a 25 Años

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTORA
PRESENTADA POR

Marina Vallejo Achón

DIRECTORES

Francisco Javier Labrador Encinas

Marta Isabel Labrador Méndez.

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE PSICOLOGÍA
PROGRAMA DE DOCTORADO DE PSICOLOGÍA



TESIS DOCTORAL

Apuestas Deportivas en Jóvenes de 18 a 25 Años

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTORA
PRESENTADA POR

Marina Vallejo Achón

DIRECTORES

Francisco Javier Labrador Encinas

Marta Isabel Labrador Méndez.

AGRADECIMIENTOS



Agradecimientos

Echando la vista atrás se me hace extraño pensar que han pasado 8 años desde que mi aventura en el mundo de la investigación comenzó. Cuando intento pensar en todo lo que ha pasado durante este tiempo me aparecen recuerdos nítidos y lagunas enormes. Momentos que me han marcado para toda la vida y momentos en los que la vida me ha pasado por encima o no puedo ni recordar. Lo que sí que está claro es que, sin duda ninguna, a quien no podré olvidar y no podré dejar nunca de estar agradecida es a todas las personas que me han acompañado y me han marcado, haciendo que, a día de hoy, sea la persona e investigadora que soy. Y me gustaría hacerlo en el orden cronológico en el que aparecieron para hacer mi vida un poquito más fácil.

En primero lugar, me gustaría agradecer a **Sonia Panadero**. Fuiste la primera persona en darme una oportunidad dentro de la investigación. Para una persona de 22 años que recién empezaba el MPGS y que no tenía ni idea de la vida o de lo que quería hacer, esa oportunidad fue todo un mundo. En ese preciso momento y con esa oportunidad entré en esta aventura. Aprendí sobre investigar y sobre procesos. Sobre lo lenta que puede ser a veces la investigación y lo desesperantes que pueden ser los trámites para becas. Pero, sobre todo, aprendí de humanidad. Gracias por ser la primera en ver mi potencial investigador y por ser tan humana y tan cálida conmigo. Gracias por las dos mil reuniones en las que te tomaste el tiempo de explicarme las cosas y me alentaste a no desfallecer en este proceso llamado tesis. Tus palabras “recuerda que la investigación y la tesis doctoral son una carrera de fondo” me han acompañado desde 2016 y han sido un mantra para mí cuando sentía que me faltaban las fuerzas y me quería rendir.

En segundo lugar, me gustaría mucho poder mostrar mi agradecimiento a **Elena Huguet**. Eres sin duda una de las personas que más me han hecho crecer a lo largo de estos años. Creo que jamás seré capaz de expresar lo necesario que fue para mí cruzarme contigo en la CUP y tenerte como tutora de prácticas. Si pienso en esa niña de 22 años solo puedo sentirme agradecida de saber que tuvo la oportunidad de realizar sus prácticas con una profesional como tú que le enseñó, no sólo a ver a los pacientes más allá de sus síntomas; sino a ver mi propio potencial cuando ni sabía que lo tenía. Si hoy la profesional que soy a nivel clínico es gracias a la confianza que depositaste en mí y a los ojos con los que siempre me has mirado. Me siento totalmente afortunada de haber podido crecer con alguien como tú como referente, compañera y amiga.

En tercer lugar, me gustaría agradecer a **Cristina Larroy** por su confianza en mí como psicóloga sanitaria. Siempre he sido de la creencia de que no puede existir investigación sin práctica clínica pues son las dos patas que dan sentido a la docencia y a lo que investigamos. Poder entrar en un lugar como la CUP y formarme con gente tan extraordinaria como la que hay

allí (Nacho, Carmen, Gonzalo, María Ángeles, mis compañeros...) ha sido un absoluto regalo. He podido crecer, aprender y apasionarme, más si se puede, de la psicología. Pero, sobre todo, me siento profundamente agradecida de haberte tenido a ti como referente de la que aprender. La cercanía con la que te muestras y tu capacidad para luchar contra viento y marea, si hace falta, por hacer de nuestras vidas algo mejor y que seamos mejores profesionales ha sido una visión que siempre me ha inspirado y que me hace querer seguir tus pasos en mi vida profesional. Gracias por estar siempre en primera fila, ya sea en un congreso o para velar por mi, acompañándome y animándome a ser mejor en lo que hago.

En especial me gustaría agradecerte a ti, **Paco**, por todo lo que has hecho por mí. Por aceptar ser mi director de TFM y más tarde mi director de tesis cuando tú ya no aceptabas doctorandos. Por ver el potencial en mi cuando yo ni sabía quién era y por acogerme en tu máster, tu equipo de investigación y tu vida; y enseñarme a ser mejor profesional. Por la paciencia cuando no entendía algo y las mil oportunidades que me has dado para crecer. Por no dudar de mi cuando yo aún no entendía qué hacía en un equipo de investigación como este y mi síndrome del impostor se apoderaba de todo mi ser. Por verme siempre como una igual a pesar de ser el referente que eres. Gracias por tu esfuerzo e implicación por sacar esta tesis adelante a pesar de todas las dificultades. Gracias, gracias y mil gracias de todo corazón. Y a ti también, **Marta**, por ser mi codirectora de tesis.

Y gracias también al equipo de investigación: a Mónica, Paco E., Nacho e Iván, por la paciencia, por acogerme y enseñarme todo lo que sabéis. Gracias **Mónica** por confiar en mí y ver mi potencial a pesar de ser diferente al que está establecido por norma. Gracias por velar por mí y por abrirme puertas que han sido súper importantes en mi crecimiento como persona y profesional. Gracias por siempre tener tiempo para hablar conmigo y por preocuparte por mi bienestar emocional. Tu humanidad y bondad son un ejemplo para mí. Gracias **Paco E.** por tu paciencia enseñándome y por siempre tener palabras cálidas. Siempre que hablo contigo siento que soy un poco más lista. Gracias **Nacho** por ser el primero en alegrarte por mí y mi crecimiento, desde la beca, que fuiste el primero en darte cuenta, hasta el día de hoy. En especial, me gustaría agradecerte a ti, **Iván**, por haber sido el mejor apoyo y ayuda que podría haber tenido a lo largo de la tesis, y sobre todo al final. Gracias por tu calidez y tu paciencia. Gracias por haber dedicado todo el tiempo que has dedicado, de manera totalmente altruista y humana a explicarme los datos y a ayudarme no sólo a saber sino a entender. Gracias por hacerme pensar y crecer y por estar ahí cuando más lo necesitaba. Por ayudarme a entender el mundo de la investigación y no sólo los datos. Eres un ser humano increíble y esta tesis no habría sido posible sin ti. Mil millones de gracias siempre.

Gracias también a **Ana Sanz** por darme la oportunidad de seguir creciendo como persona y como profesional. Por recordarme cuánto me apasiona la docencia y las adicciones y hacerme sentir una persona súper afortunada. Tu oportunidad y tú llegasteis en el momento en el que más lo necesitaba y me ayudasteis a no perder el foco en lo que más me gusta en el mundo: dar clase y ser psicóloga. Gracias siempre por tu cercanía y por tu naturalidad. Por siempre tener tiempo, una sonrisa y palabras cálidas aun cuando estás hasta arriba y no puedes más. Sin duda ninguna soy muy feliz aprendiendo de ti. Eres mi gran hallazgo del 2023.

Gracias infinitas a vosotras, mis *companieras* de la vida. Gracias **Clari, Ali, Pats, Raquel** y **Poio**. Gracias por haber sido mi anclaje a tierra desde que tengo uso de razón. Gracias por haber crecido conmigo y haber estado ahí en las buenas y en las malas. Por haberme entendido como soy y haber aguantado todos los chaparrones que han venido. Sobre todo, con la tesis. Gracias por siempre tener un consejo, una palabra o un abrazo y por siempre haber velado por lo que era mejor para mí, aunque yo no pudiese verlo o saberlo aún. Sin duda ninguna soy quien soy a día de hoy gracias a tener gente como vosotras en mi vida. Sois mi mejor apuesta.

Gracias a ti, **Andrea** por haber sido mi *partner in crime* siempre. Por haberme hecho crecer tantísimo como profesional y como persona y por haberme acompañado en este camino. Me siento muy agradecida de haber tenido siempre tu apoyo y de saber que siempre que lo necesito tengo a alguien con quien compartir casos, dudas o inseguridades. Alguien que siempre va a acompañar a mis miedos haciéndome saber que son sólo eso y no realidades. Gracias por siempre creer en mí. Gracias también a **Silvia, Pao** y a **Pau**, por estar siempre a pesar de la distancia. Porque da igual que sean dos calles, 500 km u 8000 km siempre habéis estado para escuchar mis audio-libros de 10 minutos en los que desesperaba con la tesis o sentía que no podía más. ¡Qué bonito es saber que existen amistades que a pesar de todo están!

Gracias a mi familia. A los que están y a los que, aunque no están, sin ellos yo no estaría. Gracias en especial a mi **tía Bebes**, por enseñarme que la edad es un número y que las ganas de vivir y disfrutar no dependen de ella. Por enseñarme lo que es el amor incondicional y a ver la vida a través de los pequeños detalles que nos hacen felices. Gracias a mi **Tío Edu** por enseñarme a no conformarme y a pensar. A salirme del cuadro y que lo formal no quita lo humano y divertido. Tu forma de ver la vida siempre ha sido una inspiración para mí.

Gracias a mis padres. **Papá, mamá**: gracias por educarme de la mejor forma posible. Gracias por haberme enseñado lo que es perseverar y no rendirse a pesar de las adversidades y gracias por haberme enseñado el valor de ser humanos y no perfectos. Gracias por apoyarme siempre, me meta en los proyectos que me meta, y gracias por no dejar de preguntar por ellos,


aunque ni yo sepa a veces lo que hago. Gracias por estar ahí, siempre, en la sombra, por si en algún momento os necesito. Y, mamá, gracias por esta portada tan espectacular. Es el envoltorio perfecto para algo tan importante para mi.

Gracias a mis hermanos, **Lauri, Javi e Iñi**. Quiero que sepáis que sois mi absoluta y máxima inspiración en la vida. Mi mayor suerte es teneros como hermanos. Si hoy estoy donde estoy es gracias a que siempre habéis estado a mi lado, soñando conmigo y animándome a ser quien soy. Gracias por ver siempre lo mejor en mí y por no haberme dejado que me rinda nunca. Por estar cuando necesito reír, llorar, un consejo, una página web, el logo para mi empresa o cuando he desesperado con la tesis. Gracias por estar cuando he conseguido algo que era un reto para mí, por pequeño que fuera, y por haberlo celebrado como si fuera la mayor de las victorias. Gracias por ser mi lugar seguro y un lugar donde he aprendido a saber y a querer quien soy. Os quiero muchísimo. Esta tesis es también vuestra.

Gracias a todos y cada uno de mis **pacientes**. Gracias por permitirme acompañaros en el camino y gracias por enseñarme tanto profesional como personalmente con cada uno de vuestros procesos. Sin duda ninguna la profesional y la persona que soy a día de hoy está súper influenciada por todo lo que he ido aprendiendo con vosotros y de vosotros todos estos años. Sois unas personas súper inspiradoras y un ejemplo de la importancia que tiene quererse a uno mismo y luchar por lo que uno necesita. Me siento muy afortunada de acompañaros en todo ese proceso.

A ti, **María**, que me has ayudado a escucharme y entenderme a pesar de mis resistencias. Gracias por acompañarme en un camino tan complicado y difícil para mí. Gracias por enseñarme a ser mi lugar seguro y a mirar al miedo sabiendo que no es tan fuerte como siempre he creído. Gracias por ayudarme a creer en mí y encontrar mi voz y mi camino. Una de las mejores decisiones de mi vida siempre será haberte conocido.

Finalmente, gracias a ti. Gracias por no haberte rendido nunca conmigo. Por siempre tener un pequeño espacio en el que, a pesar de que las cosas fueran mal, siempre cabía la esperanza de que algún día conseguiríamos ser lo que somos. Gracias por haber aguantado a pesar de que a veces no pudiéramos más y gracias por haber encontrado pequeños lugares seguros en los que refugiarte hasta que encontráramos nuestro propio lugar. Gracias por todo lo que has hecho por mí porque sin duda ninguna no estaría hoy aquí si no fuera por ti. Siempre te estaré eternamente agradecida. Gracias, gracias y mil millones de gracias.

Hoy, por fin, se cierra uno de los ciclos más importantes de mi vida. Y se abre uno aún mayor. Todo esto no habría sido posible sin todos los que estáis aquí. ¡**Gracias a todos!** 

ÍNDICE



Índice

Agradecimientos.....	9
Índice de tablas	23
Abreviaturas	27
Resumen	31
Prefacio	41
Parte I: Delimitación De Las Apuestas Deportivas.....	47
Capítulo 1. Introducción: Apuestas Deportivas	47
1.1. Apuestas Deportivas: Definición y Delimitación.....	47
1.2. Tipos de Apuestas Deportivas.....	47
1.2.1. Según las Cantidades de Dinero Jugadas.....	47
1.2.2. Según al Número de Apuestas.....	48
1.2.3. Según el Momento en el que se Realiza la Apuesta.....	50
1.3. Formato de Apuestas	50
1.3.1. Presenciales.....	50
1.3.2. Online.....	51
Capítulo 2. Situación de las Apuestas Deportivas en España a Nivel Legal y Social	53
2.1. Nivel Legal: Regulación Legal Actual en España.....	53
2.1.1. Cambios más Relevantes en la Regulación de las Apuestas Deportivas según el Reglamento de 2020 (BOE 291, Real Decreto 958/2020):.....	54
2.2. Nivel Social: Repercusión Socioeconómica en España.....	55
Capítulo 3. Epidemiología de las Apuestas Deportivas.....	59
3.1. Participación en Apuestas Deportivas de la Población Adulta a Nivel Mundial ..	60
3.1.1. América.....	120
3.1.2. Oceanía	121
3.1.3. Asia.....	122
3.1.4. África.....	124
3.1.5. Europa	126
3.2. Participación en Apuestas Deportivas de la Población Adulta en España	128
3.2.1. Apuestas Presenciales (Tabla 3).....	128
3.2.2. Apuestas Online (Tabla 3 y Figura 6).....	131
3.3. Participación En Apuestas Deportivas De La Población Menor De Edad A Nivel Mundial.....	134
3.3.1. América (Figura 1 o Tabla 2).....	135
3.3.2. Oceanía (Figura 2 o Tabla 2)	135
3.3.3. Asia (Figura 3 o Tabla 2).....	136
3.3.4. África (Figura 4 o Tabla 2).....	136

3.3.5. Europa (Figura 5 o Tabla 2)	136
3.4. Participación en Apuestas Deportivas de la Población Menor de Edad en España	137
Capítulo 4. Epidemiología de la Problemática de Juego en las Apuestas Deportivas	139
4.1. Problemática de Juego en Apuestas Deportivas de la Población Adulta a Nivel Mundial	139
4.1.1. América	140
4.1.2. Oceanía	140
4.1.3. Asia	141
4.1.4. África	141
4.1.5. Europa	142
4.2. Problemática de Juego en Apuestas Deportivas de la Población Adulta en España	143
4.3. Problemática de Juego en Apuestas Deportivas de la Población Menor de Edad a Nivel Mundial	144
4.3.1. América (Figura 1 o Tabla 2)	145
4.3.2. Oceanía (Figura 2 o Tabla 2)	145
4.3.3. Asia (Figura 3 o Tabla 2)	145
4.3.4. África (Figura 4 o Tabla 2)	146
4.3.5. Europa (Figura 5 o Tabla 2)	146
4.4. Problemática de Juego en Apuestas Deportivas de la Población Menor de Edad en España	147
Parte II: Factores Implicados en el Inicio y Mantenimiento de las Apuestas Deportivas ..	151
Capítulo 5. Factores Demográficos	151
5.1. Definición y Delimitación	151
5.2. Edad	152
5.2.1. Definición	152
5.2.2. Cómo Afecta la Edad a la Realización de Apuestas Deportivas	152
5.2.3. Cómo Afecta la Edad al Desarrollo de Problemas de Juego	154
5.2.4. Cómo Influyen Otros Factores en Función de la Edad al Juego	156
5.3. Género	157
5.3.1. Definición	157
5.3.2. Cómo Afecta el Género a la Realización de Apuestas Deportivas	158
5.3.3. Cómo Afecta el Género al Desarrollo de Problemas de Juego	159
5.3.4. Cómo Influyen Otros Factores en Función del Género al Juego	160
5.4. Nivel Educativo	161
5.4.1. Definición	161
5.4.2. Cómo Afecta el Nivel Educativo a la Realización de Apuestas Deportivas	162
5.4.3. Cómo Afecta el Nivel Educativo al Desarrollo de Problemas de Juego	162

5.4.4.	<i>Cómo Influyen Otros Factores en Función del Nivel Educativo al Juego..</i>	163
5.5.	Nivel Económico.....	164
5.5.1.	<i>Definición</i>	164
5.5.2.	<i>Cómo Afecta el Nivel Económico a la Realización de Apuestas Deportivas..</i>	165
5.5.3.	<i>Cómo Afecta el Nivel Económico al Desarrollo de Problemas de Juego ..</i>	165
5.5.4.	<i>Cómo Influyen Otros Factores En Función Del Nivel Económico Al Juego.....</i>	165
Capítulo 6:	Factores Cognitivos.....	167
6.1.	Definición y Delimitación	167
6.2.	Creencias Irracionales.....	168
6.2.1.	<i>Definición</i>	168
6.2.2.	<i>Cómo Afectan las Creencias Irracionales a la Realización de Apuestas Deportivas.....</i>	170
6.2.3.	<i>Cómo Afectan las Creencias Irracionales al Desarrollo de Problemas de Juego.....</i>	171
6.2.4.	<i>Cómo Influyen Otros Factores en Función de las Creencias Irracionales al Juego.....</i>	172
6.3.	Actitudes Hacia el Juego	173
6.3.1.	<i>Definición</i>	173
6.3.2.	<i>Cómo Afectan las Actitudes a la Realización de Apuestas Deportivas</i>	174
6.3.3.	<i>Cómo Afectan Las Actitudes Al Desarrollo De Problemas De Juego.....</i>	174
6.3.4.	<i>Cómo Influyen Otros Factores en Función de las Actitudes al Juego</i>	174
6.4.	Motivación	175
6.4.1.	<i>Definición</i>	175
6.4.2.	<i>Cómo Afecta La Motivación A La Realización De Apuestas Deportivas ...</i>	176
6.4.3.	<i>Cómo Afecta la Motivación al Desarrollo de Problemas de Juego.....</i>	176
6.4.4.	<i>Cómo Influyen Otros Factores en Función de la Motivación al Juego.....</i>	177
Capítulo 7:	Factores Comportamentales	181
7.1.	Definición y Delimitación	181
7.2.	Impulsividad	181
7.2.1.	<i>Definición</i>	181
7.2.2.	<i>Cómo Afecta la Impulsividad a La Realización de Apuestas Deportivas... </i>	182
7.2.3.	<i>Cómo Afecta la Impulsividad al Desarrollo de Problemas de Juego</i>	183
7.2.4.	<i>Cómo Influyen Otros Factores en Función de la Impulsividad al Juego....</i>	185
Capítulo 8:	Factores Publicitarios.....	187
8.1.	Definición y Delimitación	187
8.2.	Anuncios Publicitarios	188
8.2.1.	<i>Definición</i>	188
8.2.2.	<i>Cómo Afectan los Anuncios Publicitarios a la Realización de Apuestas</i>	

<i>Deportivas</i>	189
8.2.3. <i>Cómo Afectan los Anuncios Publicitarios al Desarrollo de Problemas de Juego</i>	191
8.2.4. <i>Cómo Influyen Otros Factores En Función De Los Anuncios Publicitarios</i>	192
8.3. <i>Esponsorización O Patrocinio</i>	194
8.3.1. <i>Definición</i>	194
8.3.2. <i>Cómo Afectan los Patrocinios a la Realización de Apuestas Deportivas</i> ..	195
8.3.3. <i>Cómo Afectan los Patrocinios al Desarrollo de Problemas de Juego</i>	195
8.3.4. <i>Cómo Influyen Otros Factores en Función de los Patrocinios</i>	195
8.4. <i>Bonos</i>	197
8.4.1. <i>Definición</i>	197
8.4.2. <i>Cómo Afectan los Bonos a la Realización de Apuestas Deportivas</i>	198
8.4.3. <i>Cómo Afectan los Bonos al Desarrollo de Problemas de Juego</i>	198
8.4.4. <i>Cómo Influyen Otros Factores en Función de los Bonos</i>	199
Parte III: Metodología	203
Capítulo 9: Objetivos e Hipótesis	203
9.1. <i>Justificación del Estudio</i>	203
9.2. <i>Objetivos e Hipótesis del Primer Estudio</i>	204
9.3. <i>Objetivos e Hipótesis del Segundo Estudio</i>	205
9.4. <i>Objetivos e Hipótesis del Tercer Estudio</i>	206
Parte IV: Estudio I. Propiedades Demográficas y Topográficas de la realización de Apuestas Deportivas	209
Capítulo 10: Propiedades Demográficas y Topográficas del Estudio	209
10.1. <i>Introducción</i>	209
10.1.1. <i>Análisis Demográfico Actual de las Apuestas Deportivas</i>	209
10.1.2. <i>Análisis Topográfico Actual de las Apuestas Deportivas</i>	210
10.1.3. <i>Objetivo</i>	212
10.2. <i>Método</i>	212
10.2.1. <i>Diseño</i>	212
10.2.2. <i>Participantes</i>	212
10.2.3. <i>Instrumento</i>	213
10.2.4. <i>Procedimiento</i>	214
10.2.5. <i>Análisis de datos</i>	215
10.3. <i>Resultados</i>	215
10.3.1. <i>Descripción General de la Muestra</i>	215
10.3.1.1. <i>Variables Demográficas</i>	216
10.3.1.2. <i>Variables Publicitarias</i>	218
10.3.2. <i>Descripción de la Muestra en Función del Juego</i>	219
10.3.2.1. <i>Variables Demográficas</i>	219

10.3.2.2. Variables Publicitarias	221
10.3.2.3. Variables Topográficas	223
10.4. Discusión.....	224
10.4.1. Factores Demográficos	225
10.4.2. Factores Publicitarios	226
10.4.3. Factores Topográficos.....	226
10.5. Limitaciones y Futuros Estudios	228
Parte V: Estudio II. Propiedades Psicométricas de los Instrumentos.....	231
Capítulo 11: Propiedades Psicométricas del GRCS-Reducido	231
11.1. Introducción.....	231
11.1.1. De la Evaluación de las Creencias Irracionales en Juegos de Azar a la Evaluación en Apuestas Deportivas	231
11.1.2. Instrumentos Utilizados para Evaluar las Creencias Irracionales en las Apuestas Deportivas	231
11.1.3. Objetivo.....	235
11.2. Método	235
11.2.1. Diseño.....	235
11.2.2. Participantes	235
11.2.3. Instrumento	236
11.2.4. Procedimiento	237
11.2.5. Análisis de datos	239
11.3. Resultados	240
11.3.1. Estadísticos Descriptivos.....	240
11.3.2. Fiabilidad y Consistencia Interna.....	240
11.3.3. Validez Factorial.....	241
11.3.4. Puntuaciones de la Escala	242
11.4. Discusión.....	243
11.4.1. Adaptación del instrumento.....	243
11.4.2. Fiabilidad y consistencia interna.....	244
11.4.3. Validez	244
11.5. Limitaciones y futuros estudios.....	245
Capítulo 12: Propiedades Psicométricas del Cuestionario Breve de Actitudes a Apuestas Deportivas (CBAAD).....	247
12.1. Introducción.....	247
12.1.1. De la Evaluación de las Actitudes al Juego en Juegos de Azar a la Evaluación en Apuestas Deportivas	247
12.1.2. Instrumentos Utilizados en las Apuestas Deportivas	247
12.1.3. Objetivo.....	250
12.2. Método	250
12.2.1. Diseño.....	250

12.2.2. <i>Participantes</i>	251
12.2.3. <i>Instrumento</i>	251
12.2.4. <i>Procedimiento</i>	252
12.2.5. <i>Análisis de datos</i>	252
12.3. Resultados	253
12.3.1. <i>Estadísticos Descriptivos</i>	253
12.3.2. <i>Fiabilidad y Consistencia Interna</i>	253
12.3.3. <i>Análisis Paralelo</i>	254
12.3.4. <i>Validez Factorial</i>	254
12.3.5. <i>Puntuaciones de la Escala</i>	255
12.4. Discusión.....	256
12.4.1. <i>Adaptación del instrumento</i>	257
12.4.2. <i>Fiabilidad y consistencia interna</i>	258
12.4.3. <i>Validez</i>	258
12.5. Limitaciones y futuros estudios.....	259
Capítulo 13: Propiedades Psicométricas del S-UPPS-P Screening	261
13.1. Introducción.....	261
13.1.1. <i>De la Evaluación de la Impulsividad en los Juegos de Azar a la Evaluación en Apuestas Deportivas</i>	261
13.1.3. <i>Objetivo</i>	265
13.2. Método	265
13.2.1. <i>Diseño</i>	265
13.2.2. <i>Participantes</i>	265
13.2.3. <i>Instrumento</i>	266
13.2.4. <i>Procedimiento</i>	267
13.2.5. <i>Análisis de datos</i>	269
13.3. Resultados	269
13.3.1. <i>Estadísticos Descriptivos</i>	269
13.3.2. <i>Fiabilidad y Consistencia Interna</i>	270
13.3.3. <i>Análisis Paralelo</i>	270
13.3.4. <i>Validez Factorial</i>	270
13.3.5. <i>Puntuaciones de la Escala</i>	271
13.4. Discusión.....	272
13.4.1. <i>Adaptación del instrumento</i>	273
13.4.2. <i>Fiabilidad y consistencia interna</i>	274
13.4.3. <i>Validez</i>	275
13.5. Limitaciones y futuros estudios.....	276
Parte VI: Estudio III. Relación entre los Instrumentos y los Problemas de Juego	279
Capítulo 14: Modelos Explicativos y Empíricos de las Apuestas Deportivas	279

14.1. Introducción	279
14.1.1. <i>Objetivo</i>	284
14.2. Método.....	285
14.2.1. <i>Diseño</i>	285
14.2.2. <i>Participantes</i>	285
14.2.3. <i>Instrumento</i>	285
14.2.4. <i>Procedimiento</i>	286
14.2.5. <i>Análisis de datos</i>	287
14.3. Resultados	287
14.4. Discusión.....	291
14.5. Limitaciones y futuros estudios.....	294
Parte VII. Discusión.....	299
Capítulo 15: Discusión general e implicaciones prácticas.....	299
1.5.1 Objetivo de la Tesis.....	299
1.5.2 Selección de la Muestra	302
1.5.3 Apuestas deportivas en jóvenes de 18 a 25 años	303
Parte VIII. Conclusiones y Limitaciones	311
Capítulo 16: Conclusiones.....	311
Capítulo 17: Limitaciones	315
Apéndice 1: Revisión Sistemática Sobre las Apuestas Deportivas y Otras Variables	319
Apéndice 2: Hoja informativa	355
Apéndice 3: Consentimiento Informado y Cuestionario.....	357
Apéndice 4. Artículo	365
Referencias bibliográficas	389

Índice de tablas

Tabla 1. <i>Tabla resumen de la Tesis Doctoral</i>	42
Tabla 2. <i>Legislación vigente y regulación publicitaria a nivel mundial</i>	61
Tabla 3. <i>Cantidad de dinero jugada* entre 2011 y 2021 (Mill. €)</i>	131
Tabla 4. <i>Principales sesgos cognitivos en las apuestas deportivas</i>	169
Tabla 5. <i>Tabla de contingencias. Relación entre Edad y Apuestas Deportivas</i>	219
Tabla 6. <i>Tabla de contingencias. Relación entre Nivel Educativo y Apuestas Deportivas</i>	220
Tabla 7. <i>Tabla de contingencias. Relación entre Nivel Económico y Apuestas Deportivas</i>	221
Tabla 8. <i>Análisis Exploratorio y Descriptivo de la Tasa de Recuerdo de Casa de Apuestas</i>	222
Tabla 9. <i>Tasa de Recuerdo</i>	222
Tabla 10. <i>Instrumentos de Medida de Creencias Irracionales en AD desde 2012</i>	232
Tabla 11. <i>Análisis exploratorio y descriptivo de los 16 ítems del GRCS- Reducido</i>	240
Tabla 12. <i>Índices de Ajuste para el Modelo CFA del GRCS-Reducido. N = 2120</i>	241
Tabla 13. <i>Análisis exploratorio y descriptivo de las 4 escalas del GRCS- Reducido</i>	242
Tabla 14. <i>Instrumentos de medida de actitudes hacia las apuestas deportivas desde 2012</i>	248
Tabla 15. <i>Análisis exploratorio y descriptivo de los ítems del Cuestionario de Actitudes hacia las Apuestas deportivas (CBAAD)</i>	253
Tabla 16. <i>AFE del Cuestionario de Breve de Actitudes a las Apuestas Deportivas (CBAAD). Matriz de Componentes Rotados. Coeficientes de Estructura</i>	255
Tabla 17. <i>Análisis exploratorio y descriptivo de los 2 factores del CBAAD</i>	256
Tabla 18. <i>Instrumentos de medida de la impulsividad en las apuestas deportivas desde 2012</i>	262
Tabla 19. <i>Análisis exploratorio y descriptivo de los ítems del UPPS- Screening</i>	269

Tabla 20. <i>AFE del Cuestionario de UPPS-Screening. Matriz de Componentes Rotados. Coeficientes de Estructura.....</i>	271
Tabla 21. <i>Análisis exploratorio y descriptivo de un factor del UPPS-Screening.....</i>	271
Tabla 22. <i>Conclusiones de artículos entre 2012 y 2023 sobre la relación entre la edad y las apuestas deportivas.....</i>	319
Tabla 23. <i>Conclusiones de artículos entre 2012 y 2023 sobre la relación entre el género y las apuestas deportivas.....</i>	324
Tabla 24. <i>Conclusiones de artículos entre 2012 y 2023 sobre la relación entre el nivel educativo y las apuestas deportivas.....</i>	327
Tabla 25. <i>Conclusiones de artículos entre 2012 y 2023 sobre la relación entre el nivel económico y las apuestas deportivas.....</i>	329
Tabla 26. <i>Conclusiones de artículos entre 2012 y 2023 sobre la relación entre las creencias y las apuestas deportivas.....</i>	330
Tabla 27. <i>Conclusiones de artículos entre 2012 y 2023 sobre la relación entre las actitudes y las apuestas deportivas.....</i>	334
Tabla 28. <i>Conclusiones de artículos entre 2012 y 2023 sobre la relación entre la motivación y las apuestas deportivas.....</i>	337
Tabla 29. <i>Conclusiones de artículos entre 2012 y 2023 sobre la relación entre la impulsividad y las apuestas deportivas.....</i>	340
Tabla 30. <i>Conclusiones de artículos entre 2012 y 2023 sobre la relación entre los anuncios y las apuestas deportivas.....</i>	344
Tabla 31. <i>Conclusiones de artículos entre 2012 y 2023 sobre la relación entre la sponsorización y las apuestas deportivas.....</i>	349
Tabla 32. <i>Conclusiones de artículos entre 2012 y 2023 sobre la relación entre los bonos y las apuestas deportivas.....</i>	352

Índice de figuras

Figura 1. <i>Legislación de las apuestas deportivas en el continente americano</i>	120
Figura 2. <i>Legislación de las apuestas deportivas en el continente oceánico</i>	122
Figura 3. <i>Legislación de las apuestas deportivas en el continente asiático</i>	123
Figura 4. <i>Legislación de las apuestas deportivas en el continente africano</i>	125
Figura 5. <i>Legislación de las apuestas deportivas en el continente europeo</i>	127
Figura 6. <i>GGR por segmentos desde 2013 a 2021</i>	132
Figura 7. <i>Porcentaje de sujetos que realizan apuestas deportivas</i>	216
Figura 8. <i>Porcentaje de sujetos que realizan apuestas deportivas, por edad</i>	216
Figura 9. <i>Porcentaje de sujetos que realizan apuestas deportivas, por nivel educativo</i>	217
Figura 10. <i>Porcentaje de sujetos que realizan apuestas deportivas, por nivel económico</i>	218
Figura 11. <i>Tasa de apuestas en función de la casa de apuestas</i>	223
Figura 12. <i>Porcentaje de sujetos que Apuestan a los diferentes deportes</i>	224
Figura 13. <i>Modelo Confirmatorio de Cuatro Factores del GRCS-Reducido</i>	241
Figura 14. <i>Gráfico de Sedimentación del Cuestionario de Actitudes. Autovalores Resultantes del Análisis Paralelo con Datos Empíricos y Datos Simulados</i>	254
Figura 15. <i>Gráfico de Sedimentación del UPPS-Screening. Autovalores Resultantes del Análisis Paralelo con Datos Empíricos y Datos Simulados</i>	270
Figura 16. <i>Modelo Biopsicosocial del Juego Patológico según Sharpe (2002) (Rubio, 2006)</i>	281
Figura 17. <i>Modelo Biopsicosocial del Juego a Apuestas Deportivas (versión adaptada de Sharpe (2002))</i>	282
Figura 18. <i>Path Analysis del Modelo Simplificado de Problemas de Juego en el Último Año (NODs-Año) (Modelo 0)</i>	288
Figura 19. <i>Path Analysis del Modelo de Problemas a Apuestas Deportivas en el Último Año (NODs-Año) según la literatura (Modelo 1)</i>	289
Figura 20. <i>Path Analysis del Modelo Simplificado de Problemas de Juego a lo Largo de la Vida (NODs-Vida) (Modelo 2)</i>	290
Figura 21. <i>Path Analysis del Modelo de Problemas a Apuestas Deportivas a lo Largo de la Vida (NODs-Vida) según la literatura (Modelo 1)</i>	291

Abreviaturas

AD	Apuestas deportivas/ apostador deportivo
AFE	Análisis factorial exploratorio
AH	Ad hoc
BOE	Boletín Oficial del Estado
CAM	Comunidad Autónoma de Madrid
CFA	Análisis factorial confirmatorio
Cis	Creencias irracionales
DGOJ	Dirección General de Ordenación del Juego
Dt	Desviación típica
FP	Formación profesional
GGR	<i>Gross Gaming Revenue</i>
IBJ	Ingresos brutos del juego
JA	Juego de azar/ jugador de azar
LOTBA	Lotería de la ciudad de Buenos Aires
M	Media
Mdn	Mediana
NE	No especificado
P.E.	Por ejemplo
RS	Revisión sistemática
SELAE	Sociedad Estatal de Loterías y Apuestas del Estado
S.F.	Sin fecha
TREC	Terapia Racional Emotiva Conductual

RESUMEN Y ABSTRACT



Resumen

“Apuestas deportivas en jóvenes de 18 a 25 años.”

Introducción

Las apuestas deportivas son un fenómeno de los juegos de azar que cada vez está cobrando más importancia a nivel social y psicológico. Esta nueva forma de apuestas en eventos deportivos cuyo desenlace es incierto supone arriesgar, no sólo dinero, como ocurre en el resto de juegos de azar, sino también la valía del jugador y su conocimiento sobre los deportes donde se realizan las apuestas. Existen, en la actualidad muchos tipos de apuestas, en función de las cantidades jugadas, del número de apuestas, del momento en el que se realizan o de su formato. Lo que parece claro es que todas ellas presentan unas características situacionales (localización, atención personalizada, interacción...) y estructurales (estimulación visual, disponibilidad y accesibilidad, privacidad...) que las hacen más deseadas para la población más joven. El hecho de que se asocien las apuestas deportivas a eventos que se consideran sanos y sociales también es un factor de relevancia para la normalización a la que este tipo de apuestas están supeditadas. Incluso aunque las leyes de los diferentes países hayan establecido normativas para evitar el acceso a la población más joven a este tipo de actividades (en 143/200 países), los porcentajes de prevalencia a nivel mundial de juego a apuestas deportivas son sumamente elevados (entre el 17% y el 80% a lo largo de la vida (Grubss y Kraus, 2020; López-González et al., 2019)). En el caso de España, a pesar de estar reguladas por la Ley 13/2011 de Regulación del Juego y el Real Decreto 958/2020 de Comunicaciones Comerciales, la prevalencia del juego se encuentra entre el 3.7% (DGOJ, 2021) y el 42.6% (Labrador y Vallejo-Achón, 2020) con un GGR de 612 millones de € en 2021 (DGOJ, 2021).

Existen variables explicativas del inicio y mantenimiento del juego a apuestas deportivas. La literatura ha prestado mucha atención a estos factores categorizándoles en 4 variables: la variable demográfica, dónde se ha destacado la elevada importancia de la edad y el género sobre otros aspectos como el nivel educativo y el nivel económico; las variables cognitivas, dónde destacan las creencias irracionales, sobre otras relevantes pero no tan importantes como la motivación o las actitudes hacia el juego; las variables comportamentales, como la impulsividad, siendo uno de los factores principales del inicio de la conducta de juego y su derivación al juego problemático; y las variables publicitarias, destacando la influencia de los patrocinios deportivos por encima de otras estrategias como los anuncios. Todas estas variables se han tratado de organizar para observar el orden en el que influyen sobre la conducta de juego destacando los modelos biopsicosociales. Dentro de estos modelos sobresalen, por sus aportaciones, el Modelo de Progresión al juego

patológico de Blaszczynski y Nower (2002) y el Modelo de Sharpe (2002). Este último enfatiza la importancia de la interacción entre las actitudes y las cogniciones, la influencia posterior de la motivación y la aparición de conductas impulsivas de urgencia que conllevan a la realización de las apuestas.

Sin embargo, a pesar del conocimiento que se tiene sobre la influencia de estas variables se han observado dos dificultades. La primera es que, si bien existe una clara diferencia en los patrones y perfiles de juego entre las apuestas deportivas y otros juegos de azar, la mayor parte de las investigaciones llevadas a cabo usa instrumentos de evaluación generales (elaborados para otros juegos de azar) y no específicos de las apuestas deportivas. En segundo lugar, a pesar de que el Modelo de Sharpe (2002) está muy establecido en la literatura como el modelo explicativo por excelencia de los juegos de azar no se ha realizado ningún estudio que observe que, los cambios en las diferentes variables que se han visto entre las apuestas deportivas y otros juegos de azar no hayan implicado también cambios en los modelos explicativos. Investigar las apuestas deportivas en una población general joven entre 18 y 25 años supone la oportunidad de poder validar instrumentos de evaluación específicos para este tipo de apuestas y de confirmar el modelo explicativo de los juegos de azar en las apuestas deportivas específicamente. Esto sería de gran interés, sobre todo, de cara a la extrapolación a la práctica clínica y al desarrollo de estrategias de prevención e intervención que se ajusten a las necesidades y procesos de los jugadores a apuestas deportivas.

Objetivo

El objetivo principal de esta tesis ha sido investigar sobre las apuestas deportivas en población general joven haciendo especial hincapié en los factores demográficos, cognitivos, comportamentales y publicitarios; así como la conducta problemática de juego. Para ello, se han llevado a cabo tres estudios.

En el primer estudio, se realizó una investigación exploratoria de la situación actual de los jóvenes de la Comunidad de Madrid con respecto a las apuestas deportivas. Para ello se observó la prevalencia de juego en una muestra de conveniencia y la relación entre los factores demográficos, publicitarios y topográficos con la realización de apuestas deportivas.

Tras observar la problemática existente a la hora de evaluar variables cognitivas en apuestas deportivas, debido a la ausencia de pruebas específicas y de cribado, en el segundo estudio, el objetivo ha sido la elaboración de instrumentos de *screening* que permitan evaluar las variables cognitivas y comportamentales de las apuestas deportivas. Para ello, se ha realizado la adaptación reducida de 3 instrumentos de medida: el GRCS

(Del Prete et al. 2017); Cuestionario de Actitudes del *Gamertest* (Labrador et al., 2019) y el S-UPPS-P (Cándido et al., 2012).

En el tercer estudio, se ha tratado de identificar los factores de riesgo y protección que están presentes en este tipo de actividades y facilitan la continuidad hacia un perfil de problemas de juego. Para ello se ha tratado de confirmar si el modelo explicativo vigente (Sharpe, 2002) se confirmaba en apuestas deportivas o si bien, como parece establecer la bibliografía, existe un cambio en el orden de las variables.

Resultados

Los resultados del primer estudio, realizado con una muestra de 2120 sujetos entre 18 y 25 años de la Comunidad de Madrid (CAM), señalan un porcentaje de participación mayor al establecido en la literatura española pero inferior a la literatura global, siendo de casi la mitad de la muestra. Los resultados también confirman la relevancia de los factores demográficos. Este estudio presenta ciertas diferencias con la literatura. La primera es que la variable edad parece ser menos relevante de lo que se establece en otros artículos. La segunda, que la variable económica parece un factor relevante, en contra de lo que establecen algunos autores como Cooper et al. (2022). La tercera es que no parece observarse diferencias en la tasa de recuerdo de casas de apuestas entre jugadores y no jugadores, en contra de lo que establece la bibliografía. Sí parece observarse una clara predisposición por apostar en línea, a través del móvil, varias veces al mes, a resultados finales y a deportes populares y televisados. También se observa una mayor preferencia a jugar acompañado.

Los resultados del segundo estudio, realizado con una muestra de 1053 sujetos que afirman realizar apuestas deportivas, entre 18 y 25 años de la CAM, permitió la validación de 3 instrumentos en formato breve: El GRCS-Reducido, el CBAAD y el UPPS-Screening. En el caso del GRCS-Reducido, los resultados obtenidos por esta versión de 16 ítems en vez de 23, obtuvo resultados de fiabilidad y validez muy similares a los de la validación al español (Del Prete et al., 2017), permitiendo un instrumento de 4 factores en vez de cinco, igual de ajustado y más armonioso. El CBAAD, de 5 ítems, obtuvo un buen ajuste. Además, muestra una estructura de dos factores (tiempo/diversión y peligrosidad) que permite evaluar las actitudes no sólo en un plano social, como se venía haciendo en otros instrumentos, sino que también la percepción de interferencia. Finalmente, el UPPS-Screening, muestra una estructura de un único factor (en vez de 5 de su versión original) conformada por tres factores: urgencia positiva, urgencia negativa y búsqueda de sensaciones. Este instrumento muestra un ajuste adecuado.

En el tercer estudio, realizado con la misma muestra del estudio 2, se observó que, en contra de lo que se hipotetizaba en esta tesis, los resultados del *path analysis* muestran como el Modelo de Sharpe (2002) sigue vigente en el caso de las apuestas deportivas.

Conclusiones

Los resultados de los tres estudios realizados en esta tesis doctoral muestran información con implicaciones clínicas interesantes. En primer lugar, permiten observar que, a pesar de que la regulación del juego es cada vez más acotada y restrictiva, no está sabiendo adecuarse a las características poblacionales ya que la prevalencia de juego no sólo es bastante elevada, sino que presenta características demográficas relacionadas con un perfil de jugador hombre, cada vez más joven, estudiante y con niveles económicos medios-bajos. En segundo lugar, la importancia de las creencias irracionales tanto en la influencia de las actitudes hacia el juego como en la impulsividad y la urgencia de juego; la influencia de la motivación a la urgencia de juego y, finalmente, la importancia de la impulsividad en el desarrollo de problemas de juego. Finalmente, como estos factores siendo muy relevantes en la problemática de juego en los últimos 12 meses no tienen este efecto e influencia en los problemas de juego pasado el año.

Todo esto pone de relieve la importancia de realizar programas de prevención donde se trabaje el desarrollo de habilidades de autoeficacia y autocontrol y programas de tratamiento donde el foco de trabajo se ponga en lo cognitivo-conductual, pero también en lo emocional y lo impulsivo como es el caso del Modelo Transteórico del Cambio (Prochaska y DiClemente, 1982) o la TREC (Ellis, 1955).

PALABRAS CLAVE: deportes, apuestas, apuestas deportivas, comportamientos adictivos, jóvenes.

ABSTRACT

Introduction

Sports betting is becoming increasingly significant socially and psychologically within the realm of gambling. This newer form of wagering on uncertain sporting event outcomes involves risking not just money, as with other gambling activities, but also a player's credibility and their knowledge of the sports they're betting on. Presently, there's a wide range of bet types based on amounts, number of bets, timing, or format. What's clear is that all these bets have certain appealing aspects (like location, personalized attention, visual stimulation, accessibility, etc.) making them popular among younger demographics. Associating sports betting with healthy and social events also contributes to its normalization. Despite laws in many countries attempting to limit access to younger populations (in 143/200 countries), global sports betting prevalence remains remarkably high (ranging from 17% to 80% over a lifetime (Grubss and Kraus; López-González et al., 2019)). In Spain, despite regulations like the Gambling Regulation Act 13/2011 and Royal Decree 958/2020 on Commercial Communications, gambling prevalence ranges between 3.7% (DGOJ, 2021) and 42.6% (Labrador and Vallejo-Achón, 2020), with a Gross Gaming Revenue (GGR) of €612 million in 2021 (DGOJ, 2021).

There are factors that explain why people start and continue with sports betting. Research has categorized these into four groups: demographic factors, where age and gender stand out over educational and economic status; cognitive factors, where irrational beliefs hold sway over motivation or attitudes; behavioral factors, like impulsivity, being key to starting and continuing gambling; and advertising factors, where sports sponsorships hold more influence than ads. These variables have been organized to see their impact on gambling behavior, highlighting biopsychosocial models. Models like Blaszczynski and Nower's (2002) Pathways Model to Problem Gambling and Sharpe's (2002) Model stand out for their insights. Sharpe's model emphasizes how attitudes and cognitions, coupled with motivation and impulsive behaviors, lead to betting.

However, despite understanding these factors, there are two challenges. Firstly, while there's a clear difference between sports betting and other gambling forms in patterns and profiles, most studies use general assessment tools meant for other types of gambling. Secondly, though Sharpe's Model (2002) is popular, there's no study examining if changes in variables between sports betting and other gambling have led to changes in explanatory models. Investigating sports betting in the 18 to 25 age group could validate specific assessment tools and confirm explanatory models. This is crucial for clinical application and tailored prevention and intervention strategies.

Objective

This thesis aims to investigate sports betting in young adults, focusing on demographic, cognitive, behavioral, and advertising factors, and problematic gambling behavior. Three studies were conducted.

The first study explored the current state of sports betting among young people in Madrid. This involved observing the prevalence of gambling in a convenience sample and the relationship between demographic, advertising, and topographic factors with sports betting behavior.

After noting issues in assessing cognitive variables in sports betting due to lacking specific tools, the second study aimed to create screening instruments for cognitive and behavioral aspects. Three measurement tools were adapted: the *Gambling Related Cognitions Scale* (GRCS) (Del Prete et al., 2017); the *Gamertest Attitudes Questionnaire* (Labrador et al., 2019); and the *Short UPPS-P Impulsive Behavior Scale* (S-UPPS-P) (Cándido et al., 2012).

In the third study, the goal was to identify risk and protective factors in sports betting and verify whether the current explanatory model (Sharpe, 2002) was applicable to sports betting or if, as suggested in the literature, there was a change in the order of variables.

Results

The first study with 2120 individuals aged 18 to 25 in Madrid showed higher participation than in Spanish literature but lower than global figures. It confirmed the relevance of demographic factors. However, it also showed some differences: age seemed less relevant, economic status mattered contrary to some studies (Cooper et al. 2022), and there were no differences in betting house recall between gamblers and non-gamblers. There was a clear inclination towards online betting via mobiles, on popular sports, multiple times a month, and a preference for playing with others.

The second study with 1053 sports bettors aged 18 to 25 validated three instruments: the Reduced GRCS, the CBAAD, and the UPPS-Screening. The Reduced GRCS, with results obtained from this 16-item version instead of 23, showed reliability and validity results very similar to the Spanish validation (Del Prete et al., 2017), allowing for a 4-factor instrument instead of five, equally well-fitted and more harmonious. The CBAAD, with 5 items, showed good fit. Additionally, it demonstrates a two-factor structure (time/fun and dangerousness) that allows the evaluation of attitudes not only on a social level, as previously done in other instruments, but also the perception of interference. Finally, the

UPPS-Screening showed a single-factor structure (instead of 5 in its original version) consisting of three factors: positive urgency, negative urgency, and sensation seeking. This instrument showed an adequate fit.

The third study with the same sample confirmed that Sharpe's Model (2002) applied to sports betting, contrary to the thesis hypothesis.

Conclusions

These three studies provide clinically valuable insights. Despite tightening regulations, gambling prevalence remains high, particularly among young, male, student populations with moderate to low incomes. Irrational beliefs play a significant role in attitudes and impulsive gambling behavior, which suggests a need for prevention programs focusing on self-efficacy and cognitive-emotional aspects. While these factors matter in recent gambling problems, their influence diminishes after a year, highlighting the need for diverse treatment approaches like the Transtheoretical Model of Change (Prochaska and DiClemente, 1982) or TREC (Ellis, 1955).

KEY WORDS: Sports, betting, sports betting, addictive behaviors, young people.

PREFACIO



Prefacio

“Me vi obligado a reflexionar profunda e inveteradamente sobre esa dura ley de la vida, que radica en el fondo de todas las religiones, y es una de las más abundantes fuentes de congoja. Y aunque aquella duplicidad fuese tan profunda, yo no era un hipócrita de ninguna manera; Mis dos facetas eran completamente sinceras; No era en mayor medida yo mismo cuando dejaba a un lado cualquier restricción y me sumía en el deshonor, que cuando me esforzaba, a la luz del día, para profundizar en el conocimiento o el alivio de las penas y los sufrimientos.”
Robert Louis Stevenson. El extraño caso del dr. Jekyll y Mr. Hyde.

Como introducción de esta Tesis Doctoral considero oportuno exponer qué es lo que ha motivado que dedique 5 años de mi vida a investigar en profundidad en un tema como las apuestas deportivas.

Siempre me he preguntado qué puede ocurrir en la vida, y en la cabeza, de una persona para que esta sienta la imperiosa necesidad de apostar todo, incluso su integridad física y moral, al azar. Cómo de mal se tiene que sentir una persona para que apostar sea su mejor forma de escapar y de sentirse bien y qué hemos hecho mal como sociedad para que el sentimiento de no pertenencia y de ineficacia sea tal que las personas seamos capaces de cualquier cosa por demostrar, aunque sea unos segundos, que valemos la pena. De apostar nuestro futuro por dejar de sentir ese vacío, aunque sea un microsegundo.

Las preguntas y respuestas relacionadas con las adicciones existen desde el origen de los tiempos. Se han tratado de responder desde la medicina, la farmacología, la sociología, la filosofía o la psicología. Sin embargo, mientras que en otro tipo de patologías se ha guardado mucho cuidado en entender todos los procesos desde la desculpabilización de la persona que los padece (“tiene depresión”, “tiene un trastorno de la conducta alimentaria”, “tiene ideas de suicidio”) en el caso de las adicciones el lenguaje se ha tornado siempre un reflejo de las aproximaciones clínicas: culpabilizador (“es un adicto”, “los drogodependientes”...). Se ha entendido la etiqueta como forma de concienciar del problema y no como lo que es: una forma de estigmatizar a la persona que lo padece y de reforzar sus creencias sobre sí misma.

Por suerte, la práctica clínica nos da la oportunidad de romper con estos discursos y estas ideas. Es un deber ético, moral y deontológico acompañar a estos pacientes en su proceso y entender desde otra perspectiva el proceso de las personas que realizan apuestas deportivas. De las personas que poseen algún tipo de adicción. El trabajo de campo que supone la práctica clínica permite entender los procesos personales de cada una de las personas y qué es lo que las ha llevado a esas decisiones que, a día de hoy, no pueden cambiar, pero que desearían. Es por ello que los pacientes, y en específico los que

poseen problemas de juego a apuestas deportivas, merecen profesionales que estén capacitados y entiendan en profundidad los procesos que ocurren detrás de esta adicción. La rigurosidad en el abordaje de las adicciones depende íntegramente de que los tratamientos y aproximaciones se basen en evidencia científica. Investigar sobre las adicciones es, en mi caso, la forma que he encontrado de aportar un granito de arena a la comprensión de una problemática tan compleja y preocupante como son las adicciones a las apuestas deportivas.

Para ello, a lo largo de los últimos 5 años, se han llevado a cabo 3 estudios. Con la finalidad de facilitar la lectura y comprensión de este trabajo se presenta, a continuación, una tabla resumen de la tesis doctoral (tabla 1).

Tabla 1.

Tabla resumen de la Tesis Doctoral

Capítulo	Objetivos y contenido
<p>Parte I.</p> <p>Delimitación de las apuestas deportivas</p>	<p>Revisión de la literatura sobre la conceptualización de las apuestas deportivas, así como su situación actual a nivel social y legal a nivel mundial y, específicamente, en España</p>
<p>Parte II.</p> <p>Factores implicados en el inicio y mantenimiento de las apuestas deportivas</p>	<p>Revisión de los factores implicados en las conductas de juego dentro de cuatro variables: variable demográfica, variable cognitiva, variable comportamental y variable publicitaria.</p>
<p>Parte III.</p> <p>Metodología</p>	<p>Presentación de los objetivos de esta tesis, así como de las hipótesis específicas de cada estudio.</p>
<p>Parte IV.</p> <p>Estudio I. Propiedades demográficas y topográficas de la realización de apuestas deportivas</p>	<p>Ampliar el conocimiento y conocer la prevalencia de los jóvenes que realizan apuestas deportivas en la CAM y la relación de sus factores facilitadores: demográficos, topográficos y publicitarios</p>
<p>Parte V.</p> <p>Estudio II. Propiedades psicométricas de los instrumentos</p>	<p>Elaborar adaptaciones breves de instrumentos de evaluación de juegos de azar genéricos como el GRCS (Del Prete et al., 2017), el Cuestionario de Actitudes del <i>Gamertest</i> (Labrador et al., 2019) y el S-UPPS-P (Cándido et al., 2012) a apuestas deportivas.</p>
<p>Parte VI.</p> <p>Estudio III. Relación entre los instrumentos y los</p>	<p>Establecer un modelo predictivo del desarrollo de problemas de juego, a través de <i>path analysis</i>, que contemple los factores más</p>

problemas de juego.

relevantes de cara a las apuestas deportivas: creencias, actitudes, motivación e impulsividad y ver si esta se diferencia de otros modelos anteriores como el de Sharpe (2002).

Parte VII.

Discusión

Desarrollar una discusión sobre los resultados obtenidos en esta investigación en comparación con los de la literatura.

Parte VIII.

Conclusiones y limitaciones

Establecer las consideraciones más relevantes. También las limitaciones de las que no está exento este trabajo y las posibles futuras líneas de investigación y mejora.

**PARTE I:
DELIMITACIÓN DE LAS
APUESTAS DEPORTIVAS**



Parte I: Delimitación De Las Apuestas Deportivas

Capítulo 1. Introducción: Apuestas Deportivas

1.1. Apuestas Deportivas: Definición y Delimitación

Según el BOE (Boletín Oficial del Estado) se define como apuestas deportivas al “concurso de pronósticos sobre el resultado de uno o varios eventos deportivos, incluidos en los programas previamente establecidos por la entidad organizadora, o sobre hechos o actividades deportivas que formen parte o se desarrollen en el marco de tales eventos o competiciones por el operador de juego”. (BOE, 2011, pp.10). Estos eventos, cuyo desenlace es incierto y ajeno a los participantes, pueden acontecer durante o después de la realización de la apuesta e implica poner en juego tres variables de gran valor: el dinero, el tiempo y la valía del jugador.

Debido a la definición y delimitación de las apuestas deportivas, estas quedan diferenciadas de otros tipos de actividades que suponen arriesgar dinero como el juego de azar o las loterías (Gökce et al., 2022), cuya definición y desarrollo exceden las características de este trabajo. Sin embargo, sí que comparten con estos tipos de juego la legislación vigente que regula a todos los juegos de azar que impliquen apostar dinero.

1.2. Tipos de Apuestas Deportivas

1.2.1. Según las Cantidades de Dinero Jugadas

Según la organización y distribución de las cantidades de dinero jugadas, las apuestas pueden ser:

- **Apuesta Mutua:** Sistema de apuestas en el que el jugador deposita su dinero en una bolsa común y este se distribuye entre aquellos apostantes que hubieran acertado el resultado en proporción al dinero apostado. Un ejemplo de apuesta mutua se da comúnmente en el fútbol con la aparición de la Quiniela.
- **Apuesta de Contrapartida:** Es aquella en la que el jugador apuesta contra un operador de juego, siendo el premio a obtener el resultante de multiplicar el importe de los pronósticos ganadores por el coeficiente que el operador haya validado previamente para los mismos. Es indiferente la cantidad de apostadores que haya o la cantidad de personas que pujen por cada cuota, pues será el operador el que la fije. Este tipo de apuestas son la base de las casas de apuestas *online*. Un ejemplo de apuesta de contrapartida se da cuando el jugador decide apostar a que Nadal va a ganar un partido. Este entra y observa que la cuota de la casa de apuestas es de 6:1 para Nadal. Si decide realizar la apuesta, lo hace sabiendo que al apostar contra

la casa de apuestas la cuota no variará en ningún momento. Si ganase la apuesta, el beneficio sería el resultante de multiplicar 6 (cuota de la casa) por el dinero apostado originalmente.

- **Apuesta cruzada:** Es aquella en la que un operador actúa como intermediario de las cantidades apostadas entre terceros. En este caso no se juega con una cuota preestablecida, aunque el operador se queda con un porcentaje previamente fijado. Ejemplo: un jugador establece la apuesta en una casa de apuestas (“victoria del Real Madrid sobre el Barcelona”). Esto supone que se genere de manera natural una cuota (5:1, por ejemplo). La apuesta cruzada se produce cuando otro jugador decide apostar a esa jugada (invierte 20€). Si Real Madrid gana, se llevará 100 euros (20 x 5). Paralelamente, el primero, que, ahora apuesta a la contra, necesitará un empate o un triunfo del Barcelona para llevarse el dinero que la otra parte haya decidido arriesgar.

1.2.2. Según el Número de Apuestas

Según el número de apuestas que se decida realizar por jugada, estas pueden ser:

- **Apuesta Simple:** El jugador efectúa su apuesta a una única variable de un evento específico. Puede apostar todas las veces que desee, pero siempre de manera individual a esa única variable. *Ejemplo:* apostar a número de goles en el partido Real Madrid-Barcelona o al número de sets en un partido de tenis. Los subtipos de apuestas simples más utilizados son:
 - **Apuesta a Resultado Exacto Final:** La variable a la que se apuesta es un resultado fijo al final del evento deportivo. *Ejemplo:* Apostar a que el Betis va a ganar al Sevilla 2-1
 - **Apuesta a Resultado Exacto Final al Descanso:** La variable a la que se apuesta es un resultado fijo, en un descanso específico y determinado por él, del evento deportivo. *Ejemplo:* Apostar a que el Betis en el descanso va a ir 2-1 contra el Sevilla.
- **Apuesta 1x2:** La apuesta consiste únicamente en predecir el vencedor (o empate) de un determinado evento. Si la persona selecciona el 1 implica que apuesta porque el ganador es aquel equipo que juega en casa (es decir, el que está el primero de los dos equipos que juegan). Si selecciona “X” implica que apuesta por un empate; y si selecciona “2” apuesta por el equipo visitante. *Ejemplo:* La Quiniela. Los subtipos

de apuestas 1x2 más utilizados son:

- **A Ganador:** La variable a la que se apuesta es un ganador al final del evento deportivo. *Ejemplo:* Apostar 1 en el Betis-Sevilla
- **A Ganador en el Descanso:** La variable a la que se apuesta es un ganador al descanso del evento deportivo. *Ejemplo:* Apostar 1 en el Betis-Sevilla al descanso
- **Apuesta Combinada o Múltiple:** Unión de dos o más apuestas en un único conjunto. Así, las ganancias aumentan, mientras se reducen las posibilidades de éxito, pues son varias las apuestas a acertar. *Ejemplo:* Un jugador ve que en su operador hay tres apuestas 2x1 (a 1.2€ el ganador). Si decide apostar 10€ obtendrá un beneficio de 17.28€ de ganar las tres apuestas, es decir, un beneficio de 7,28€ sobre su ganancia.
- **Apuestas Personalizadas:** Consiste en que el jugador diseñe su propia apuesta seleccionando una serie de especificaciones para su apuesta dentro de un mismo evento (córners, faltas, sets, resultado final de una carrera...). Se trata de la última gran novedad en el mundo de las apuestas deportivas. *Ejemplo:* Se produce cuando un jugador decide apostar, de manera fusionada, a que el Real Madrid Baloncesto va a ganar, que Llul va a meter 3 triples y que Rudy Fernández va a marcar 37 puntos. Los subtipos de apuestas de personalizadas más utilizados son:
 - **Hándicap:** Consiste en añadir una desventaja (teórica, es decir, que afecta al mercado) al marcador de uno de los equipos o los participantes de un evento. Esto supone que, si el jugador apuesta por ese equipo, para salir victorioso, necesita que gane por más diferencia que la desventaja virtual. Este recurso se utiliza cuando hay un equipo o un jugador que es mejor o más favorito sobre su rival, logrando que las cuotas sean competitivas. *Ejemplo:* si un jugador decide apostar a favor del Real Madrid con hándicap -1 (Real Madrid (-1)) en un derbi, este empezaría (a efectos de apuesta) con 0-1 a favor del Atlético, por lo que el Real Madrid tendría que ganar por 2 o más goles para que la apuesta sea ganadora.
 - **Over/Under:** Consiste en realizar una apuesta en la que se determina que una característica del juego (goles, córners...) quedará por encima (*over*), o por debajo (*under*) de determinada cantidad. La más común es la de apostar al número de goles/canastas/sets. *Ejemplo:* si un jugador apuesta a *Over* 1.5 goles, para ganar la apuesta tendrá que sumar todos los goles marcados por ambos equipos y si el resultado es dos o más goles gana, independientemente del resultado o del equipo

ganador (2-0, 1-2, 1-1...).

- **Apuestas de Sistema:** El usuario combina una serie de eventos a través de apuestas combinadas y simples. El beneficio que tiene este tipo de apuestas, a diferencia de las apuestas combinadas, es que no es necesario acertar todas las apuestas para ganar. Este tipo de apuestas suele utilizarse para “cubrirse las espaldas” en el caso de que alguna de las apuestas realizadas no salga como se espera. *Ejemplo:* si se apuesta a que Barcelona, Juventus y Milán empatarán, si uno de ellos no empata, en vez de perder todo el dinero, el jugador recibirá un pago mínimo por los empates de los otros dos.

1.2.3. Según el Momento en el que se Realiza la Apuesta

Según el momento en el que se realiza la apuesta, estas pueden ser:

- **Apuestas Pre-Partido:** Son aquellas que se realizan antes de que empiece el evento deportivo y tienen como finalidad pronosticar el resultado de alguna de las variables. *Ejemplo:* Apostar antes del partido entre Nadal y Alcaraz que va a ganar Alcaraz 2 sets a 1.
- **Apuestas en Directo:** Son las que se realizan durante el desarrollo del evento, desde su inicio a su conclusión. *Ejemplo:* Apostar durante el partido entre Nadal y Alcaraz que el segundo set lo va a ganar Alcaraz 6-3.
- **Apuestas a Largo Plazo:** Se realizan mucho antes de saberse el resultado. Suelen ser apuestas para predecir resultados más a largo plazo como el ganador de una competición prolongada en el tiempo, equipos que pasarán a segunda... *Ejemplo:* Apostar a que Alcaraz va a quedar 2º del mundo en el año 2023.

1.3. Formato de Apuestas

En función de cómo se realizan las apuestas deportivas, estas se pueden distribuir en dos formatos:

1.3.1. Presenciales

Las apuestas presenciales son aquellas que se realizan a través de varios canales que implican que la persona acuda físicamente al establecimiento. Estos establecimientos son: tiendas de apuestas, salones, casinos y/o algunos establecimientos de hostelería (bares, hoteles...).

A pesar de que su uso ha ido disminuyendo en los últimos años, poseen ciertas ventajas que la hacen, a pesar de las nuevas tecnologías, un formato atractivo para algunos jugadores:

- **Interacción:** Favorece la socialización con otros jugadores que se encuentran en la misma situación. Además, facilita el ver el evento deportivo mientras se realizan otras actividades de ocio como comer o tomar algo.
- **Atención Personalizada:** Sobre todo para aquellos jugadores más nuevos. La atención personalizada permite resolver las dudas al instante lo que genera una confianza extra que de otra forma no podrían tener.
- **Fidelización:** con ciertos estímulos reforzadores, como aperitivos, buena atención y mejores ofertas en los bonos o en las cuotas que en las apuestas *online*.
- **No se Necesita Depósito Previo:** No se necesita facilitar los datos bancarios para entrar en un local de apuestas.

1.3.2. *Online*

Las apuestas *online* son aquellas apuestas que se realizan a través de canales que implican la conexión mediante internet con la casa de apuestas. Estas conexiones pueden ser a través de aparatos electrónicos propios del jugador o facilitados por un establecimiento de apuestas o por terceros (una biblioteca).

Algunos expertos como Granero et al. (2020) han advertido, a través de sus estudios, que este tipo de modalidad posee características diferenciadoras que la harían potencialmente más problemática y adictiva, no sólo en comparación a otros tipos de apuestas sino con respecto a las apuestas deportivas presenciales. Así, las características diferenciadoras que suponen una ventaja para los jugadores son:

- **Estimulación Visual:** dentro de las propias páginas con *pop-ups* que incitan a pedir bonos o comenzar a apostar. Dentro de la estimulación visual también se encontraría la aparición de publicidad en todas las redes sociales para llamar la atención del potencial jugador y hacer que entre en las páginas de apuestas deportivas.
- **Posibilidad de Comenzar a Jugar con Poco Dinero o sin Él:** En la mayoría de las casas de apuestas *online*, si bien el jugador se tiene que inscribir e introducir los datos de su tarjeta de crédito, también cuenta con el ofrecimiento de un bono para

comenzar a jugar. Este, sin embargo, en la mayoría de las ocasiones, no se aplica si el jugador no invierte dinero propio.

- **Disponibilidad y Accesibilidad:** Las casas de apuestas *online* están abiertas 24 horas los 7 días a la semana.
- **Privacidad:** Permite realizar la actividad en cualquier aparato electrónico propio. Esto puede favorecer una menor conciencia del entorno de juego y una mayor sensación de libertad a la hora de jugar sin que otros puedan interferir (Buil et al., 2015; Cantero y Bertolín, 2015; Rubio-García, 2018; Sánchez-Pardo et al., 2016; Winters y Derevensky; 2019).
- **Depósito y Retiro de Dinero Fácil:** Mientras que en las casas de apuestas presenciales la forma de obtener el dinero ganado es a través de un cheque (sobre todo cuando son grandes cantidades de dinero), en las casas de apuestas *online* este dinero es introducido, directamente, en la cuenta corriente, evitando así tener que pasar por el banco a ingresarlo.

Capítulo 2. Situación de las Apuestas Deportivas en España a Nivel Legal y Social

2.1. Nivel Legal: Regulación Legal Actual en España

Tras el aumento progresivo y gradual de apuestas deportivas que se produjo desde 2009 a 2011, el Estado español, con la intención de establecer un marco regulatorio de la actividad de juego, aprobó la Ley 13/2011, del 27 de mayo, de regulación del juego (BOE, 127, Ley 13/2011). A pesar de que el objetivo primordial de esta ley era salvaguardar a los posibles jugadores, a las personas menores de edad y a otros grupos especialmente vulnerables de desarrollar conductas adictivas, no ha terminado de cumplir su misión. Esto se debe a que, dos de sus artículos principales y de más relevancia, no fueron cumplimentados legalmente como la ley establecía:

- *Artículo 7: Actividades de publicidad, patrocinio y promoción de las actividades de juego:* En este artículo se remitía a un desarrollo reglamentario para determinar las condiciones en las que podía llevarse a cabo la publicidad. Este reglamento no se desarrolló en los años consecutivos (BOE 291, Real Decreto 958/2020).
- *Artículo 8: Políticas de juego responsable y de protección de los consumidores:* Este artículo hace referencia a las acciones transversales (preventivas, de sensibilización, de intervención y de control, etc.). Estas no sólo tendrían la finalidad de generar buenas prácticas de juego, sino, también, paliar los posibles efectos de una práctica inadecuada. Además, establecía la necesidad de una implicación activa de los operadores de juego, que debían establecer reglas básicas y elaborar un plan de medidas para mitigar los posibles efectos perjudiciales derivados del juego (BOE 291/2020). Así, el Real Decreto 1613/2011, de 14 de noviembre, establecía la necesidad de identificarse previo a la participación en los juegos; y el control de las prohibiciones de acceso de, entre otros, menores de edad y personas que hubieran ejercido la facultad de autoprohibición (BOE 291, Real Decreto 958/2020).

Así, sin perjuicio de lo establecido en la Ley 13/2011 de regulación del juego, en 2020, se constató la necesidad de desarrollar reglamentariamente los artículos 7 y 8 de dicha ley por varias razones: en primer lugar, por la recomendación de la Comisión, del 14 de julio de 2014, en la que se instaba a la protección de los jugadores y la prevención del juego *online* entre los menores. En segundo lugar, como respuesta al exponencial aumento de la inversión publicitaria desde 2011 y la consecuente proliferación de las comunicaciones comerciales asociadas a este tipo de actividades que ha generado una creciente

sensibilidad social. En tercer lugar, a que la demanda social ha exigido poner en marcha medidas de prevención, sensibilización, e intervención sobre las graves consecuencias que el abuso de los juegos de azar puede tener en algunos usuarios.

Esta tardía regulación de las apuestas deportivas, que se ha demorado hasta el 3 de noviembre del 2020 con el Real Decreto 958/2020 de Comunicaciones Comerciales de las actividades de juego (BOE 291, Real Decreto 958/2020), ha facilitado que varias de las más importantes casas de apuestas internacionales hayan entrado con fuerza en el mercado de las apuestas en España.

2.1.1. Cambios más Relevantes en la Regulación de las Apuestas Deportivas según el Reglamento de 2020 (BOE 291, Real Decreto 958/2020):

- **Artículo 6:** Establece que, a partir de la aprobación del decreto, todo aquel que quiera realizar reclamos publicitarios necesitará del correspondiente título habilitante expedido por la autoridad encargada de la regulación del juego. Este título tendrá que mantenerse visible en su página web y estar accesible.
- **Artículo 7:** *Principio de identificación de las comunicaciones comerciales y del anunciante:* Establece que, las comunicaciones comerciales deben ser claramente identificables y reconocibles, es decir, debe figurar de forma clara la palabra «publicidad», la abreviatura “publi”...
- **Artículo 8.** *Principio de veracidad.* Establece la prohibición de ocultación o utilización de información falsa de forma implícita o explícita con la intención de generar una confusión en el receptor del mensaje. Por ejemplo, hacer símiles con gente exitosa o generar una idea de que hacer apuestas es igual a tener éxito o dinero.
- **Artículo 9.** *Principio de responsabilidad social.* Se establece que las comunicaciones comerciales no deben infravalorar ni banalizar los potenciales efectos perjudiciales de las conductas de juego. Se prohíbe, explícitamente, aquella publicidad que asocie de forma positiva o atractiva las actividades de juego con conductas o acciones perjudiciales para la salud pública, que incluyan mensajes que desvaloricen el esfuerzo en comparación con el juego, transmitan tolerancia respecto al juego en entornos educativos o de trabajo, sugieran que el juego puede mejorar las habilidades personales o el reconocimiento social, presenten el juego como indispensable, prioritario o importante en la vida, entre otras.
- **Artículo 10.** *Principio de juego seguro por el que se busca el equilibrio entre la promoción de la actividad de juego y la protección de los jugadores.* Dentro de este

punto se prohíben aquellas comunicaciones que presenten el juego como una práctica estimulante o atractiva (asociándolo al éxito, a una alta probabilidad de ganar...), sugieran que el juego puede ser una solución a los problemas... Además, las comunicaciones deberán incluir un mensaje relativo al juego en el que se especifique que se debe jugar de manera responsable.

- **Artículo 11.** *Principio de protección de menores de edad.* Este artículo establece que las comunicaciones comerciales no podrán ir dirigidas directa o indirectamente a las personas menores de edad ni podrán ser destinadas a la persuasión o incitación al juego de este colectivo. Especialmente queda prohibido el incitar directa o indirectamente a menores de edad a la práctica del juego a través de un contenido o diseño dirigido para atraer su atención. Esto se refiere, sobre todo, a la utilización de personas de confianza para los menores de edad (padres, profesores...), a la presentación del juego como una señal de madurez o a utilizar medios, aplicaciones o programas destinados específicamente a menores de edad.
- **Artículo 12 y 18.** *Actividades de patrocinio.* Establece que no se utilizará la imagen de la marca o mensajes promocionales en eventos o bienes diseñados para personas menores de edad o destinadas principalmente a ellas. Tampoco se podrá patrocinar equipaciones deportivas y la emisión de comunicaciones comerciales en estadios deportivos de cualquier tipo deberá ajustarse a las limitaciones horarias (entre la 1:00 y las 5:00 am) y a los requisitos establecidos.
- **Artículo 15.** Se prohíbe la aparición de personas o personajes públicos en comunicaciones comerciales.

2.2. Nivel Social: Repercusión Socioeconómica en España

Más allá de la realidad legal en la que se encuentra España en materia de apuestas deportivas, se considera importante entender el efecto que, la falta de regulación integral hasta 2020, ha tenido a nivel social y cómo eso ha afectado al desarrollo de problemas de juego. Dentro de la realidad social es importante tener en cuenta varios niveles a los que afecta:

- *Económico:* El juego es una actividad lucrativa para las empresas que lo gestionan y para el Estado, puesto que está diseñado para proveer de beneficios económicos que proceden directamente de las pérdidas de los jugadores. En el año 2020, año de la pandemia, los beneficios económicos derivados del juego real (la diferencia entre cantidades jugadas y premios) alcanzaron los 662.8 millones de €, lo que supuso 132 millones de € en impuestos para las comunidades autónomas y el Estado (DGOJ, 2022). En 2021, esta suma ascendió hasta los 712 millones de €, el 3% del PIB

(Gómez-Yáñez, 2022)

- *Diferenciación con otro tipo de apuestas y normalización a nivel social:* Mientras que los juegos de lotería se basan principalmente en la ilusión del premio, los de apuestas deportivas se basan en aspectos tan variados como la socialización (encontrarse y compartir con personas que comparten una afición), la posibilidad de demostrar que se sabe de algo o se sabe jugar con más destreza que los demás, la competición entre los participantes o la validez de las intuiciones o corazonadas más que por la satisfacción de ganar (Gómez-Yáñez, 2018, 2020).
- *Mercado de apuestas deportivas:* El mercado de las apuestas deportivas ha crecido regularmente desde 2012 llevando un ritmo de aumento de casi el 20% anual (Gómez-Yáñez, 2018). Se estima que el crecimiento exponencial y progresivo comenzó antes, sin embargo, no existen datos nacionales ni informes anuales en los que se recoja lo relacionado con este tipo de apuestas hasta 2012. Este aumento ha llegado a una meseta en el año 2020 debido a que se ha pasado el “efecto novedad” y a que, por la pandemia mundial de la covid-19, muchos eventos deportivos implicados en las apuestas fueron suspendidos (Gómez-Yáñez, 2020). Actualmente, el 85.5% del mercado de las apuestas deportivas se divide en dos mitades casi iguales entre las apuestas presenciales y las apuestas en webs autorizadas y reguladas por las comunidades autónomas o por el Estado, respectivamente. El 13.5% de las apuestas pertenece a “La Quiniela” y el 0.8% a las apuestas hípcas (Gómez-Yáñez, 2018). Por otro lado, se ha observado un elevado aumento en la apertura de salas de apuestas deportivas. En el año 2021 se llegó al récord de salas abiertas en la historia de España con 802. El año anterior había 448 salas de apuestas deportivas, casi la mitad (DGOJ, 2022)
- *Participación en apuestas deportivas:* En 2018, el 4.5% de los residentes en España menores de 35 años recordaban haber realizado apuestas deportivas en tiendas, salones o bares en el último año. Esto equivale a 1.6 millones de personas, en su mayoría hombres. Esta cifra, pasada la novedad de las apuestas deportivas, se ha estabilizado a la baja durante 2019, observándose que el 3.7% de la población comprendida entre 18 y 75 años (1.3 millones de personas) reconocen haber apostado durante el año anterior. Siendo, de nuevo, en mayor proporción hombres y de menos de 35 años. En el año 2021, este porcentaje se ha mantenido estable (DGOJ, 2022).

- *Percepción social entre los jóvenes y menores de edad:* La percepción de las apuestas deportivas a nivel social, en gran medida por la forma de visibilizarlas a nivel comercial, es de bajo riesgo y de actividad lúdica que consiste en divertirse y pasar tiempo con un grupo de personas (Chóliz, 2008). En este contexto, y al no existir estrategias o planes de prevención y concienciación, los jugadores comienzan a realizar apuestas deportivas sin entender la magnitud y el perjuicio que pudiera tener un uso desmesurado de estas (Rubio García, 2018). Cuando el foco se pone en los jóvenes o en los menores, se observa que estos ya han comenzado a verlas como “algo de mayores” (Seal et al., 2022) y como una forma de entretenimiento equiparable a actividades grupales más habituales como practicar deporte, escuchar música o quedar en la calle. Esto supone una realidad inquietante, ya que los adolescentes y jóvenes son el estrato social más vulnerable a las consecuencias negativas derivadas de la práctica de este tipo de juegos.

Capítulo 3. Epidemiología de las Apuestas Deportivas

Lo que se describe en el siguiente apartado es la información encontrada sobre la situación de las apuestas deportivas, como ente separado del resto de juegos de azar. Es importante resaltar 3 limitaciones encontradas: La primera es la falta de investigaciones sobre apuestas deportivas en los diferentes países; la segunda es la falta de heterogeneidad de la muestra en las investigaciones encontradas (muestras específicas, poblaciones específicas...); y la tercera, es la heterogeneidad en las medidas de evaluación. A pesar de todo ello, se procede a establecer una visión de la situación mundial actual con respecto a las apuestas deportivas.

Para facilitar el entendimiento de los datos obtenidos se va a precisar los términos al uso:

- *Cantidades de dinero jugadas (Coin in/Drop in)*: Es la suma de las cantidades de dinero jugadas en un determinado tipo de apuesta. Estas incluyen, únicamente, el dinero invertido por el jugador de su propia economía. En el caso de las apuestas deportivas es más difícil de medir debido a que, la sucesión de cantidades jugadas y los tipos de apuestas que se fomentan dificulta hacer un seguimiento real.
- *Cantidad de dinero apostado (Handle)*: Esta se obtiene de la suma de las cantidades de dinero invertidas por el jugador de su propia economía y de las cantidades de dinero invertidas que provienen de las ganancias de otras apuestas, es decir, de volver a apostar las ganancias de la apuesta anterior. En el caso de las apuestas deportivas no se usa como un indicador real del juego debido a que el volumen de apuestas que se genera de volver a apostar lo ganado, es muy elevado. Esto hace que estos datos no sean fiables ni ajustados (Gómez-Yáñez, 2020).
- *IBJ (Ingresos brutos del juego) o GGR (Gross Gaming Revenue)*: Incluye los ingresos procedentes del juego menos las ganancias de los jugadores. Es un indicador que muestra la cantidad de dinero que consigue un determinado operador de juego tras haber repartido las ganancias de los premios entre sus jugadores. En el caso de apuestas deportivas es el valor que se utiliza porque es el que más se ajusta a la realidad de las inversiones y beneficios del mercado. De ahora en adelante se va a utilizar la abreviatura en inglés (GGR) debido a que es la terminología más aceptada a nivel mundial.

3.1. Participación en Apuestas Deportivas de la Población Adulta a Nivel Mundial

Aunque los deportes son un fenómeno global, los gobiernos de todo el mundo tienen diferentes formas de regular este tipo de actividades y la forma en la que se realizan apuestas deportivas (Pérez, 2017). Entre las diferencias más importantes se encuentran: la *regulación de las apuestas deportivas*, mientras en muchos países este tipo de actividad de juego está prohibida, en otros muchos se permiten de manera ilimitada e, incluso, sin regular; la *regulación de los operadores*, que permite que los ciudadanos puedan o no acceder a casas de apuestas sin legalizar; y la *regulación de la publicidad*, que genera cambios en la percepción social del juego (véase tabla 2). Esta diversidad entre los países es la que permite explicar la diferencia en los porcentajes de jugadores o de juego problemático.

Independientemente de estas diferencias, lo que sí que está claro es que las apuestas deportivas suponen una enorme ganancia para los gobiernos que permiten este tipo de juegos de azar. Así, en 2019 el mercado mundial de apuestas deportivas obtuvo un beneficio de más de 200 mil millones de dólares estadounidenses a través de sus más de 30.000 empresas de apuestas deportivas en todo el mundo (Ibisworld, 2020, citado en Etuk et al., 2022).

Con la finalidad de tener un entendimiento más amplio y específico de la situación de las apuestas deportivas a nivel internacional, se va a proceder en los siguientes apartados, a realizar una recopilación más específica, y distribuida a nivel continental, de la bibliografía encontrada relacionada con la prevalencia de las apuestas deportivas.

Tabla 2.

Legislación vigente y regulación publicitaria a nivel mundial (por orden alfabético) (András, s.f.)

País	Legislación	Regulación publicitaria
ARGENTINA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas por el Decreto de la Corte Suprema del 31 de mayo de 1999. <i>Online</i> desde 2006 a 2019 dependiendo de la ciudad (Gobierno de Buenos Aires (s.f.)).</p> <p>Sistema de regulación: No tiene sistema regulatorio centralizado. Cada autonomía establece una legislación según su criterio apoyados en la Dirección Nacional de Juegos y Sorteos del Ministerio de Gobierno de las diferentes ciudades.</p> <p>Nivel de regulación: Media. Necesidad de autorización y supervisión de operadores de juegos de azar y sorteos, así como la regulación de la publicidad y promoción de estos juegos.</p>	<p>Ley: Ley de Juegos y Sorteos</p> <p>Bases: Según la ley, la publicidad de los juegos de azar debe ser veraz, no engañosa, no promover el juego excesivo y no dirigirse a menores de edad. Además, la publicidad de los juegos de azar está restringida en cuanto a su horario y a la programación en la que se transmiten los anuncios.</p>
AFGANISTÁN	<p>Apuestas deportivas: ilegales y no reguladas. Las apuestas deportivas de sangre (especialmente las peleas de perros, las peleas de perdices o codornices y las peleas de gallos) están reguladas como ilegales. Todas ellas están perseguidas ya que están prohibidas por la Ley Islámica</p> <p>Sistema de regulación: No existe sistema de regulación más allá de la Ley islámica</p> <p>Nivel de regulación: Muy baja. El juego y las apuestas deportivas están prohibidos por motivos religiosos y culturales. La regulación y control son poco estrictos y hay pocas medidas para prevenir problemas de juego. Existe mucho juego clandestino.</p>	<p>Ley: Al ser una conducta ilegal por motivos religiosos y culturales no existe publicidad al respecto ni leyes que la regulen.</p>
ALBANIA	<p>Apuestas deportivas: ilegales y reguladas desde 2019 (Autoriteti i mbikëqyrjes së lojërave të fatit, s.f)</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Consejo de Supervisión y</p>	<p>Ley: regulada por la ley "On Gambling" de 2016 y la Autoridad de Juegos de Azar de Albania</p> <p>Bases: La publicidad de los juegos de azar debe ser</p>

Regulación de Juegos de Azar.

Nivel de regulación: Medio-Bajo. Aunque están reguladas como ilegales, no se persigue el juego *online* en operadores internacionales

veraz, no engañosa y no se debe dirigir a menores de edad. La publicidad no debe promover el juego excesivo ni dar la impresión de que el juego es la única solución a los problemas financieros o personales. También existen restricciones sobre la ubicación de los anuncios publicitarios y las horas en las que pueden ser transmitidos.

ALEMANIA

Apuestas deportivas: legales y reguladas

Sistema de regulación: Centralizado a través del Estado a través del Tratado Interjurisdiccional sobre Juegos de Azar (IGA en inglés).

Nivel de regulación: Medio-Alto. Regula el juego *online* y presencial con requisitos para los proveedores de juegos de azar, incluyendo la obtención de licencias y la protección de los datos personales y financieros de los jugadores.

Ley: Regulada por la Ley de Juego de Alemania

Bases: Restricciones en la publicidad y promoción de juegos de azar, incluida la prohibición de la publicidad en televisión y radio antes de la medianoche. Además, la publicidad de los juegos de azar debe contener una advertencia sobre los peligros del juego.

ANDORRA

Apuestas deportivas: legales y reguladas presencialmente. Ilegales *online*.

Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión Nacional de Juegos y Apuestas y su legislación se encuentra integrada en el marco de la Unión Europea.

Nivel de regulación: Medio-Bajo. Aunque está regulada presencialmente y tiene una cultura de juego responsable no existe ningún tipo de regulación o prohibición de acceso *online*.

Ley: Ley de juegos de azar de 2010

Bases: Debe ser veraz, objetiva y no debe fomentar el juego excesivo o estar dirigida a menores. La publicidad también debe respetar la dignidad y los valores humanos, y no puede ser engañosa ni utilizar técnicas de persuasión deshonestas.

ANGOLA

Apuestas deportivas: legales y reguladas por el Decreto Ejecutivo nº255/21 (Ministério das finanças de Angola, 2021).

Sistema de regulación: Centralizado a través del Ministerio de Finanzas

Nivel de regulación: Medio. Aunque las apuestas deportivas están reguladas por la autoridad de juego, la legislación es muy nueva y aún se está trabajando por establecer licencias y operadores que sean seguros.

Ley: No se ha encontrado ninguna regulación relativa a la publicidad de los juegos de azar en Angola.

ANTIGUA Y BARBUDA	<p>Apuestas deportivas: Legales y reguladas por la Ley del Juego de 2016 y la enmienda de ley de 2017 (Antigua and Barbuda, 2016)</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de La Comisión de Juegos de Azar</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. Reguladas tanto presencial como <i>online</i></p>	<p>Ley: Regulada por la Comisión de Juegos de Azar</p> <p>Bases: Debe ser precisa, veraz y no engañosa, y no debe dirigirse a menores de edad o a personas que se consideren vulnerables.</p>
ARABIA SAUDÍ	<p>Apuestas deportivas: Ilegales y no reguladas. Las apuestas deportivas de sangre están reguladas como ilegales. Todas ellas están perseguidas ya que están prohibidas por la Ley Islámica. Únicamente es legal apostar en carreras de caballos en los hipódromos del país.</p> <p>Sistema de regulación: No existe sistema de regulación más allá de la Ley islámica</p> <p>Nivel de regulación: Muy baja. El juego y las apuestas deportivas están prohibidos por motivos religiosos y culturales. La regulación y control son poco estrictos y hay pocas medidas para prevenir problemas de juego. Existe mucho juego clandestino. La pena por jugar o realizar apuestas deportivas en Arabia Saudita puede ser muy severa, incluyendo multas, encarcelamiento y castigo corporal. Sin embargo, a pesar de la prohibición, se han reportado casos de juego clandestino en el país.</p>	<p>Ley: Al ser una conducta ilegal por motivos religiosos y culturales no existe publicidad al respecto ni leyes que la regulen.</p>
ARGELIA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas a nivel presencial (monopolio de Pari Sportif Algérien y del Hipódromo de Caroubier). Ilegales y reguladas en línea</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Bajo. Las apuestas deportivas están reguladas presencialmente pero no en línea donde no se establece ninguna repercusión por jugar ni a los ciudadanos ni a las empresas, lo que fomenta el uso clandestino e ilegal.</p>	<p>Ley: Se considera ilegal toda forma de publicidad relacionada con los juegos de azar.</p>
ARMENIA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas desde 2004 y actualizadas por la ley "Sobre los juegos de azar y apuestas deportivas" de 2016.</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión de Juego de Armenia</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. La ley establece un marco regulatorio para la industria de apuestas deportivas y establece las regulaciones y licencias necesarias para operar.</p>	<p>Ley: Ley de juegos de azar de 2020 regulada por el Ministerio de Finanzas</p> <p>Bases: La publicidad de los juegos de azar está restringida en el país y sólo está permitida en hoteles de cuatro estrellas o más, puntos de control fronterizos, sitios web de empresas y en frente de edificios que ofrecen juegos de apuestas.</p>

ARUBA	<p>Apuestas deportivas: Legales y reguladas desde 1999 por la Ley de Juegos de Azar</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Autoridad de Juegos de Aruba</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. Reguladas tanto presencial como <i>online</i></p>	<p>Ley: Regulada por la Autoridad de Juegos (GCB en inglés)</p> <p>Bases: La publicidad debe ser honesta y no engañosa, y no puede dirigirse a menores de edad ni a personas que tienen problemas con el juego. Además, no se permite la publicidad en ciertos lugares y medios, como escuelas, hospitales, transporte público y programas de televisión y radio dirigidos a menores de edad.</p>
AUSTRALIA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas por la Ley Interactiva del Juego de 2001 y actualizada en 2017. (IGA en inglés) (Australian Government, 2017)</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a nivel federal y estatal a través del Gobierno australiano</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. Si bien en Australia las apuestas deportivas están reguladas, este país es reconocido mundialmente por tener uno de los entornos de juego más accesibles y libres con acceso a plataformas en línea, una gran variedad de productos de juego y la mayor inversión monetaria per cápita del mundo en cuestión de apuestas (Seal et al. 2022). Entre las normas más sorprendentes se encuentra que los apostadores sólo pueden realizar sus apuestas deportivas antes de que comience el evento y no durante. Estas leyes se aplican no sólo a operadores nacionales sino también internacionales, al igual que las sanciones.</p>	<p>Ley: Aunque la regulación de la publicidad depende en última instancia de leyes y regulaciones estatales y territoriales, la IGA establece unas bases generales. Es regulada por la Autoridad Australiana de Comunicaciones y Medios (ACMA en inglés)</p> <p>Bases: En general, la publicidad de los juegos de azar debe ser veraz, no engañosa y no dirigirse a menores de edad. Se tipifica como delito penal ofrecer apuestas interactivas con "dinero real" a los residentes australianos o apuestas en vivo. Además, la publicidad de los juegos de azar está restringida en cuanto a su horario y a la programación en la que se transmiten los anuncios.</p>
AUSTRIA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas por la Ley de Juego de 2009 y su reglamento posterior.</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Ministerio de Finanzas</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. Se regulan las apuestas deportivas y se limita a operadores autorizados. Entre las regulaciones (que varían en función de las ciudades) están límites máximos de apuestas (500€ por sesión) y horarios limitados para realizar apuestas</p>	<p>Ley: regulada por la Ley de Juego de 2009 y su reglamento correspondiente.</p> <p>Bases: La publicidad de los juegos de azar solo puede hacerse en lugares designados para ello, como salas de juego y páginas web autorizadas. La publicidad también debe cumplir con ciertos requisitos, como no ser engañosa ni dirigirse a menores de edad. Además, la publicidad de los juegos de azar no debe crear una presión social para</p>

AZERBAIYÁN	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas desde 2011. Las apuestas deportivas de sangre son ilegales y están consideradas como actos de crueldad animal.</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Ministerio de economía. Existe un monopolio por parte de Caspiantech CJSC (Topaz)</p> <p>Nivel de regulación: Alta. Las apuestas deportivas se encuentran reguladas y sólo pueden ser realizadas a través de un único operador.</p>	<p>jugar o promover un comportamiento adictivo.</p> <p>Ley: Controlada por la Comisión de Juegos de Azar</p> <p>Bases: La publicidad de los juegos de azar está prohibida en televisión, radio, periódicos y medios electrónicos. Sin embargo, se permite en las instalaciones de los juegos de azar y en medios impresos especializados en juegos de azar.</p>
BAHAMAS	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas por la Ley del Juego de 2014 para turistas. Ilegales para los residentes</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la regulación de la Comisión de Juegos de Azar de las Bahamas.</p> <p>Nivel de regulación: Medio. Las apuestas deportivas están permitidas en las Bahamas, tanto en persona como en línea, y existen varias opciones disponibles para visitantes, pero no para los locales.</p>	<p>Ley: No se ha encontrado la ley que regula la publicidad, pero sí que de esta regulación se encarga la Comisión de Juegos de Azar de las Bahamas</p> <p>Bases: Debe cumplir con ciertas regulaciones como no dirigirse a menores de edad, no hacer promesas falsas de ganancias e incluir mensajes de responsabilidad social. Además, la ley bahameña de juegos de azar prohíbe cualquier forma de publicidad engañosa o falsa y limita la cantidad y frecuencia de la publicidad en medios masivos de comunicación.</p>
BAHRAIN	<p>Apuestas deportivas: Ilegales y no reguladas. Las apuestas deportivas de sangre están reguladas como ilegales. Todas ellas están perseguidas ya que están prohibidas por la Ley Islámica</p> <p>Sistema de regulación: No existe sistema de regulación más allá de la Ley islámica</p> <p>Nivel de regulación: Muy baja. El juego y las apuestas deportivas están prohibidos por motivos religiosos y culturales. La regulación y control son poco estrictos y hay pocas medidas para prevenir problemas de juego. Existe mucho juego clandestino.</p>	<p>Ley: Al ser una conducta ilegal por motivos religiosos y culturales no existe publicidad al respecto ni leyes que la regulen.</p>
BANGLADÉS	<p>Apuestas deportivas: Ilegales y no reguladas. Las apuestas deportivas de sangre están reguladas como ilegales. Todas ellas están perseguidas ya que están prohibidas por la Ley Islámica.</p> <p>Sistema de regulación: No existe sistema de regulación más allá de la Ley</p>	<p>Ley: Al ser una conducta ilegal por motivos religiosos y culturales no existe publicidad al respecto ni leyes que la regulen.</p>

islámica

Nivel de regulación: Muy baja. El juego y las apuestas deportivas están prohibidos por motivos religiosos y culturales. La regulación y control son poco estrictos y hay pocas medidas para prevenir problemas de juego. Existe mucho juego clandestino.

BARBADOS

Apuestas deportivas: Ilegales y reguladas. Sólo son legales las carreras de caballos (monopolio de Barbados Turf) por la Ley de Apuestas y Juego de 1985 y 2020

Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno

Nivel de regulación: Alto. Reguladas e ilegales y sólo permitidas las apuestas hípcas a través de un único operador

Ley: Ley de Juegos de Azar de 2011 y sus regulaciones asociadas.

Bases: Debe ser honesta, veraz y no engañosa, y no debe dirigirse a menores de edad ni a personas vulnerables. Además, la publicidad de los juegos de azar en Barbados no puede incluir testimonios falsos, afirmaciones exageradas sobre las posibilidades de ganar o sugerir que los juegos de azar son una solución a los problemas financieros o personales.

BÉLGICA

Apuestas deportivas: legales y reguladas desde 2012.

Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión de Juego Belga

Nivel de regulación: Medio-Alto. Reguladas presencial y *online*

Ley: Ley de Juego de 2005 regulada por la Comisión de Juegos de Azar.

Bases: Solo puede ser realizada si cumple con ciertos requisitos, como la prohibición de hacer apelación a la ludopatía o a la vulnerabilidad económica de las personas. Además, la publicidad de los juegos de azar no puede ser emitida en medios que sean accesibles a menores de edad. También se requiere que la publicidad sea objetiva, veraz y no engañosa.

BELICE

Apuestas deportivas: Legales y reguladas por la Ley de Control del Juego del 2000 y la Ley de Prevención del Juego del 2000.

Sistema de regulación: Centralizado a través del Consejo de Regulación y Fomento de Juegos de Azar de Belice.

Nivel de regulación: Medio-Alta. Permitidas tanto en línea como en persona, aunque con ciertas restricciones y regulaciones.

Ley: es responsabilidad de la Comisión de Juegos de Azar de Belice.

Bases: La publicidad de los juegos de azar en Belice debe cumplir con ciertas regulaciones, como no dirigirse a menores de edad, no hacer promesas falsas de ganancias, e incluir mensajes de responsabilidad social. Además, la ley beliceña

BENÍN	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas desde 1967. En línea son legales desde 2002 (monopolio de la Lotería Nacional de Benin).</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. Las apuestas deportivas están reguladas y monopolizadas por el Estado</p>	<p>prohíbe cualquier forma de publicidad engañosa o falsa y limita la cantidad y frecuencia de la publicidad en medios masivos de comunicación.</p>
BERMUDAS	<p>Apuestas deportivas: Reguladas por la Ley de Juego de 1975. No reguladas <i>online</i>.</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión de Juego</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Bajo. Aunque están reguladas presencialmente no lo están en línea</p>	<p>Ley: Regulada por la Comisión de Juego de las Bermudas a través de la Ley del Juego de 2014 y su reglamento.</p> <p>Bases: incluye requisitos para que la publicidad sea precisa, clara y no engañosa, y establece límites en la cantidad y el tipo de publicidad permitida. Además, la publicidad de los juegos de azar en Bermudas debe cumplir con las leyes y regulaciones de publicidad generales de la jurisdicción.</p>
BHUTÁN	<p>Apuestas deportivas: Ilegales y reguladas por el Estatuto 393. Las apuestas deportivas de sangre están reguladas como ilegales. Todas ellas están perseguidas ya que están prohibidas por la Ley Islámica. Las únicas apuestas no ilegales son los dardos.</p> <p>Sistema de regulación: No existe sistema de regulación más allá de la Ley islámica</p> <p>Nivel de regulación: Muy baja. El juego y las apuestas deportivas están prohibidos por motivos religiosos y culturales. La regulación y control son poco estrictos y hay pocas medidas para prevenir problemas de juego. Existe mucho juego clandestino.</p>	<p>Ley: Al ser una conducta ilegal por motivos religiosos y culturales no existe publicidad al respecto ni leyes que la regulen.</p>

BIELORRUSIA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Comité de Control de Juegos de Azar del Ministerio de Finanzas.</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. Se permite la realización de apuestas en línea y en establecimientos físicos autorizados y regulados.</p>	<p>Ley: Ley "Sobre los juegos de azar y las apuestas".</p> <p>Bases: La publicidad de los juegos de azar está prohibida en la televisión, la radio y la prensa escrita, y solo puede hacerse en los establecimientos de juego y en las páginas web de los operadores de juegos autorizados. Además, la publicidad no debe ser engañosa, inmoral o inapropiada, y debe incluir información sobre la edad mínima permitida para participar y los riesgos asociados a los juegos de azar.</p>
BIRMANIA (MYANMAR)	<p>Apuestas deportivas: Ilegales y no reguladas. Para los turistas, las apuestas deportivas son legales.</p> <p>Sistema de regulación: No existe sistema de regulación más allá de la Ley islámica.</p> <p>Nivel de regulación: Muy baja. El juego y las apuestas deportivas están prohibidos por motivos religiosos y culturales para los ciudadanos birmanos. La regulación y control son poco estrictos. Existe mucho juego clandestino.</p>	<p>Ley: Ley de control de la publicidad</p> <p>Bases: Al ser legal la realización de apuestas deportivas únicamente para extranjeros, la publicidad es muy limitada y escasa.</p>
BOLIVIA	<p>Apuestas deportivas: Legales y reguladas por la Ley 060 del 25 de noviembre de 2002 (Asamblea Legislativa Plurinacional, 2010)</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Autoridad de Regulación y Fiscal de Juegos de Azar</p> <p>Nivel de regulación: Medio. Las apuestas deportivas y el juego en casinos son legales en el país, pero están regulados y supervisados por el gobierno.</p>	<p>Ley: Ley de Juegos de Azar. Regulaciones establecidas por el Ministerio de Economía y Finanzas Públicas.</p> <p>Bases: Establece restricciones en la publicidad de los juegos de azar, incluyendo la prohibición de dirigirse a menores de edad y hacer afirmaciones engañosas o promesas falsas de ganancias. También se requiere que la publicidad de los juegos de azar incluya mensajes de responsabilidad social. La publicidad de los juegos de azar en Bolivia es permitida en medios de comunicación, como televisión, radio y medios impresos, siempre y cuando cumpla con las regulaciones establecidas. Además, la ley de Juegos de Azar establece</p>

BOSNIA- HERZEGOBINA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Consejo de Regulación de Juegos de Azar</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alta. Regulación en línea y presencial de operadores</p>	<p>sanciones para aquellos que incumplen las regulaciones de publicidad, incluyendo multas y la cancelación de licencias para operar juegos de azar.</p>
BOTSUANA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas a nivel presencial desde 1961 por la Ley de Apuestas y Loterías. No reguladas en línea.</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Autoridad de Juego y Apuestas (BGRA en inglés).</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Bajo. Las apuestas deportivas son legales y están disponibles en establecimientos físicos y en varios proveedores en línea (pero sin regular)</p>	<p>Ley: regulados por la Ley de Juegos de Azar de 2011 a través de la Comisión de Juegos de Azar.</p> <p>Bases: La publicidad no debe ser engañosa, no debe dirigirse a menores de edad, no debe fomentar el juego excesivo y no debe ser ofensiva o inapropiada.</p>
BRASIL	<p>Apuestas deportivas: Legales y reguladas por la Ley 13,756/2018 (Presidencia da República, 2018)</p> <p>Sistema de regulación: Descentralizado (varía en función de la región y el estado).</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Bajo. En algunos estados, como São Paulo, las apuestas deportivas son ilegales. En otros estados, como Rio de Janeiro, están regulados y disponibles.</p>	<p>Ley: Ley de Juegos de Azar de Brasil (Decreto-Ley 3.688). Es responsabilidad de la Secretaría de Estado de Controle de Jogos (SEC-Jogos)</p> <p>Bases:</p>

BRUNEI	<p>Apuestas deportivas: Ilegales y no reguladas. Las apuestas deportivas de sangre (sobre todo las peleas de gallos) están reguladas como ilegales. Todas ellas están perseguidas ya que están prohibidas por la Ley Islámica. Únicamente es legal apostar en carreras de caballos en los hipódromos del país.</p> <p>Sistema de regulación: No existe sistema de regulación más allá de la Ley islámica</p> <p>Nivel de regulación: Muy baja. El juego y las apuestas deportivas están prohibidos por motivos religiosos y culturales. La regulación y control son poco estrictos y hay pocas medidas para prevenir problemas de juego. Existe mucho juego clandestino. La pena por jugar o realizar apuestas deportivas puede ser muy severa, incluyendo multas, encarcelamiento y castigo corporal.</p>	<p>Ley: Al ser una conducta ilegal por motivos religiosos y culturales no existe publicidad al respecto ni leyes que la regulen.</p>
BULGARIA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas desde 1957 (presencialmente) y 2013 (<i>online</i>). Monopolio de Bulgarian Sports Totalizator.</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión Nacional de Juego</p> <p>Nivel de regulación: Alto. No sólo están reguladas, sino que las empresas deben cumplir con estrictas normas de seguridad y protección de los clientes para garantizar un juego justo y responsable.</p>	<p>Ley: regulada por el Consejo de Regulación de Juegos de Azar.</p> <p>Bases: La publicidad de los juegos de azar debe ser discreta y no debe ser accesible para menores de edad. Además, la publicidad no debe incitar a la actividad de juego, utilizar técnicas engañosas o ser irresponsable. Los anuncios de juegos de azar también deben incluir información sobre los riesgos asociados con el juego y las opciones disponibles para ayudar a prevenir la adicción.</p>
BURKINA FASO	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas a nivel presencial (monopolio de la Lotería Nacional de Burkina Faso (LONAB en inglés). No reguladas <i>online</i></p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno.</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Bajo. Las apuestas deportivas, si bien están reguladas y monopolizadas a nivel presencial no lo están <i>online</i> dónde no existe regulación.</p>	<p>Ley: No existe una legislación específica que prohíba o limite la publicidad de los juegos de azar</p>
BURUNDI	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas a nivel presencial (monopolio de la Lotería Nacional de Burundi (LONA en inglés)). No regulado en línea.</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno</p> <p>Nivel de regulación: Medio-bajo. Si bien las apuestas presenciales están</p>	<p>Ley: No se ha encontrado una ley específica sobre la regulación de la publicidad del juego</p> <p>Bases: el juego <i>online</i> está prohibido en Burundi y las autoridades suelen actuar contra las operaciones</p>

CABO VERDE	<p>monopolizadas y reguladas no se ha establecido ninguna regulación de las apuestas <i>online</i>.</p> <p>Apuestas deportivas: legales y reguladas desde 2005 Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno Nivel de regulación: Medio. Las apuestas deportivas están reguladas tanto presencialmente como en línea.</p>	<p>ilegales de juego.</p> <p>Ley: No se ha encontrado información específica sobre la regulación de la publicidad de los juegos de azar en Cabo Verde.</p>
CAMBOYA	<p>Apuestas deportivas: Ilegales y no reguladas. Las apuestas deportivas de sangre (sobre todo las peleas de gallos) están reguladas como ilegales. Todas ellas están perseguidas ya que están prohibidas por la Ley Islámica. Únicamente es legal apostar en carreras de caballos en los hipódromos del país. Sistema de regulación: No existe sistema de regulación más allá de la Ley islámica Nivel de regulación: Muy baja. El juego y las apuestas deportivas están prohibidos por motivos religiosos y culturales. La regulación y control son poco estrictos y hay pocas medidas para prevenir problemas de juego. Existe mucho juego clandestino. La pena por jugar o realizar apuestas deportivas puede ser muy severa, incluyendo multas, encarcelamiento y castigo corporal.</p>	<p>Ley: Al ser una conducta ilegal por motivos religiosos y culturales no existe publicidad al respecto ni leyes que la regulen.</p>
CAMERÚN	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas a nivel presencial desde 1992 y <i>online</i> desde el 2019. Monopolio por parte de Pari Mutuel Urbain Camerounais Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno. Nivel de regulación: Medio. Reguladas tanto presencial como en línea</p>	<p>Ley: No se ha encontrado información actualizada sobre la regulación específica de la publicidad de los juegos de azar en Camerún.</p>
CANADÁ	<p>Apuestas deportivas: Legales y reguladas Sistema de regulación: Descentralizado Nivel de regulación: Medio-Bajo. Legales y reguladas: Ontario, Alberta, British Columbia, Nueva Escocia, New Brunswick, Manitoba, Saskatchewan (sólo en persona), Isla del Príncipe Eduardo, Newfoundland y Labrador (sólo <i>online</i>) Ilegales: Quebec. Sin embargo, la mayoría de las regiones tienen restricciones de edad más altas que la mayoría de los países (19 años).</p>	<p>Ley: a cargo de la Comisión de Juegos de Azar Bases: La publicidad de los juegos de azar debe cumplir con ciertas normas y regulaciones incluyendo la prohibición de dirigirse a menores de edad, mostrar contenido irresponsable o engañoso y hacer promesas falsas de ganancias. Además, la publicidad de los juegos de azar debe incluir mensajes de responsabilidad social y recursos para ayudar a los jugadores problemáticos.</p>

CHAD	<p>Apuestas deportivas: No se ha encontrado información al respecto</p>	<p>Ley: No se ha encontrado información específica sobre la regulación de la publicidad de los juegos de azar.</p>
CHILE	<p>Apuestas deportivas: Legales y reguladas por la Ley de legalización de la lotería de 1986 y la Ley de lotería <i>online</i> de 2008. Monopolio del Estado (La Polla Lotería). Sistema de regulación: Centralizado a través de la Superintendencia de Casinos de Juego e incluye casinos, apuestas hípcas, la Polla chilena de beneficencia y bingos Nivel de regulación: Baja. Las apuestas deportivas no están bien reguladas ni supervisadas por el gobierno de manera específica. En la actualidad existen dos proyectos de ley pendientes de aprobación.</p>	<p>Ley: Ley de Juegos de Azar y su reglamento (Ley N° 19.995 del 7 de enero del 2005) Bases: La publicidad de los juegos de azar debe cumplir con ciertos requisitos legales, como no dirigirse a menores de edad, no promover el juego excesivo y no hacer promesas falsas o engañosas. Además, debe estar sujeta a restricciones en cuanto a su horario y a la programación en la que se transmiten los anuncios.</p>
CHINA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas a través de un único operador en el territorio de Macao y de forma presencial. Las apuestas deportivas en línea son ilegales. Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno chino Nivel de regulación: Medio-Bajo. Las apuestas deportivas están estrictamente reguladas a nivel presencial pero no hay una buena regulación <i>online</i>.</p>	<p>Ley: Regulada por el gobierno Bases: Incluye prohibiciones en medios tradicionales y en línea, así como sanciones a las empresas y a las personas que violen las regulaciones. Además, el gobierno también limita la cantidad de información que se puede compartir en línea sobre los juegos de azar.</p>
CHIPRE	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas por la Ley de Apuestas de 2012 Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión Nacional de Juego de Chipre Nivel de regulación: Medio-Alto. Reguladas <i>online</i> y presencialmente</p>	<p>Ley: regulada por la Comisión Nacional de Juegos de Azar y la Comisión de Apuestas en Línea de Chipre y se rige por la Ley de Juegos de Azar de 2012. Bases: La publicidad de los juegos de azar debe ser responsable y no incitar a la adicción. Además, los anuncios no deben ser atractivos para menores de edad.</p>
CIUDAD DEL VATICANO	<p>Apuestas deportivas: No se ha encontrado información al respecto</p>	<p>Apuestas deportivas: No se ha encontrado información al respecto</p>

COLOMBIA	<p>Apuestas deportivas: Legales y reguladas. Ley de septiembre de 2016 (Congreso de la República, 2010)</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de Ministerio de Hacienda y Crédito público.</p> <p>Nivel de regulación: Medio-bajo. Se trata de una de las jurisdicciones más permisivas de América del Sur habiendo varias opciones de apuestas deportivas disponibles tanto en persona como en línea.</p>	<p>Ley: responsabilidad de la Superintendencia de Industria y Comercio</p> <p>Bases: restricciones en cuanto a la edad del público objetivo y el contenido de la publicidad, no dirigirse a menores de edad, no hacer promesas falsas de ganancias, e incluir mensajes de responsabilidad social. La Ley de Juegos de Azar establece restricciones en la publicidad de los juegos de azar en medios de comunicación, incluyendo televisión, radio y medios impresos. La ley también prohíbe la publicidad de los juegos de azar en lugares públicos y en la vía pública, y establece sanciones para aquellos que incumplen las regulaciones establecidas.</p>
COMORES	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas presencialmente desde 1977 y <i>online</i> desde 1999</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Bajo. A pesar de existir una regulación esta no se aplica de manera regular a la población y los operadores</p>	<p>Ley: No se ha encontrado información específica sobre la regulación de la publicidad de los juegos de azar.</p>
CONGO	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas desde 1991 presencialmente. No reguladas <i>online</i></p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Ministerio de Finanzas y del Ministerio del interior</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Bajo. A pesar de la regulación de las apuestas deportivas presencialmente no existe ningún tipo de regulación del juego <i>online</i></p>	<p>Ley: Ley No. 28-2006 de 22 de septiembre de 2006.</p> <p>Bases: necesidad de obtener una autorización previa del Ministerio de Finanzas y el cumplimiento de ciertas normas éticas y de integridad en la publicidad. Además, la ley prohíbe la publicidad dirigida a menores de edad y establece sanciones para los operadores que no cumplan con las regulaciones publicitarias.</p>

COREA DEL NORTE	<p>Apuestas deportivas: Ilegales y reguladas para los ciudadanos y legales y reguladas para los turistas.</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno</p> <p>Nivel de regulación: Desconocido. La regulación de las apuestas deportivas en Corea del Norte es poco conocida debido a la falta de información y transparencia en el país.</p>	<p>Ley: No se ha encontrado información disponible sobre la publicidad de las apuestas deportivas.</p>
COREA DEL SUR	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas a través de la Ley de Apuestas deportivas, únicamente a través de dos plataformas (Sports Toto y Proto) que se encuentran respaldadas por el Estado. También son legales las apuestas de caballos ofrecidas por la Autoridad de Carreras de Corea. El ilegal apostar en línea.</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Ministerio de Cultura, Deporte y Turismo (MCST en inglés)</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. Las apuestas deportivas están disponibles sólo en establecimientos físicos, en línea no se permite y se persiguen a aquellas casas de apuestas que tratan de entrar en el mercado.</p>	<p>Ley: Ley de Control y regulación de los Juegos de Azar a través del Ministerio de Cultura, Deporte y Turismo (MCST en inglés)</p> <p>Bases: La publicidad de los juegos de azar está restringida y solo se permite en medios limitados, como los establecimientos de juegos y eventos relacionados. La publicidad en televisión y radio está prohibida. Además, se requiere que la publicidad incluya un aviso de advertencia sobre los riesgos asociados con los juegos de azar.</p>
COSTA DE MARFIL	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas presencialmente desde 1960 y <i>online</i> desde 2009. Monopolio de la Lotería Nacional</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Autoridad de Regulación del Sector de Juegos de Azar en línea (ARJELCI)</p> <p>Nivel de regulación: Alta. Las apuestas deportivas están reguladas y restringidas al monopolio. No se permiten y se persiguen otros operadores.</p>	<p>Ley: No se ha encontrado información específica sobre la regulación de la publicidad de los juegos de azar.</p>

COSTA RICA	<p>Apuestas deportivas: Legales y reguladas (Reglamento para los Eventos de las Apuestas Deportivas, en la sesión N° 40 del 23 de noviembre de 2010) (Junta de Protección Social de Costa Rica, 2011)</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Instituto Costarricense de Juegos y Apuestas.</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. Actualmente, las apuestas deportivas en línea y en persona están permitidas, aunque con restricciones y regulaciones.</p>	<p>Ley: responsabilidad de la Junta de Control de Juegos y del Instituto de Costa Rica del Deporte y la Recreación (ICODER).</p> <p>Bases: La publicidad de los juegos de azar en Costa Rica debe cumplir con ciertas regulaciones establecidas por la Junta, como no dirigirse a menores de edad, no hacer promesas falsas de ganancias, e incluir mensajes de responsabilidad social. Además, se prohíbe cualquier forma de publicidad engañosa o falsa y se limita la cantidad y frecuencia de la publicidad en medios de comunicación masiva.</p>
CROACIA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas desde 2014</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión Nacional para la Supervisión de las Apuestas y los Juegos de Azar.</p> <p>Nivel de regulación: Alta. Además de estar reguladas se exige que los proveedores de apuestas deportivas obtengan una licencia y que cumplan con estrictas normas de protección al consumidor.</p>	<p>Ley: Ley sobre Juegos de Azar y el Reglamento del Consejo de ministros sobre la Publicidad de Juegos de Azar.</p> <p>Bases: La publicidad de los juegos de azar debe ser veraz, imparcial, respetuosa y no puede ser engañosa ni dirigirse a personas menores de 18 años. La publicidad también debe contener información clara sobre la frecuencia y el valor de los premios.</p>
CUBA	<p>Apuestas deportivas: Ilegales y reguladas a nivel estatal (Ley 86 del 20 de febrero de 1959). Las apuestas en línea son ilegales</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno cubano</p> <p>Nivel de regulación: Alto. Los juegos de azar están altamente regulados y prohibidos en Cuba y, en general, no están disponibles para la población a nivel nacional. El gobierno no otorga licencias ni aprueba la existencia de casinos o casas de apuestas presenciales en el país. No permite ningún tipo de operación en juegos de azar. Sin embargo, esta ley no especifica que dentro de los juegos de azar estén consideradas las apuestas deportivas por lo que no existe prohibición explícita a la hora de hacer apuestas en casas de apuestas internacionales.</p>	<p>Ley: Al ser una práctica ilegal no existe publicidad al respecto, ni ley que lo regule</p>

CURAÇAO	<p>Apuestas deportivas: Legales y reguladas por la Regulación de las licencias GCB de 2013 (Gaming Control Board, 2013)</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Autoridad de control del Juego</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. Reguladas tanto presencialmente como <i>online</i></p>	<p>Ley: Regulada por la Curaçao eGaming</p> <p>Bases: Prohibición de publicidad engañosa o que promueva comportamientos irresponsables en los jugadores. También se requiere que los sitios de juegos de azar en línea proporcionen información clara y precisa sobre los términos y condiciones del juego y los requisitos de apuesta.</p>
DINAMARCA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas por la Ley de Juego de 2012.</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Servicio de Juego y Loterías</p> <p>Nivel de regulación: Muy alta. Es considerado como uno de los países más avanzados en términos de regulación y prevención de problemas de juego. La combinación de una regulación estricta y una amplia disponibilidad de servicios de ayuda contribuye a mantener bajos niveles de problemas de juego en el país.</p>	<p>Ley: regulada por la Autoridad Danesa de Juegos de Azar</p> <p>Bases: La publicidad de los juegos de azar solo se permite si se ajusta a ciertas normas y regulaciones, incluyendo requisitos relacionados con la edad, la presentación de información precisa y el respeto a los derechos de protección de datos. La publicidad de los juegos de azar también está limitada en cuanto a horario y contenido, y debe ser responsable y no fomentar el juego excesivo o problemático.</p>
DOMINICA	<p>Apuestas deportivas: Legales y reguladas presencialmente. No reguladas <i>online</i>, pero es considerado técnicamente ilegal para los residentes</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Ministerio de Finanzas</p> <p>Nivel de regulación: Bajo. Las apuestas deportivas están reguladas presencialmente siempre que el Ministerio de Finanzas permita al operador. <i>Online</i> no existe regulación, persecución o sanción si se realizan apuestas</p>	<p>Ley: No dispone de regulación específica</p>
ECUADOR	<p>Apuestas deportivas: Ilegales y reguladas (artículo 236 de COIP). Las apuestas en línea son alegales</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Corte Constitucional</p> <p>Nivel de regulación: Alto. Los juegos de azar están altamente regulados, prohibidos y penados y, en general, no están disponibles para la población a nivel nacional. El gobierno no otorga licencias ni aprueba la existencia de casinos o casas de apuestas presenciales en el país. Sin embargo, esta ley no tiene en</p>	<p>Ley: Al ser una práctica ilegal no existe publicidad al respecto, ni ley que lo regule</p>

cuenta las apuestas en casa de apuestas en línea o internacionales.

Apuestas deportivas: Legales y reguladas en 34 Estados

Sistema de regulación: Descentralizado en función del estado.

Nivel de regulación: Dependiendo del Estado. Legales y reguladas en:

Permitidas todo tipo de apuestas: Nevada, Nueva Jersey, Virginia occidental, Pensilvania, Rhode Island, Iowa, Oregón, Indiana, Illinois, Michigan, Colorado, Washington DC, Connecticut, Massachusetts, Arizona, Wyoming, Dakota del Norte y del Sur, Kansas, Wisconsin, Ohio, Maryland, Luisiana

Permitidas sólo en persona: Delaware, Mississippi, Nuevo México, Arkansas, Nueva York, Nueva Hampshire, Montana, Carolina del Norte, Washington

Permitidas sólo en línea: Tennessee, Virginia

Illegales en: Oklahoma, Maine, Kentucky, Minnesota, Misuri, Carolina del Sur, California, Hawái, Texas, Georgia, Vermont, Alabama, Florida, Alaska, Nebraska, Idaho, Utah, Kentucky

Los cambios en la legalización de las apuestas deportivas han surgido a partir de la revocación de la Ley de Prohibición de Apuestas Deportivas en 2018.

Apuestas deportivas: legales y reguladas presencialmente desde 2005.

Monopolio de Egyptian National Post Organization e Intralot. *Online* no es legal.

Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión Nacional de Juego

Nivel de regulación: Medio-Bajo. Mientras presencialmente está regulado y monopolizado, en línea no existe un seguimiento de las apuestas deportivas.

Apuestas deportivas: Legales y reguladas (Ley orgánica de la Lotería Nacional de Beneficencia (LNB)) (Gobierno de El Salvador, s.f.)

Sistema de regulación: Centralizado a través de Consejo Nacional de Juegos de Azar y Casinos de El Salvador.

Nivel de regulación: Alta. Las apuestas deportivas en línea y en persona están permitidas, aunque con ciertas restricciones y regulaciones.

Ley: regulada por la American Gaming Association

Bases: La regulación de la publicidad de los juegos de azar en Estados Unidos varía dependiendo del Estado, pero comparten una serie de regulaciones, como no dirigirse a menores de edad, no hacer promesas falsas de ganancias, e incluir mensajes de responsabilidad social. En función del Estado pueden incluir restricciones adicionales sobre el contenido, el horario de transmisión y el medio de publicidad utilizado.

Ley: No se ha encontrado información específica sobre la regulación de la publicidad de los juegos de azar en Egipto.

Ley: regulada por Consejo Nacional de Juegos de Azar

Bases: Ciertas regulaciones como no dirigirse a menores de edad, no hacer promesas falsas de ganancias, e incluir mensajes de responsabilidad social. Además, prohíbe cualquier forma de publicidad engañosa o falsa y limita la cantidad y frecuencia de la publicidad en medios de comunicación masiva.

EEUU

EGIPTO

EL SALVADOR

EMIRATOS ÁRABES	<p>Apuestas deportivas: Ilegales y no reguladas. Las apuestas deportivas de sangre están reguladas como ilegales. Las apuestas presenciales están perseguidas (en línea no) ya que están prohibidas por la Ley Islámica. Únicamente es legal apostar en carreras de caballos en los dos hipódromos del país: Nad Al Sheba y Jebel Ali.</p> <p>Sistema de regulación: No existe sistema de regulación más allá de la Ley islámica</p> <p>Nivel de regulación: Media-Bajo. El juego y las apuestas deportivas están prohibidos por motivos religiosos y culturales. La regulación y control son estrictos a nivel presencial pero no <i>online</i>. Existe mucho juego clandestino.</p>	<p>Ley: No se ha encontrado información disponible sobre la publicidad de las apuestas deportivas.</p>
ERITREA	<p>Apuestas deportivas: No reguladas</p> <p>Sistema de regulación: No existe</p> <p>Nivel de regulación: Muy baja.</p>	<p>Ley: No se ha encontrado información específica sobre la regulación de la publicidad de los juegos de azar.</p>
ESLOVAQUIA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas desde 1993 presencialmente y desde 2005 <i>online</i>.</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Autoridad Nacional de Juegos.</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alta Los operadores de apuestas deben obtener una licencia para operar en el país y cumplir con las regulaciones establecidas por la autoridad.</p>	<p>Ley: Ley de Juegos de Azar de 2017.</p> <p>Bases: Prohibición de anunciar juegos de azar en medios que están destinados principalmente a menores de edad. Además, los anuncios de juegos de azar deben incluir un mensaje sobre la responsabilidad y no deben promocionar un comportamiento excesivo.</p>
ESLOVENIA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas desde 1991. Monopolio de Sportna Loterijais</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión Nacional de Juego</p> <p>Nivel de regulación: Alto. Regulado <i>online</i> y presencialmente a través de un monopolio.</p>	<p>Ley: regulada por la Ley de Juegos de Azar y sus Regulaciones a través de la Comisión de Juegos de Azar.</p> <p>Bases: Prohíbe la publicidad engañosa y la promoción de juegos de azar a menores de edad. También establece límites en la cantidad y la frecuencia de la publicidad en los medios de comunicación.</p>

ESPAÑA

Apuestas deportivas: Legales y reguladas por la Ley 13/2011 del 27 de mayo de regulación del juego (BOE, 2011) y el Decreto 958/2020 del 3 de noviembre de comunicaciones comerciales de las actividades de juego (BOE, 2020)

Sistema de regulación: Centralizado a través de la Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ) como mecanismo independiente del Ministerio de Consumo

Nivel de regulación: Alto. Reguladas tanto presencialmente como *online*. Actualmente existe una mayor persecución de aquellos operadores que no cumplen las reglas y más protección al consumidor y al menor de edad

ESTONIA

Apuestas deportivas: legales y reguladas desde 1995 (presencial) y desde 2010 (*online*)

Sistema de regulación: Centralizado a través de la Autoridad de Juego.

Nivel de regulación: Medio-Alto. Regulación *online* y presencial

Ley: Decreto 958/2020 del 3 de noviembre de comunicaciones comerciales de las actividades de juego (BOE, 2020). Regulado a través de la Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ) como mecanismo independiente del Ministerio de Consumo

Bases: España está sometida a numerosas restricciones y condiciones, como la prohibición de dirigirse a menores de edad o personas en tratamiento por ludopatía, y la obligación de incluir mensajes de advertencia sobre los riesgos del juego en las publicidades. Además, existen restricciones en cuanto a la publicidad en medios de comunicación televisivos, radiofónicos e impresos. No se pueden anunciar juegos de azar en televisión salvo entre las 2:00 y las 6:00 am. Además, está prohibido el patrocinio deportivo tanto en equipaciones como en estadios y en cualquier objeto que esté dirigido a un menor.

Ley: Ley de Juego de Estonia regulada por la Autoridad de Juego de Estonia

Bases: Prohibición de hacer publicidad en medios de comunicación dirigidos a menores de 18 años y la prohibición de hacer publicidad engañosa o que incite al juego excesivo. Además, los anuncios de juegos de azar deben incluir información sobre el juego responsable y las posibilidades de adicción

ETIOPÍA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas desde 1961 presencialmente y desde 2019 <i>online</i></p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Federación de Deportes y la Comisión de Deportes de Etiopía (antes responsabilidad de la Administración de Lotería Nacional, ahora desaparecida)</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Bajo. Si bien están reguladas tanto presencialmente como en línea, a los operadores no se les está pidiendo requisitos ni dando licencias lo que dificulta un marco de juego sano y responsable</p>	<p>Ley: Ley de Juegos de Azar y Apuestas de 2011.</p> <p>Bases: Solo se permite la publicidad de los juegos de azar en los establecimientos de juego y no está permitido en cualquier otro lugar público o medio de comunicación. Además, la publicidad de los juegos de azar no puede ser engañosa ni irrespetuosa y debe incluir una advertencia sobre los riesgos asociados con el juego.</p>
FIJI	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas desde 1968 presencialmente y desde 2009 en línea. Los deportes sangrientos (boxeo...) son ilegales.</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del gobierno de Fiji</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Baja. A pesar de haber una legislación y regulación, el juego ilegal es muy común en el país.</p>	<p>Ley: regulada por la Ley de 2009</p> <p>Bases: establece restricciones en la publicidad de los juegos de azar, incluyendo prohibir la promoción de los juegos de azar en la televisión durante las horas en las que pueden verlos los niños y la prohibición de utilizar imágenes o mensajes engañosos o falsos. Además, la publicidad de los juegos de azar en Fiji debe contener un mensaje de advertencia sobre el juego responsable.</p>
FILIPINAS	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas por un único operador (Megasportsworld)</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de Philippine Amusement and Gaming Corporation (PAGCOR)</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Bajo. Su único operador no tiene plataforma <i>online</i> y es difícil recibir la aprobación para operar en Filipinas, sin embargo, no existen prohibiciones de apostar en casas de apuestas internacionales (que no tienen por qué seguir las regulaciones del país).</p>	<p>Ley: regulada por la Philippine Amusement and Gaming Corporation (PAGCOR).</p> <p>Bases: La publicidad de los juegos de azar en televisión, radio y medios impresos está prohibida en el país. La publicidad en línea es limitada y solo se permite en las páginas web de los operadores autorizados por la PAGCOR.</p>
FINLANDIA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas. Monopolio de Veikkaus.</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Servicio de Juegos y Loterías de Finlandia</p> <p>Nivel de regulación: Alta. Regulada y monopolizada</p>	<p>Ley: Ley de juego de 2010 y la Ordenanza de publicidad de juegos de azar de 2017.</p> <p>Bases: La publicidad de los juegos de azar solo está permitida en medios de comunicación controlados por el Estado o en medios de comunicación que</p>

FRANCIA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas desde 1907. Monopolio de FDJ y de PMU desde 1933. <i>Online</i> legales desde 2010 (Assemblée nationale et le Sénat,s.f.)</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Autoridad Nacional de Juegos</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. Regulada presencial y <i>online</i></p>	<p>cumplan con ciertos requisitos. La publicidad no puede ser engañosa o dirigirse a menores de 18 años. Además, la publicidad debe incluir información sobre el juego responsable.</p>
GABÓN	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas presencialmente desde 1960 y <i>online</i> desde 2005</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. Regulado a nivel presencial y <i>online</i></p>	<p>Ley: No se ha encontrado información específica sobre la regulación de la publicidad de los juegos de azar.</p>
GAMBIA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas desde 2017</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión de Juegos y loterías</p> <p>Nivel de regulación: Medio- Alto. Regulado a nivel presencial y <i>online</i></p>	<p>Ley: No se encontraron información actualizada sobre la regulación específica de la publicidad de los juegos de azar en Gambia.</p>
GAYANA FRANCESA	<p>Apuestas deportivas: Legales y reguladas desde 1907. Monopolio de FDJ y de PMU desde 1933. <i>Online</i> legales desde 2010 (Assemblée nationale et le Sénat,s.f.)</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Autoridad Nacional de Juegos</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. Al ser un territorio de ultramar de Francia la regulación está sujeta a sus normas</p>	<p>Ley: regulada por la Autoridad Nacional de los Juegos (ARJEL)</p> <p>Bases: Restricciones en la publicidad de los juegos de azar, incluyendo la hora en que se pueden emitir los anuncios y las restricciones de contenido. La publicidad de los juegos de azar también debe incluir información sobre la forma de jugar responsablemente y prevenir el juego patológico.</p>

GEORGIA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas desde 1991 y en 2011 a través de la Ley de Georgia sobre la organización de loterías, juegos de azar y otros juegos con premios n.º 5448, de 9 de diciembre de 2011 (Ministry of Finance of Georgia, 2011)</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Ministerio de Economía y Desarrollo de la Industria de la Información y Comunicación</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. Regulación presencial y <i>online</i></p>	<p>Además, la publicidad de los juegos de azar en línea está prohibida en televisión y radio.</p> <p>Ley: Ley de Juegos de Azar de 2014 y su Reglamento.</p> <p>Bases: La publicidad de los juegos de azar debe ser veraz, no engañosa y no debe fomentar la adicción a los juegos de azar. Además, la publicidad no debe ser dirigida a personas menores de edad o a individuos que hayan optado por no recibir publicidad sobre juegos de azar. La publicidad también debe cumplir con los requisitos legales y regulaciones locales en cuanto a horario de transmisión, ubicación y contenido.</p>
GHANA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas presencialmente desde 1965 y <i>online</i> desde 2006 a través de la Ley de las loterías y apuestas.</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión Nacional de Apuesta</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. Están reguladas y la Comisión Nacional de Apuestas otorga licencias a empresas de apuestas deportivas para operar en el mercado y garantiza que se cumplan las normas y regulaciones relevantes.</p>	<p>Ley: No se ha encontrado información específica sobre la regulación de la publicidad de los juegos de azar.</p>
GRANADA	<p>Apuestas deportivas: Legales y reguladas por la Ley de Juego de 2016. No reguladas <i>online</i></p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión de Juegos de Azar que trabaja bajo la autoridad del Ministerio de Finanzas</p> <p>Nivel de regulación: Bajo. Las apuestas deportivas están reguladas presencialmente. <i>Online</i> no existe regulación, persecución o sanción si se realizan apuestas</p>	<p>Ley: No dispone de regulación específica</p>

GRECIA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas. <i>Online</i> desde 2021 (antes monopolio)</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Organismo de Regulación y Control de Juego (ORGC)</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. Reguladas presencial y <i>online</i></p>	<p>Ley: Ley N° 4002/2011 y su Reglamento N° 4054/2012.</p> <p>Bases: La publicidad de juegos de azar debe ser respetuosa, discreta y no puede dirigirse a un público menor de 18 años. Además, se prohíbe la publicidad de juegos de azar en horarios en los que los menores están en la televisión y también se limita la publicidad en radio y prensa. La ley también establece que la publicidad de juegos de azar no puede ser engañosa o presentar un juego de azar como una forma de ganar dinero fácil o como una solución a problemas financieros.</p>
GUADALUPE	<p>Apuestas deportivas: Legales y reguladas desde 1907. Monopolio de FDJ y de PMU desde 1933. <i>Online</i> legales desde 2010 (Assemblée nationale et le Sénat,s.f.)</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Autoridad Nacional de Juegos</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. Al ser un territorio de ultramar de Francia la regulación está sujeta a sus normas</p>	<p>Ley: regulada por la Autoridad Nacional de los Juegos (ARJEL)</p> <p>Bases: Restricciones en la publicidad de los juegos de azar, incluyendo la hora en que se pueden emitir los anuncios y las restricciones de contenido. La publicidad de los juegos de azar también debe incluir información sobre la forma de jugar responsablemente y prevenir el juego patológico. Además, la publicidad de los juegos de azar en línea está prohibida en televisión y radio.</p>
GUATEMALA	<p>Apuestas deportivas: Legales y reguladas (Ley 4294 de regulación de apuestas, casinos, videoloterías, bingos y juegos de azar del 5 de abril del 2011)</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión Nacional de Juegos de Azar</p> <p>Nivel de regulación: Actualmente, las apuestas deportivas en línea y en persona están permitidas en Guatemala, aunque con ciertas restricciones y regulaciones.</p>	<p>Ley: responsabilidad del Instituto Guatemalteco de Juegos y Casinos</p> <p>Bases: La publicidad de los juegos de azar en Guatemala debe cumplir con ciertas regulaciones establecidas, como no dirigirse a menores de edad, no hacer promesas falsas de ganancias e incluir mensajes de responsabilidad social. Además, prohíbe cualquier forma de publicidad engañosa o falsa y limita la cantidad y frecuencia de la publicidad</p>

GUINEA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas presencialmente en 1959 y <i>online</i> en 2000</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. Regulado a nivel presencial y <i>online</i></p>	en medios de comunicación masiva.	<p>Ley: No hay leyes específicas que regulen la publicidad de los juegos de azar en el país.</p>
GUINEA ECUATORIAL	<p>Apuestas deportivas: Ilegales y no reguladas</p> <p>Sistema de regulación: No existe</p> <p>Nivel de regulación: Muy bajo. No existe regulación de ningún tipo</p>		<p>Ley: No existe ley de regulación de la publicidad</p>
GUINEA-BISSAU	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas desde 1973</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno</p> <p>Nivel de regulación: Media-Alta. Regulado <i>online</i> y presencialmente</p>		<p>Ley: No se ha encontrado información específica sobre la regulación de la publicidad de los juegos de azar.</p>
GUYANA	<p>Apuestas deportivas: Casas de apuestas tradicionales ilegales en su mayoría y reguladas en el Acto de prevención al juego. Juego en línea no regulado</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Bajo. Las casas de apuestas tradicionales son ilegales (salvo 2 casinos regulados por el Estado) para los nativos. En el caso de los extranjeros son legales. El juego <i>online</i> no se encuentra regulado, aunque en 2013 el gobierno revocó todas las licencias de juego de compañías internacionales.</p>		<p>Ley: responsabilidad del Departamento de Loterías y Apuestas.</p> <p>Bases: regulaciones para la publicidad de los juegos de azar en el país, incluyendo restricciones en cuanto a la edad del público objetivo y el contenido de la publicidad. No dirigirse a menores de edad, no hacer promesas falsas de ganancias, e incluir mensajes de responsabilidad social. Además, la ley de Juegos de Azar de Guyana establece restricciones en la publicidad de los juegos de azar en medios de comunicación, incluyendo televisión, radio y medios impresos. La ley también prohíbe la publicidad de los juegos de azar en lugares públicos y en la vía pública, y establece sanciones para aquellos que incumplen las regulaciones establecidas.</p>

HAITÍ	<p>Apuestas deportivas: Casas de apuestas tradicionales legales en su mayoría y reguladas por la Ley n° 10 del 1 de febrero de 1934. No existe regulación con respecto al juego en línea.</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Bajo. Regulación únicamente del juego tradicional.</p>	<p>Ley: responsabilidad del gobierno haitiano.</p> <p>Bases: No se ha encontrado información disponible sobre regulaciones específicas relacionadas con la publicidad de las apuestas deportivas.</p>
HONDURAS	<p>Apuestas deportivas: Legales y reguladas por la Ley de Casinos de Juegos de Envite o Azar de 1977 (Tribunal Superior de Cuentas, 1993). No reguladas <i>online</i></p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Consejo Nacional de Loterías, Juegos de Azar y Casinos de Honduras.</p> <p>Nivel de regulación: Baja. No existe una regulación específica de las apuestas deportivas. La única ley existente está basada en la regulación de licencias de juego y sus condiciones.</p>	<p>Ley: responsabilidad de la Secretaría de Juegos y Sorteos</p> <p>Bases: Existen varias restricciones como no dirigirse a menores de edad, no hacer promesas falsas de ganancias, e incluir mensajes de responsabilidad social. Además, prohíbe cualquier forma de publicidad engañosa o falsa y limita la cantidad y frecuencia de la publicidad en medios masivos de comunicación.</p>
HONG KONG	<p>Apuestas deportivas: Ilegales y reguladas por la Ley de Juego de 1977, salvo las carreras de caballos y los partidos de fútbol con cuotas fijas que son legales siempre que sean en el monopolio del Club Jockey de Hong Kong.</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Organismo de Coordinación del Juego</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Bajo. A pesar de ser ilegales en la mayoría de sus formas (salvo las permitidas por el Estado) no se realiza ningún seguimiento por parte del Gobierno de los operadores internacionales que se saltan la legislación.</p>	<p>Ley: Ley de Juego de 1977</p> <p>Bases: Prohíbe la promoción y publicidad de los juegos de azar en lugares públicos y medios de comunicación masiva, incluyendo televisión, radio e internet.</p>
HUNGRÍA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas. Monopolio de Tippmix</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Agencia Nacional de Juego.</p> <p>Nivel de regulación: Alta. No sólo está regulado, sino que existen medidas de protección de los consumidores, como la restricción de la publicidad de juego y la obligación de informar a los clientes sobre los riesgos del juego excesivo.</p>	<p>Ley: Ley de Juego de 2012 y su Reglamento regulado por la Autoridad Nacional de Juegos de Azar.</p> <p>Bases: La publicidad de los juegos de azar es permitida siempre y cuando cumpla con ciertas regulaciones, como no dirigirse a menores de edad, no fomentar el juego excesivo y no ser engañosa o falsa. Además, la publicidad de los juegos de azar no</p>

INDIA	<p>Apuestas deportivas: Sin regular e ilegal, salvo las carreras de caballos que son legales y están reguladas desde 1996.</p> <p>Sistema de regulación: No existe</p> <p>Nivel de regulación: Muy baja. Las apuestas deportivas no son legales ni están reguladas, sin embargo, no son perseguidas. Las personas que quieren realizar apuestas deportivas pueden hacerlo a través de operadores internacionales.</p>	<p>puede ser transmitida en programas de televisión destinados a menores de 18 años y no puede ser visible desde la calle.</p>
INDONESIA	<p>Apuestas deportivas: Ilegales y reguladas</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno</p> <p>Nivel de regulación: Alto. Las apuestas deportivas están prohibidas y el gobierno persigue a las casas de apuestas internacionales para evitar su activación en el país. Aquellos que incumplen la ley pueden enfrentar sanciones y multas severas.</p>	<p>Ley: Regulada por el Ministerio de información y tecnología</p> <p>Bases: la regulación de la publicidad de los juegos de azar varía según la legislación estatal. En general, la publicidad de los juegos de azar está restringida y suele estar prohibida en la mayoría de los Estados. Sin embargo, algunos Estados (como Sikkim) permiten la publicidad y la promoción de los juegos de azar de forma regulada y controlada.</p>
IRAK	<p>Apuestas deportivas: Ilegales y no reguladas. Las apuestas deportivas de sangre (especialmente las peleas de perros, las peleas de perdices o codornices y las peleas de gallos) están reguladas como ilegales. Todas ellas están perseguidas ya que están prohibidas por la Ley Islámica</p> <p>Sistema de regulación: No existe sistema de regulación más allá de la Ley islámica</p> <p>Nivel de regulación: Muy baja. El juego y las apuestas deportivas están prohibidos por motivos religiosos y culturales. La regulación y control son poco estrictos y hay pocas medidas para prevenir problemas de juego. Existe mucho juego clandestino.</p>	<p>Ley: Regulado por la Comisión Nacional de Juegos de Azar y loterías (BSEL)</p> <p>Bases: la regulación de la publicidad de los juegos de azar es estricta y su uso está prohibido. Esto implica la prohibición de la promoción de juegos de azar en medios de comunicación y en cualquier forma de publicidad, incluyendo en línea. Cualquier incumplimiento puede resultar en multas y sanciones.</p> <p>Ley: Regulado por el Gobierno</p> <p>Bases: la publicidad de juegos de azar es altamente regulada. La mayoría de los juegos de azar están prohibidos en el país, y cualquier forma de promoción o publicidad de juegos de azar es ilegal. Además, la ley prohíbe a las compañías de juegos de azar operar en Irak y a los ciudadanos participar en cualquier juego de azar, incluyendo en línea. La policía y las autoridades judiciales son conocidas por tomar medidas drásticas para cumplir con estas</p>

IRÁN	<p>Apuestas deportivas: Ilegales y no reguladas. Las apuestas deportivas de sangre (especialmente las peleas de perros, las peleas de perdices o codornices y las peleas de gallos) están reguladas como ilegales. Todas ellas están perseguidas ya que están prohibidas por la Ley Islámica</p> <p>Sistema de regulación: No existe sistema de regulación más allá de la Ley islámica</p> <p>Nivel de regulación: Muy baja. El juego y las apuestas deportivas están prohibidos por motivos religiosos y culturales. La regulación y control son poco estrictos y hay pocas medidas para prevenir problemas de juego. Existe mucho juego clandestino.</p>	<p>regulaciones.</p> <p>Ley: Regulada por el Gobierno</p> <p>Bases: los juegos de azar están estrictamente prohibidos y la publicidad de los mismos también está prohibida. La industria de los juegos de azar está fuertemente regulada por el gobierno y las autoridades aplican medidas severas contra aquellos que ofrecen o promueven juegos de azar ilegales.</p>
IRLANDA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas desde 1854 (presencial: Ley del Juego de 1854) (Government of Ireland, s.f.) y desde 2015 (<i>online</i>: Ley del juego de 2015) (Government of Ireland, 2013).</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Ministerio de Finanzas</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. Reguladas <i>online</i> y presencial</p>	<p>Ley: regulada por el Consejo de Anuncios de Irlanda.</p> <p>Bases: La publicidad de los juegos de azar debe ser veraz, objetiva y no engañosa, y no debe ser ofensiva o inapropiada. También se espera que los anunciantes cumplan con cualquier otra regulación relevante, incluyendo la ley de protección de datos y la ley de derechos de autor. Además, los anuncios de juegos de azar no deben estar dirigidos a menores de edad.</p>
ISLANDIA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas por la Ley de Juego y Apuestas deportivas de 1952. Monopolio de íslensk Getspá</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión Nacional de Juego.</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. Reguladas <i>online</i> y presencial</p>	<p>Ley: la publicidad de los juegos de azar está regulada por la Ley de Juego y Apuestas N° 10/2010.</p> <p>Bases: La ley prohíbe la publicidad de juegos de azar en medios de comunicación, excepto en los medios de comunicación de la industria de juegos de azar, siempre y cuando se haga de manera responsable y no fomente la adicción. Además, los anuncios deben incluir una advertencia sobre los riesgos asociados con el juego.</p>

ISLAS CAIMÁN	<p>Apuestas deportivas: Ilegales y reguladas a través de la Ley del Juego de 1963 revisada en 2016 (Cayman Islands Ministry, 2016)</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno</p> <p>Nivel de regulación: Muy alto. Están ilegalizadas pero muy reguladas, sancionando a todos los operadores que se saltan la restricción</p>	Ley: No existen leyes definidas
ISLAS MALVINAS	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas por la Ley de Juegos y Apuestas de 1960 y 2005 (Parliament of the United Kingdom, 2005).</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión de Juego del Reino Unido</p> <p>Nivel de regulación: Alto. Las empresas de apuestas deben cumplir con estrictos requisitos de seguridad y protección de los clientes para obtener y mantener una licencia de juego. Al ser un territorio de ultramar de Reino Unido la regulación está sujeta a sus normas</p>	<p>Ley: Regulada por la Comisión de Juego del Reino Unido y por la Autoridad de Publicidad (ASA en inglés)</p> <p>Bases: La publicidad no debe ser engañosa o inapropiada, y que debe incluir información sobre la adicción a los juegos de azar. Además, la publicidad de juegos de azar no puede dirigirse a personas menores de 18 años. En julio de 2017, el Reino Unido aprobó una nueva ley que restringe la publicidad de los juegos de azar en medios de comunicación, incluyendo televisión, radio y sitios web. Esta ley incluye la prohibición de la publicidad durante los programas deportivos transmitidos en televisión.</p>
ISLAS MARTINICA	<p>Apuestas deportivas: Legales y reguladas desde 1907. Monopolio de FDJ y de PMU desde 1933. <i>Online</i> legales desde 2010 (Assemblée nationale et le Sénat,s.f.)</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Autoridad Nacional de Juegos</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. Al ser un territorio de ultramar de Francia la regulación está sujeta a sus normas</p>	<p>Ley: regulada por la Autoridad Nacional de los Juegos (ARJEL)</p> <p>Bases: Restricciones en la publicidad de los juegos de azar, incluyendo la hora en que se pueden emitir los anuncios y las restricciones de contenido. La publicidad de los juegos de azar también debe incluir información sobre la forma de jugar responsablemente y prevenir el juego patológico. Además, la publicidad de los juegos de azar en línea está prohibida en televisión y radio.</p>

ISLAS MAURICIO	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas presencialmente en 1973 y <i>online</i> en 2007</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno</p> <p>Nivel de regulación: Alto. Las apuestas deportivas están reguladas y se persigue a aquellos operadores que no tienen licencia</p>	<p>Ley: regulada por la Gaming Regulatory Authority</p> <p>Bases: La publicidad de los juegos de azar debe ser responsable, ética y no debe fomentar el juego excesivo o ser perjudicial para los ciudadanos. También se deben cumplir los requisitos legales y reguladores aplicables en materia de protección de datos y privacidad.</p>
ISLAS SALOMÓN	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas a través de la Ley de Juego de azar y Loterías</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Estado</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Bajo. Si bien están reguladas las apuestas deportivas no existen restricciones con respecto a las plataformas extranjeras. las apuestas deportivas son reguladas por la Ley de Juegos de Azar de 2000 y su regulación es llevada a cabo por la Comisión de Juegos de Azar</p>	<p>Ley: No se ha encontrado información sobre la regulación específica de la publicidad de los juegos de azar o de las apuestas deportivas en Islas Salomón.</p>
ISLAS SEICHELLES	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas desde 2003 también <i>online</i></p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. Regulado a nivel presencial y <i>online</i></p>	<p>Ley: Regulados por la Autoridad Reguladora de Juegos de Azar</p> <p>Bases: Se permite la publicidad de los juegos de azar siempre y cuando cumplan con los requisitos reguladores y no sean engañosos o inapropiados.</p>
ISLAS TURCAS Y CAICOS	<p>Apuestas deportivas: Legales y reguladas presencialmente por la Ley de Ordenación de Casinos. Ilegales en línea</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión de Juego</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Bajo. Aunque están reguladas presencialmente no lo están en línea</p>	<p>Ley: Regulada por la Comisión de Juego</p> <p>Bases: La publicidad no debe ser engañosa o inapropiada, y que debe incluir información sobre la adicción a los juegos de azar. Además, la publicidad de juegos de azar no puede dirigirse a personas menores de 18 años. En julio de 2017, el Reino Unido aprobó una nueva ley que restringe la publicidad de los juegos de azar en medios de comunicación, incluyendo televisión, radio y sitios web. Esta ley incluye la prohibición de la publicidad durante los programas deportivos transmitidos en</p>

ISLAS VÍGENES BRITÁNICAS

Apuestas deportivas: legales y reguladas por la Ley de Juegos y Apuestas de 1960 y 2005 (Parliament of the United Kingdom, 2005).

Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión de Juego del Reino Unido

Nivel de regulación: Alto. Las empresas de apuestas deben cumplir con estrictos requisitos de seguridad y protección de los clientes para obtener y mantener una licencia de juego. Al ser un territorio de ultramar de Reino Unido la regulación está sujeta a sus normas

ISRAEL

Apuestas deportivas: legales y reguladas desde 1967 a través de la Ley de Regulación de las apuestas deportivas 5727-1967. Monopolio de la Junta de apuestas de Israel

Sistema de regulación: Centralizado a través de la Autoridad de Juego de Israel (ISBB en inglés).

Nivel de regulación: Medio-Alto. El Estado regula tanto el juego en línea como presencial a través de un sólo operador perteneciente al Gobierno

ITALIA

Apuestas deportivas: legales y reguladas presencialmente desde 1948 (Decreto Legislativo nº 496) (Ministero delle finanze, 1953) y desde 2007 *online* (Decreto de Apuestas deportivas nº 111)

Sistema de regulación: Centralizado a través de la Autoridad Nacional de Juegos (AAMS)

Nivel de regulación: Alta. La regulación incluye la licencia y supervisión de operadores de apuestas deportivas en línea, así como la protección de los

televisión. Al ser un territorio de ultramar de Reino Unido la regulación está sujeta a sus normas

Ley: Regulada por la Comisión de Juego del Reino Unido y por la Autoridad de Publicidad (ASA en inglés) y la Comisión de Juegos de las Islas Vírgenes Británicas (BVI en inglés)

Bases: La publicidad no debe ser engañosa o inapropiada, y que debe incluir información sobre la adicción a los juegos de azar. Además, la publicidad de juegos de azar no puede dirigirse a personas menores de 18 años. En julio de 2017, el Reino Unido aprobó una nueva ley que restringe la publicidad de los juegos de azar en medios de comunicación, incluyendo televisión, radio y sitios web. Esta ley incluye la prohibición de la publicidad durante los programas deportivos transmitidos en televisión.

Ley: Regulada por la Comisión de Juego de Israel.

Bases: La regulación prohíbe la publicidad de los juegos de azar en televisión, radio y periódicos, y limita la publicidad en línea a sitios web que estén destinados a personas mayores de 18 años. Además, no puede ser engañosa ni promover el juego excesivo.

Ley: Ley de Juego *online* de 2006 regulada por la Autoridad Nacional de Juegos de Azar

Bases: La publicidad de los juegos de azar debe ser veraz, no engañosa y no debe fomentar la dependencia. Además, la publicidad de los juegos de azar no debe estar dirigida a menores de edad o a personas vulnerables.

consumidores y la prevención del juego ilegal.

JAMAICA	<p>Apuestas deportivas: Legales y reguladas Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión de Apuestas y Loterías de Jamaica (BGLC). Nivel de regulación: Medio. Las apuestas deportivas en línea y en persona están permitidas en Jamaica desde 2014, aunque con ciertas restricciones y regulaciones.</p>	<p>Ley: a través de la Comisión de Apuestas y Loterías de Jamaica (BGLC). Bases: ciertas regulaciones como no dirigirse a menores de edad, no hacer promesas falsas de ganancias e incluir mensajes de responsabilidad social. Prohíbe cualquier forma de publicidad engañosa o falsa y limita la cantidad y frecuencia de la publicidad en medios de comunicación masiva.</p>
JAPÓN	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas presencialmente por el Estado que tiene el monopolio. Sólo se permiten 3 tipos de apuestas deportivas: carreras de caballos, carreras de lanchas y carreras de motos. Las apuestas en línea son ilegales. Sistema de regulación: Centralizado a través de Agencia de Policía Nacional y la Agencia de Juegos de Azar Nivel de regulación: Medio-Baja. A pesar de que solo está permitido el juego en las casas de apuestas deportivas controladas por el gobierno de forma presencial y de que el juego en línea es ilegal, no se persigue ni penalizan estas conductas.</p>	<p>Ley: regulada por la Ley de Juego de 1967 Bases: La publicidad de los juegos de azar, incluyendo apuestas deportivas y casinos, está restringida y no se permite en la televisión, la radio o los medios impresos. Sin embargo, la publicidad en internet y en sitios específicos para juegos de azar está permitida, aunque debe cumplir con ciertas regulaciones, como no dirigirse a menores de edad.</p>
JORDANIA	<p>Apuestas deportivas: ilegales y no reguladas. Las apuestas deportivas de sangre están reguladas como ilegales. Todas ellas están perseguidas ya que están prohibidas por la Ley Sharía Sistema de regulación: No existe sistema de regulación más allá de la Ley Sharía Nivel de regulación: Muy baja. El juego y las apuestas deportivas están prohibidos por motivos religiosos y culturales. La regulación y control son poco estrictos en línea y hay pocas medidas para prevenir problemas de juego. Existe mucho juego clandestino y a través de internet.</p>	<p>Ley: Los juegos de azar están prohibidos y la publicidad de los mismos también está prohibida por ley.</p>
KAZAJISTÁN	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas desde 2007 Sistema de regulación: Centralizado a través del Ministerio de Cultura y Deportes y el Comité Nacional de Apuestas Deportivas. Nivel de regulación: Alto. Hay varias compañías de apuestas deportivas operando</p>	<p>Ley: regulada por la Ley sobre Juegos de Azar y Apuestas de 2007 a través de la Comisión de Regulación del Juego de Azar. Bases: La publicidad debe proporcionar información</p>

en el país con licencia y un sistema de monitoreo para prevenir el juego ilegal.

precisa y veraz sobre los juegos y no ser engañosa o explotadora. La publicidad de juegos de azar también está prohibida en televisión y radio durante determinados horarios y en programas para niños.

KENIA

Apuestas deportivas: legales y reguladas desde 1960 a nivel presencial y desde 2009 *online*. Monopolio de Lotería Nacional de Costa de Marfil

Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión de Apuestas de Kenia (KBCLB en inglés)

Nivel de regulación: Medio-Bajo. A pesar de estar reguladas, las páginas *online* han estado envueltas en escándalos por no estar bien reguladas

Ley: regulada por la Comisión de Juegos de Azar de Kenia.

Bases: Los anuncios sólo pueden aparecer en medios específicos, como televisión, radio y prensa. Los anunciantes también están obligados a incluir una advertencia de que el juego puede ser adictivo y que la participación en el juego puede tener consecuencias negativas.

KIRGUISTÁN

Apuestas deportivas: Ilegales y reguladas. El juego en línea, aunque es ilegal no es perseguido

Sistema de regulación: Reguladas por la Comisión de Juegos de Azar

Nivel de regulación: Medio-Bajo. El juego y las apuestas deportivas están prohibidos y perseguidos a nivel presencial pero no está contemplado en las leyes a nivel *online* por lo que no está ni regulado ni perseguido.

Ley: No se ha encontrado información disponible sobre la publicidad de las apuestas deportivas.

KOSOVO

Apuestas deportivas: Ilegal y regulada desde el 2019 tanto *online* como presencial

Sistema de regulación: Centralizado a través de la Autoridad de Juegos de Azar

Nivel de regulación: Muy bajo. A pesar de ser ilegal no se realiza ninguna persecución ni prohibición de aquellos operadores que ofrecen sus servicios a los jugadores

Ley: Al ser ilegales no existe ley de regulación de la publicidad

KUWAIT	<p>Apuestas deportivas: Ilegales y no reguladas. Las apuestas deportivas de sangre están reguladas como ilegales. Todas ellas están perseguidas ya que están prohibidas por la Ley Islámica</p> <p>Sistema de regulación: No existe sistema de regulación más allá de la Ley islámica</p> <p>Nivel de regulación: Muy baja. El juego y las apuestas deportivas están prohibidos por motivos religiosos y culturales. La regulación y control son poco estrictos y hay pocas medidas para prevenir problemas de juego. Existe mucho juego clandestino.</p>	<p>Ley: Legislación de Kuwait</p> <p>Bases: los juegos de azar son ilegales y la publicidad relacionada con ellos también está prohibida. La legislación de Kuwait prohíbe explícitamente cualquier forma de promoción o anuncio de juegos de azar, incluyendo la televisión, la radio, los periódicos y las redes sociales.</p>
LAOS	<p>Apuestas deportivas: Ilegales y reguladas para los ciudadanos de Laos, pero permitidas para extranjeros. Las apuestas deportivas de sangre están reguladas como ilegales.</p> <p>Sistema de regulación: No regulado</p> <p>Nivel de regulación: Baja. El juego y las apuestas deportivas están prohibidos para los ciudadanos, pero no se hace seguimiento de las apuestas en línea. La regulación y control son poco estrictos y hay pocas medidas para prevenir problemas de juego. Existe mucho juego clandestino.</p>	<p>Ley: La regulación de la publicidad de los juegos de azar es muy limitada y no hay leyes específicas que se apliquen a la publicidad de los juegos de azar.</p>
LESOTO	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas desde 1989</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. Reguladas <i>online</i> y presencialmente</p>	<p>Ley: No se ha encontrado información específica sobre la regulación de la publicidad de los juegos de azar.</p>
LETONIA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas presencialmente por la Ley de Juego y loterías de 1998 (Saeima, s.f.) y <i>online</i> desde 2006</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Autoridad de Juego de Letonia</p> <p>Nivel de regulación: Alto. Regulación <i>online</i> y presencial. El Estado persigue los operadores sin licencia</p>	<p>Ley: Ley de Juego de Azar de 2010.</p> <p>Bases: Prohibición de publicidad en televisión, radio y periódicos durante determinadas horas y la prohibición de cualquier tipo de publicidad que dirija su mensaje a menores de edad. Además, los anuncios de juegos de azar deben contener información clara y precisa sobre las posibilidades de ganar y perder en el juego, y no deben promover el juego como una manera de solucionar problemas financieros.</p>

LÍBANO	<p>Apuestas deportivas: Ilegales y reguladas Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión Nacional de Juego Nivel de regulación: Baja. La regulación es laxa y existen muchos juegos de azar y casas de apuestas clandestinas en el país.</p>	<p>Ley: Los juegos de azar son ilegales, por lo que la regulación de la publicidad de los mismos no existe.</p>
LIBERIA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas desde 1982 presencialmente y desde 2016 <i>online</i> Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno Nivel de regulación: Medio-Alto. Regulado presencialmente y <i>online</i></p>	<p>Ley: No se ha encontrado información al respecto.</p>
LIBIA	<p>Apuestas deportivas: Ilegales y reguladas Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno Nivel de regulación: Medio. Están prohibidas y perseguidas. La situación política del país es muy inestable por lo que la persecución del juego <i>online</i> se ve dificultada</p>	<p>Ley: No se ha encontrado información al respecto. Desde la Revolución de 2011, el país ha estado en una situación política y militar incierta, lo que ha afectado la regulación de la industria de los juegos de azar.</p>
LIESCHTENSTEIN	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas por la Ley de Juego de 2010 (Regierung von Liechtenstein, 2010) Sistema de regulación: Centralizado a través de la Autoridad de Servicios Financieros Nivel de regulación: Medio-Alto. Reguladas <i>online</i> y presencialmente</p>	<p>Ley: regulada por la Ley de Juegos de Azar a través de la Comisión de Juegos de Azar. Bases: Prohíbe la publicidad de los juegos de azar que no están autorizados o permitidos en Liechtenstein, y establece límites en cuanto a la forma y el contenido de la publicidad de los juegos de azar permitidos.</p>
LITUANIA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas por la Ley de Juego de 2001 (Ministry of Finance of the Republic of Lithuania, 2021) y la Ley de Juego 2016 (Ministry of Finance of the Republic of Lithuania, 2016) Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión de Juego de Lituania. Nivel de regulación: Medio-Alto. Reguladas <i>online</i> y presencial</p>	<p>Ley: regulada por la Comisión Nacional de Juegos de Azar y Apuestas. Bases: La publicidad de juegos de azar solo puede dirigirse a personas mayores de 18 años y no puede ser engañosa ni incitar a la adicción. La publicidad también debe incluir información sobre los riesgos y las precauciones asociados con los juegos de azar.</p>
LUXEMBURGO	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas por la Ley de Apuestas Deportivas de</p>	<p>Ley: Ley de 5 de julio de 2018 sobre el juego en</p>

1987. Monopolio de la Lotería Nacional

Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión de Supervisión del Sector Financiero (CSSF en francés)

Nivel de regulación: Alta. El país cuenta con un sistema de registro y control de los jugadores para prevenir la ludopatía.

línea regulada por la Comisión de Juego

Bases: La publicidad relacionada con los juegos de azar debe ser objetiva, veraz y no engañosa, y no puede dirigirse a grupos vulnerables, como los menores de edad. Además, la publicidad de los juegos de azar no puede ser agresiva o ser mostrada en lugares públicos que puedan ser vistos por menores de edad.

Ley: Ley de juegos de azar y regulada por el Servicio de Regulación y Supervisión de Juegos de Azar.

Bases: Restricciones en cuanto a la frecuencia y horario de la publicidad de los juegos de azar, así como requisitos de contenido para los anuncios, como la inclusión de información sobre los riesgos de jugar y cómo obtener ayuda en caso de problemas relacionados con los juegos de azar. La publicidad de los juegos de azar también está prohibida en ciertos medios, como la televisión y la radio durante las horas en las que los menores pueden estar viendo o escuchando.

MACEDONIA

Apuestas deportivas: legales y reguladas por la Ley de Juegos de Azar y Juegos de entretenimiento de 1991 presencial y la Ley de Juegos de Azar y Juegos de entretenimiento de 2020 *online* (Ministry of Finance of the Republic of Macedonia, s.f.)

Sistema de regulación: Centralizado a través de la Agencia de Juegos y Sorteos bajo la supervisión del Ministerio de Finanzas.

Nivel de regulación: Medio-Alto. Regulación presencial y *online*

MADAGASCAR

Apuestas deportivas: legales y reguladas presencialmente desde 1994 (Decreto 763/94) y *online* desde 2018 (Decreto 7974/2018)

Sistema de regulación: Centralizado a través de la Compañía operadora de Loterías (SEL en francés)

Nivel de regulación: Medio-Alta. Reguladas presencialmente y *online*

Ley: No se ha encontrado información al respecto

MALASIA

Apuestas deportivas: ilegales y reguladas para los ciudadanos musulmanes por la Ley islámica pero permitidas para extranjeros y ciudadanos no musulmanes. Las apuestas deportivas de sangre y las apuestas en línea están reguladas como ilegales para todos.

Sistema de regulación: Centralizado a través del Departamento de Juegos y

Ley: regulada por la Autoridad de Juegos de Azar de Malasia (PAGA)

Bases: La publicidad de los juegos de azar está prohibida en los medios de comunicación, incluidas la televisión, la radio y los periódicos. Sin embargo,

Loterías

Nivel de regulación: Medio-Bajo. A pesar de ser una actividad regulada, las apuestas deportivas en línea están mal reguladas

se permite la publicidad en sitios web específicos y anuncios en lugares públicos fuera de los edificios gubernamentales. La publicidad debe ser discreta y no debe fomentar comportamientos irresponsables o perjudiciales.

MALAWI

Apuestas deportivas: legales y reguladas desde 2003. Monopolio de Premier Bet.

Sistema de regulación: Centralizado a través de Lotteries and Gaming Board de Malawi

Nivel de regulación: Alto. Reguladas *online* y presencialmente por una única empresa.

Ley: No se ha encontrado información al respecto

MALDIVAS

Apuestas deportivas: Ilegales y reguladas por la Ley Islámica

Sistema de regulación: Centralizado a través de

Nivel de regulación: Medio-Baja. Si bien están reguladas como ilegales no se persiguen, sobre todo las apuestas en línea. Además, todavía hay una pequeña industria ilegal de apuestas en línea.

Ley: Los juegos de azar están prohibidos por la ley islámica y no existe regulación formal sobre la publicidad de los juegos de azar.

MALI

Apuestas deportivas: legales y reguladas presencialmente desde 1994.

Monopolio de PMU. Ilegales y reguladas *online*.

Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno

Nivel de regulación: Medio-Bajo. Si bien las apuestas presenciales están reguladas por el Estado a través de un monopolio, no ocurre lo mismo *online*.

Ley: No se ha encontrado información al respecto

MALTA

Apuestas deportivas: legales y reguladas por la Ley de Juego de 1922 presencialmente y 2004 *online*.

Sistema de regulación: Centralizado a través de la Autoridad de Juego de Malta (MGA en inglés)

Nivel de regulación: Medio-Alto. Regulación *online* y presencial

Ley: Regulada por la Autoridad de Juegos de Azar de Malta (MGA, por sus siglas en inglés)

Bases: La publicidad de los juegos de azar en Malta debe cumplir con ciertas normas, como no ser dirigida a menores de edad, no ser seductora o incitativa, y no exagerar las posibilidades de ganar.

MARRUECOS

Apuestas deportivas: legales y reguladas presencialmente desde 1930 y *online* desde 2009. Monopolio de La Marocaine des jeux et des sports (MDJS), Société Royale d'Encouragement du Cheval (SOREC) y la Société des Courses de

Ley: Ley de 2009

Bases: Solo se permite en medios específicos, como en los medios de comunicación internos de los

	<p>Lévriers du Maroc (SCLM) Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno Nivel de regulación: Alto. Las apuestas deportivas están estrictamente controladas por el Gobierno</p>	<p>casinos y salas de juego. La publicidad no debe ser engañosa ni fomentar el juego excesivo o irresponsable. Además, la publicidad de juegos de azar en línea está prohibida en Marruecos.</p>
MAURITANIA	<p>Apuestas deportivas: Ilegales y reguladas Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno Nivel de regulación: Medio. Están prohibidas y perseguidas, pero no se hace seguimiento de los operadores <i>online</i></p>	<p>Ley: No se ha encontrado información al respecto</p>
MAYOTTE	<p>Apuestas deportivas: Legales y reguladas desde 1907. Monopolio de FDJ y de PMU desde 1933. <i>Online</i> legales desde 2010 (Assemblée nationale et le Sénat,s.f.) Sistema de regulación: Centralizado a través de la Autoridad Nacional de Juegos Nivel de regulación: Medio-Alto. Al ser un territorio de ultramar de Francia la regulación está sujeta a sus normas</p>	<p>Ley: regulada por la Autoridad Nacional de los Juegos (ARJEL) Bases: Restricciones en la publicidad de los juegos de azar, incluyendo la hora en que se pueden emitir los anuncios y las restricciones de contenido. La publicidad de los juegos de azar también debe incluir información sobre la forma de jugar responsablemente y prevenir el juego patológico. Además, la publicidad de los juegos de azar en línea está prohibida en televisión y radio.</p>
MÉXICO	<p>Apuestas deportivas: Legales y reguladas por la reforma de 2012 de la Ley Federal de Juegos y Sorteos del 31 de diciembre de 1947 Sistema de regulación: Centralizado a través de la Secretaría de Gobernación y la Dirección General de Juegos y Sorteos (DGJyS) Nivel de regulación: Media-Alta. En general, las apuestas deportivas en línea y en persona están permitidas en México, aunque con ciertas restricciones y regulaciones.</p>	<p>Ley: regulada por la Dirección general de juegos y sorteos Bases: La publicidad de los juegos de azar en México debe cumplir con dos requisitos: no pueden promover explícitamente las apuestas deportivas y deben mencionar que están prohibidas para menores.</p>
MICRONESIA	<p>Apuestas deportivas: No reguladas Sistema de regulación: No existe Nivel de regulación: Muy bajo. No existe regulación ni de las apuestas deportivas ni de su acceso a plataformas.</p>	<p>Ley: No se ha encontrado información sobre la regulación específica de la publicidad de los juegos de azar o de las apuestas deportivas.</p>

MOLDOVA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas por la Ley de Juego nº291 de 1991 y la Ley de Organización y Ejecución de actividades de juego de 2016 (Ministry of Finance of the Republic of Moldova, 2016). Monopolio de la Lotería Nacional de Moldova.</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión Nacional de Juego.</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. También se han implementado medidas para prevenir el juego ilegal y proteger a los consumidores.</p>	<p>Ley: Ley de Juegos de Azar de Moldova</p> <p>Bases: La ley establece restricciones en cuanto a la hora y el contenido de la publicidad, incluyendo la prohibición de hacer publicidad a cualquier forma de juego a personas menores de 18 años. Además, los anuncios deben incluir una advertencia sobre los riesgos de adicción al juego. La ley también establece la responsabilidad de los medios de comunicación en la difusión de la publicidad de los juegos de azar.</p>
MÓNACO	<p>Apuestas deportivas: Ilegales y reguladas por la Ley de legislación del juego nº 1103 de los juegos de azar. Las carreras de caballos que son legales. Monopolio de PMU francés. <i>Online</i> no se encuentran reguladas. Legal para turistas.</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Autoridad de Juego</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Bajo. No reguladas <i>online</i></p>	<p>Ley: regulada por la Comisión de Juego de Mónaco.</p> <p>Bases: La publicidad de los juegos de azar en medios audiovisuales y en línea está prohibida. Sin embargo, la publicidad de los juegos de azar en forma de anuncios en periódicos y revistas, anuncios exteriores y en otros medios es permitida siempre y cuando cumpla con las regulaciones establecidas. Estas regulaciones incluyen requisitos de contenido y restricciones sobre la hora y el lugar en que la publicidad puede ser emitida.</p>
MONGOLIA	<p>Apuestas deportivas: Ilegales y no reguladas</p> <p>Sistema de regulación: No existe</p> <p>Nivel de regulación: Muy bajo ya que no existe regulación</p>	<p>Ley: No existe ninguna regulación al respecto.</p>
MONTENEGRO	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas por la Ley de Juegos de Azar de 2006 y por la ley de Juegos de Montenegro de 2011</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la industria de las apuestas deportivas controlada por la Autoridad de Juegos de Azar.</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. Reguladas <i>online</i> y presencialmente</p>	<p>Ley: Ley de Juegos de Azar de Montenegro de 2011</p> <p>Bases: La publicidad no puede ser dirigida a menores de edad, ser engañosa o sugestiva y no puede mostrar comportamientos irresponsables relacionados con el juego. Además, los anuncios de juegos de azar deben incluir información sobre el</p>

MONTSERRAT	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas por la Ley de Juegos y Apuestas de 1960 y 2005 (Parliament of the United Kingdom, 2005).</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión de Juego del Reino Unido</p> <p>Nivel de regulación: Alto. Las empresas de apuestas deben cumplir con estrictos requisitos de seguridad y protección de los clientes para obtener y mantener una licencia de juego. Al ser un territorio de ultramar de Reino Unido la regulación está sujeta a sus normas</p>	<p>juego responsable y el control de la adicción.</p> <p>Ley: Regulada por la Comisión de Juego del Reino Unido y por la Autoridad de Publicidad (ASA en inglés)</p> <p>Bases: La publicidad no debe ser engañosa o inapropiada, y que debe incluir información sobre la adicción a los juegos de azar. Además, la publicidad de juegos de azar no puede dirigirse a personas menores de 18 años. En julio de 2017, el Reino Unido aprobó una nueva ley que restringe la publicidad de los juegos de azar en medios de comunicación, incluyendo televisión, radio y sitios web. Esta ley incluye la prohibición de la publicidad durante los programas deportivos transmitidos en televisión.</p>
MOZAMBIQUE	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas por la Ley de juego de 1992. <i>Online</i> desde 2010.</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión de Juego.</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. Regulación <i>online</i> y presencial.</p>	<p>Ley: No se ha encontrado información al respecto.</p>
NAMIBIA	<p>Apuestas deportivas: Legales y reguladas por la Ley 13 de Control del Juego y el Entretenimiento de 2018 (Ministry of Environment, Forestry and Tourism of the Republic of Namibia, 2018). Monopolio de la Lotería Nacional de Namibia</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión de Juegos de Azar</p> <p>Nivel de regulación: Alto. Reguladas <i>online</i> y presencialmente a través de monopolio del Estado</p>	<p>Ley: Reguladas por la Comisión de Juegos de Azar (GBN en inglés)</p> <p>Bases: la publicidad no debe ser engañosa, ofensiva o dirigida a menores de edad. Además, la publicidad no debe sugerir que el juego es una forma de inversión o una forma de salir de dificultades financieras.</p>
NEPAL	<p>Apuestas deportivas: Ilegales y reguladas por la Ley Islámica pero legales para extranjeros. Las apuestas deportivas en línea son ilegales para todos.</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Baja. Si bien están reguladas como ilegales no se</p>	<p>Ley: No hay una regulación vigente aún, aunque se ha propuesto la Ley de Juego y precios competitivos para 2024. Está regulada por la Comisión Nacional de los Juegos de Azar</p>

persiguen, sobre todo las apuestas en línea.

NICARAGUA

Apuestas deportivas: Legales, pero poco reguladas a través de la Ley 766 del 16 de julio de 2020 (Ministerio de Hacienda y Crédito Público, 2020)

Sistema de regulación: Centralizado a través de Comisión Nacional de Juegos de Azar.

Nivel de regulación: Medio. Si bien las apuestas deportivas se encuentran reguladas, esta regulación es tan reciente que el Estado sigue en el proceso de regular las casas de apuestas.

Bases: La publicidad de los juegos de azar está prohibida en televisión, radio y periódicos. También está prohibido anunciar juegos de azar en lugares públicos, como parques y calles.

Ley: responsabilidad de la Dirección General de Juegos de Azar y Apuestas.

Bases: La publicidad de los juegos de azar en Nicaragua debe cumplir con ciertas regulaciones como no dirigirse a menores de edad, no hacer promesas falsas de ganancias, e incluir mensajes de responsabilidad social. Además, se prohíbe cualquier forma de publicidad engañosa o falsa y limita la cantidad y frecuencia de la publicidad en medios de comunicación masiva.

NIGER

Apuestas deportivas: Ilegales y reguladas desde 1993. Sólo legales apuestas de caballos. Monopolio LONALI

Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno.

Nivel de regulación: Alto. Regulado y monopolizado por el Estado

Ley: No se ha encontrado información al respecto.

NIGERIA

Apuestas deportivas: legales y reguladas desde 2005 (Ley de Casinos y Loterías)

Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión de Juego de Nigeria (NGC en inglés)

Nivel de regulación: Medio-Alto. Regulada *online* y presencialmente

Ley: No se ha encontrado información al respecto.

NORUEGA

Apuestas deportivas: legales y reguladas desde 1927. Monopolio de la Norsk Rikstoto

Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión de Juego.

Nivel de regulación: Alta. La Comisión de Juego monitorea los operadores de apuestas deportivas para garantizar que cumplan con las regulaciones y protejan a los consumidores.

Ley: Ley de Loterías

Bases: La publicidad de los juegos de azar está limitada a la promoción de juegos autorizados y está prohibido el uso de cualquier forma de publicidad engañosa o incorrecta. Además, la publicidad de los juegos de azar no debe dirigirse a menores de edad o a personas que hayan optado por excluirse de los juegos de azar.

NUEVA CALEDONIA	<p>Apuestas deportivas: Legales y reguladas desde 1907. Monopolio de FDJ y de PMU desde 1933. <i>Online</i> legales desde 2010 (Assemblée nationale et le Sénat,s.f.)</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Autoridad Nacional de Juegos</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. Al ser un territorio de ultramar de Francia la regulación está sujeta a sus normas</p>	<p>Ley: regulada por la Autoridad Nacional de los Juegos (ARJEL)</p> <p>Bases: Restricciones en la publicidad de los juegos de azar, incluyendo la hora en que se pueden emitir los anuncios y las restricciones de contenido. La publicidad de los juegos de azar también debe incluir información sobre la forma de jugar responsablemente y prevenir el juego patológico. Además, la publicidad de los juegos de azar en línea está prohibida en televisión y radio.</p>
NUEVA ZELANDA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas por la Ley de carreras de 2003 (Ministry of Health, 2003) y la Ley de la Industria de Carreras de 2020 (Ministry of Health, 2020). Los deportes sangrientos (boxeo...) son ilegales.</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión de Loterías y Carreras (RBLC en inglés)</p> <p>Nivel de regulación: Alta. Las apuestas deportivas en línea están permitidas, pero los operadores deben obtener una licencia y cumplir con los estándares reguladores establecidos.</p>	<p>Ley: regulada por la Comisión de Juegos de Azar</p> <p>Bases: Está prohibido realizar anuncios de juegos de azar</p>
OMÁN	<p>Apuestas deportivas: Ilegales y reguladas por la Ley Islámica.</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Baja. Si bien están reguladas como ilegales no se persiguen, sobre todo las apuestas en línea.</p>	<p>Ley: La publicidad de juegos de azar está prohibida. No se permite la promoción de juegos de azar en medios de comunicación, incluidos periódicos, televisión y radio, o en cualquier otro medio público. Esta prohibición se aplica tanto a los juegos de azar en línea como a los juegos de azar tradicionales.</p>
PAÍSES BAJOS	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas por la Ley de juegos y apuestas (WOK) de 1964 (Ministerie van Justitie en Veiligheid, s.f.) y la Ley de Juego Remoto de 2021 (Ministerie van Justitie en Veiligheid, 2021)</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Autoridad de Juego Holandesa (KSA en holandés)</p> <p>Nivel de regulación: Alto. Las apuestas deportivas están permitidas en línea y en</p>	<p>Ley: Regulada por la Autoridad de Juego Holandesa (Kansspelautoriteit).</p> <p>Bases: La publicidad de los juegos de azar debe ser socialmente responsable y no puede ser engañosa, explotadora o dirigida a personas jóvenes o vulnerables. La publicidad también debe incluir</p>

	establecimientos físicos y se hace un seguimiento detallado y bloqueo de aquellas páginas no autorizadas	información sobre los riesgos asociados con el juego y cómo buscar ayuda si es necesario.
PAKISTÁN	<p>Apuestas deportivas: Ilegales y reguladas salvo las carreras de caballos y camellos que son legales</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno</p> <p>Nivel de regulación: Muy baja. La regulación de las apuestas deportivas es limitada y la mayoría de las formas de juego son ilegales. No hay una regulación específica para las apuestas deportivas, pero hay leyes que prohíben el juego y la actividad de los operadores de juegos de azar. Sin embargo, a pesar de la ilegalidad, todavía existen operadores clandestinos y apuestas en línea que funcionan en el mercado negro.</p>	<p>Ley: La publicidad de juegos de azar está prohibida y estrictamente regulada por las leyes y regulaciones gubernamentales. La promoción y la publicidad de juegos de azar, incluidos los juegos en línea, están prohibidos en los medios tradicionales y en línea. El incumplimiento de esta regulación puede resultar en sanciones severas, incluidas multas y cierres de negocios.</p>
PALESTINA	<p>Apuestas deportivas: No reguladas</p> <p>Sistema de regulación: No sistema de regulación</p> <p>Nivel de regulación: Muy baja. Dada la situación política y social del país, las apuestas deportivas no son parte de las principales preocupaciones del Gobierno</p>	<p>Ley: No existe regulación específica de los juegos de azar</p>
PANAMÁ	<p>Apuestas deportivas: Legales y reguladas a través de la Resolución N° MEF-RES-2022-2900 del Ministerio de Economía y Finanzas</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de responsabilidad de la Autoridad de Juegos de Panamá y de la Junta de Protección del Juego.</p> <p>Nivel de regulación: Alta. Actualmente, las apuestas deportivas en línea y en persona están permitidas y sometidas a restricciones y regulaciones como la autoexclusión, información sobre juego responsable. Dentro de su regulación posee planes de prevención del juego patológico.</p>	<p>Ley: regulada por el Consejo de Juegos de Azar.</p> <p>Bases: La publicidad de los juegos de azar en Panamá debe cumplir con ciertas regulaciones como no dirigirse a menores de edad, no hacer promesas falsas de ganancias e incluir mensajes de responsabilidad social. Además, prohíbe cualquier forma de publicidad engañosa o falsa y limita la cantidad y frecuencia de la publicidad en medios de comunicación masiva.</p>
PAPÚA NUEVA GUINEA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas por la Ley de Control del Juego de 2007</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Junta Nacional de control de juegos (NGCB en inglés)</p> <p>Nivel de regulación: Medio. Las apuestas deportivas están principalmente disponibles en las casas de apuestas y en los clubes sociales, pero no hay una buena regulación en línea.</p>	<p>Ley: No se ha encontrado información específica sobre la regulación de la publicidad de los juegos de azar.</p>

PARAGUAY

Apuestas deportivas: Legales y ilegales. Reguladas a través de la Ley No 1016/97 del Régimen de los Juegos de Azar

Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión Nacional de Juegos de Azar (Conajzar)

Nivel de regulación: Baja. La ley que regula los juegos de azar, al ser tan antigua, no tiene en cuenta la modernización de los juegos de azar. Así, no tiene en cuenta en su regulación a los operadores en línea, la publicidad o la presencia de nuevos juegos de azar como las máquinas tragaperras o las apuestas deportivas.

Ley: Ley N° 569/96 de Juegos de Azar y Sorteos y por las regulaciones establecidas por la Secretaría de Juegos de Azar

Bases: Establece restricciones en la publicidad de los juegos de azar, incluyendo la prohibición de dirigirse a menores de edad y hacer afirmaciones engañosas o promesas falsas de ganancias. También se requiere que la publicidad de los juegos de azar incluya mensajes de responsabilidad social. La publicidad de los juegos de azar en Paraguay es permitida en medios de comunicación, como televisión, radio y medios impresos, siempre y cuando cumpla con las regulaciones establecidas.

PERÚ

Apuestas deportivas: Legales y reguladas en las leyes 2070, 168 y 1923

Sistema de regulación: Centralizado a través del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur)

Nivel de regulación: Medio-Alto. Las apuestas deportivas y el juego en casinos son legales en el país, tanto presencial como en línea. Sin embargo, la regulación se aplica únicamente a aquellas casas de apuestas que tengan sede en Perú y no a las internacionales.

Ley: Ley 31557 regulada por el Mincetur

Bases: Se establecen restricciones en la publicidad de los juegos de azar, incluyendo la prohibición de dirigirse a menores de edad y hacer afirmaciones engañosas o promesas falsas de ganancias. También se requiere que la publicidad de los juegos de azar incluya mensajes de responsabilidad social. La publicidad de los juegos de azar en está permitida en medios de comunicación, como televisión, radio y medios impresos, siempre y cuando cumpla con las regulaciones establecidas y haya sido aprobada por el Mincetur.

POLINESIA
FRANCESA

Apuestas deportivas: Legales y reguladas desde 1907. Monopolio de FDJ y de PMU desde 1933. *Online* legales desde 2010 (Assemblée nationale et le Sénat,s.f.)

Sistema de regulación: Centralizado a través de la Autoridad Nacional de Juegos

Nivel de regulación: Medio-Alto. Al ser un territorio de ultramar de Francia la regulación está sujeta a sus normas

Ley: regulada por la Autoridad Nacional de los Juegos (ARJEL)

Bases: Restricciones en la publicidad de los juegos de azar, incluyendo la hora en que se pueden emitir los anuncios y las restricciones de contenido. La publicidad de los juegos de azar también debe incluir

POLONIA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas 1990 y la Ley de los Juegos de apuestas de 2011</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión Nacional de Juego.</p> <p>Nivel de regulación: Alta. A parte de regular las apuestas presencialmente y <i>online</i> se han tomado medidas para prevenir la ludopatía, como la implementación de límites de depósito y verificación de edad.</p>	<p>información sobre la forma de jugar responsablemente y prevenir el juego patológico. Además, la publicidad de los juegos de azar en línea está prohibida en televisión y radio.</p>
PORTUGAL	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas por el Decreto Ley 84/85 y el Decreto Ley 68/2015</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Autoridad de Juego (SRIJ, por sus siglas en portugués)</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. Regulación presencial y <i>online</i></p>	<p>Ley: Ley de Juego del 2009.</p> <p>Bases: La ley prohíbe la publicidad engañosa y la publicidad que atraiga a menores de edad. También se prohíbe la publicidad en medios de comunicación que sean de acceso gratuito para los menores de 18 años. Además, los anuncios deben incluir una advertencia sobre los riesgos del juego excesivo y deben cumplir con los requisitos de protección de datos personales y privacidad.</p> <p>Ley: Ley n.º 66/2015, de 29 de diciembre</p> <p>Bases: La publicidad de los juegos de azar debe ser clara, objetiva y no engañosa y no debe dirigirse a menores de edad o a personas con problemas de juego. Además, no se permite la publicidad en televisión antes de las 22:00 y en las estaciones de radio antes de las 06:00. La publicidad de los juegos de azar en internet también está restringida y debe cumplir con las normas establecidas por la ley.</p>
PUERTO RICO	<p>Apuestas deportivas: Legales y reguladas desde 2018 cuando se declaró anticonstitucional la Ley de protección de los deportes amateurs y profesionales (PASP) de 1992 y por la Ley de apuestas deportivas y de fantasía (Comisión del Juego de Puerto Rico, 2020)</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión de Juego</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. Regulación del juego presencial y <i>online</i> y prohibición de apuestas de sangre (antes legales y muy populares)</p>	<p>Ley: Regulado por el Departamento de Hacienda</p> <p>Bases: Debe ser clara y veraz, y no se permite dirigirse a menores de edad ni usar imágenes o mensajes que los atraigan.</p>
QATAR	<p>Apuestas deportivas: Ilegales y reguladas sobre todo para los ciudadanos</p>	<p>Ley: Ley islámica</p>

musulmanes por la Ley islámica.

Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno

Nivel de regulación: Muy baja. Si bien las apuestas deportivas son ilegales, no existen regulaciones formales para el juego en línea o en persona. Es muy extendida la tradición de realizar apuestas deportivas en bares y juegos de casino en línea, que están disponibles en secreto.

Apuestas deportivas: legales y reguladas por la Ley de Juegos y Apuestas de 1960 y 2005 (Parliament of the United Kingdom, 2005). No reguladas, *online*, en Irlanda del Norte.

Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión de Juego del Reino Unido

Nivel de regulación: Alto. Las empresas de apuestas deben cumplir con estrictos requisitos de seguridad y protección de los clientes para obtener y mantener una licencia de juego.

Apuestas deportivas: legales y reguladas presencialmente. No reguladas *online*

Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno

Nivel de regulación: Medio-Bajo. Existe regulación presencial pero no *online*

Bases: De acuerdo con la legislación local, la promoción y la publicidad de los juegos de azar son ilegales, y cualquier forma de publicidad que promueva o fomente los juegos de azar está prohibida.

Ley: Regulada por la Comisión de Juego del Reino Unido y por la Autoridad de Publicidad (ASA en inglés)

Bases: La publicidad no debe ser engañosa o inapropiada, y que debe incluir información sobre la adicción a los juegos de azar. Además, la publicidad de juegos de azar no puede dirigirse a personas menores de 18 años. En julio de 2017, el Reino Unido aprobó una nueva ley que restringe la publicidad de los juegos de azar en medios de comunicación, incluyendo televisión, radio y sitios web. Esta ley incluye la prohibición de la publicidad durante los programas deportivos transmitidos en televisión.

Ley: Ley de Juegos de Azar de 1996

Bases: Sólo pueden operar en el país aquellas empresas autorizadas por el Estado.

REINO UNIDO

REP.
CENTROAFRICANA

REP. CHECA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas por la Ley de Loterías y Juegos de 1990 (Ministry of Finance of Czech Republic, 1990) y la Ley de Juegos 2016 (Ministry of Finance of Czech Republic, 2016)</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Ministerio de Finanzas</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. Además de la regulación hay leyes que protegen a los consumidores y proporcionan medidas de protección contra el juego problemático, como límites de edad y de gasto.</p>	<p>Ley: Ley de Juegos de Azar.</p> <p>Bases: Está prohibido el uso de cualquier forma de publicidad engañosa o degradante y la publicidad debe ser claramente identificable como tal. Además, los operadores de juegos de azar también deben cumplir con ciertos requisitos de edad, tales como garantizar que la publicidad no sea dirigida a menores de 18 años.</p>
REPÚBLICA DEMOCRÁTICA DEL CONGO	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas. En línea desde 2019 por la Orden Ministerial nº 001/CAB/MIN/SL/2019 del 13 de noviembre</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Autoridad Nacional de Regulación de Juegos de Azar</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Bajo. A pesar de la regulación de las apuestas deportivas, se ha observado un elevado nivel de juego ilegal.</p>	<p>Ley: regulada por la Ley de Juegos de Azar y Apuestas Nacionales de 2009 y su Reglamento de 2012.</p> <p>Bases: Está restringida y solo se permite en medios controlados por el Estado. Las restricciones incluyen la prohibición de utilizar imágenes o mensajes que puedan ser considerados atractivos para menores de edad o que fomenten un uso excesivo o problemático del juego.</p>
REPÚBLICA DOMINICANA	<p>Apuestas deportivas: Legales y reguladas solo en aquellas casas de apuestas que sean o tengan residencia fiscal en el país.</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Dirección de Casinos y Juegos de Azar</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alta. Existen varias opciones de juego y apuestas deportivas disponibles tanto en persona como en línea a nivel nacional</p>	<p>Ley: Responsabilidad de la Junta Central de Juegos de la República Dominicana.</p> <p>Bases: La Junta establece regulaciones para la publicidad de los juegos de azar en el país, incluyendo restricciones en cuanto a la edad del público objetivo y el contenido de la publicidad. Debe cumplir con ciertas regulaciones establecidas por la Junta, como no dirigirse a menores de edad, no hacer promesas falsas de ganancias, e incluir mensajes de responsabilidad social.</p>

REUNIÓN	<p>Apuestas deportivas: Legales y reguladas desde 1907. Monopolio de FDJ y de PMU desde 1933. <i>Online</i> legales desde 2010 (Assemblée nationale et le Sénat,s.f.)</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Autoridad Nacional de Juegos</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. Al ser un territorio de ultramar de Francia la regulación está sujeta a sus normas</p>	<p>Ley: regulada por la Autoridad Nacional de los Juegos (ARJEL)</p> <p>Bases: Restricciones en la publicidad de los juegos de azar, incluyendo la hora en que se pueden emitir los anuncios y las restricciones de contenido. La publicidad de los juegos de azar también debe incluir información sobre la forma de jugar responsablemente y prevenir el juego patológico. Además, la publicidad de los juegos de azar en línea está prohibida en televisión y radio.</p>
RUANDA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas desde 2011</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Autoridad de Juego de Ruanda.</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. Reguladas <i>online</i> y presencialmente</p>	<p>Ley: regulada por la Ley de Juegos de Azar de 2018.</p> <p>Bases: Prohíbe la publicidad engañosa y establece restricciones en cuanto a la hora y el lugar en que se puede hacer publicidad de los juegos de azar. Además, los anuncios deben incluir una advertencia sobre los riesgos asociados con los juegos de azar. La ley también establece una regulación rigurosa sobre los proveedores de juegos de azar y las compañías de publicidad para garantizar que cumplan con las regulaciones establecidas.</p>
RUMANÍA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas por la Ley desde 1991 y la Ley de Organización y Operaciones de Juego 77/2009 y su actualización de 2013</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Ministerio de Finanzas.</p> <p>Nivel de regulación: Medio. Regulada <i>online</i> y presencialmente, pero es la más permisiva de la Unión Europea.</p>	<p>Ley: Ley de Juegos de Azar n.º 38/2003</p> <p>Bases: Prohíbe la publicidad de juegos de azar que pu moral o la integridad psicológica de los menores. Ader discreta y no promueva el juego excesivo. La ley tambi de azar solo puede ser emitida en horarios restringidos sobre los riesgos del juego.</p>

RUSIA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas desde 1987 a nivel presencial y desde 2016 en línea</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. Las apuestas deportivas están reguladas tanto en línea como presencialmente en casas de apuestas con licencia</p>	<p>Ley: Regulada por la Ley Federal "Sobre la regulación de las actividades de organización y realización de juegos de azar y sobre modificaciones de algunos actos legislativos de la Federación de Rusia"</p> <p>Bases: Prohibición de la publicidad en ciertos lugares y la obligación de incluir advertencias sobre los riesgos asociados con los juegos de azar. Además, la publicidad solo está permitida en medios de comunicación específicos y no se permite la publicidad en línea de juegos de azar que no hayan sido legalmente permitidos en Rusia.</p>
SÁHARA OCCIDENTAL	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas. Desde 2017 <i>online</i> también. Monopolio de la Marocaine des Jeux et des Sports (MDJS)</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno</p> <p>Nivel de regulación: Medio. Aunque está regulada en la parte relativa a la República Democrática del Sáhara libre no hay ningún tipo de regulación.</p>	<p>Ley: No se ha encontrado información al respecto.</p>
SAINT PIERRE Y MIQUELON	<p>Apuestas deportivas: Legales y reguladas desde 1907. Monopolio de FDJ y de PMU desde 1933. <i>Online</i> legales desde 2010 (Assemblée nationale et le Sénat,s.f.)</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Autoridad Nacional de Juegos</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. Al ser un territorio de ultramar de Francia la regulación está sujeta a sus normas</p>	<p>Ley: regulada por la Autoridad Nacional de los Juegos (ARJEL)</p> <p>Bases: Restricciones en la publicidad de los juegos de azar, incluyendo la hora en que se pueden emitir los anuncios y las restricciones de contenido. La publicidad de los juegos de azar también debe incluir información sobre la forma de jugar responsablemente y prevenir el juego patológico. Además, la publicidad de los juegos de azar en línea está prohibida en televisión y radio.</p>

SAMOA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas en casino por la Ley de Casinos y Control del Juego de 2010 (división 6). Ilegales y no reguladas en línea.</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión Nacional de Juegos y Apuestas (NCGC, por sus siglas en inglés).</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Bajo. Si bien las apuestas deportivas presenciales están reguladas, las apuestas en línea son ilegales, pero no están penadas ni tienen ningún tipo de repercusión.</p>	<p>Ley: establecida por la Gambling Control Authority</p> <p>Bases: La publicidad de los juegos de azar está limitada y debe cumplir con ciertos requisitos, incluyendo la prohibición de promocionar juegos de azar a menores de edad y la prohibición de hacer afirmaciones engañosas o exageradas sobre los juegos de azar o las oportunidades de ganar. Además, la publicidad de los juegos de azar solo se permite en medios que estén disponibles para mayores de edad.</p>
SAN CRISTOBAL Y NIVES	<p>Apuestas deportivas: Legales y reguladas por la Ley de Control de Juego de 2021. <i>Online</i> ilegales para los residentes</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Bajo. Reguladas presencial y <i>online</i> pero no permitidas para los residentes <i>online</i>. No se persigue o banea a los operadores <i>online</i> que no tienen licencia u ofrecen sus servicios a los residentes.</p>	<p>Ley: No cuenta con regulación específica</p>
SAN MARINO	<p>Apuestas deportivas: Legales y reguladas por la enmienda de 2014 de la Ley nº67/2000.</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Agencia de Aduanas y Monopolios Estatales (ADMS en italiano)</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. Regulación <i>online</i> y presencial</p>	<p>Ley: Ley n. 95 del 27 de junio de 2012 "Disciplina de las actividades de juego y apuestas". Regulada a través de la Agencia de Aduanas y Monopolios Estatales (ADMS en italiano)</p> <p>Bases: debe ser clara y no engañosa, y debe cumplir con los requisitos establecidos por la AAMS en términos de contenido y formato. Además, está prohibida la publicidad dirigida a menores de edad o a personas que estén registradas en el registro de autoexclusión de juegos de azar.</p>
SAN VICENTE Y GRANADA	<p>Apuestas deportivas: Legales y reguladas por la Ley de Juegos, Loterías y Apuestas de 1968. No reguladas <i>online</i></p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión de Juegos de Azar</p> <p>Nivel de regulación: Bajo. Las apuestas deportivas están reguladas</p>	<p>Ley: Regulado a través de la Comisión de Juegos de Azar de 2005</p> <p>Bases: los operadores de juegos de azar deben cumplir con las regulaciones y las pautas de</p>

presencialmente. *Online* no existe regulación, persecución o sanción si se realizan apuestas

publicidad establecidas por la comisión. Además, se prohíbe la publicidad de juegos de azar dirigida a menores de edad.

SANTA HELENA

Apuestas deportivas: legales y reguladas por la Ley de Juegos y Apuestas de 1960 y 2005 (Parliament of the United Kingdom, 2005).

Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión de Juego del Reino Unido

Nivel de regulación: Alto. Las empresas de apuestas deben cumplir con estrictos requisitos de seguridad y protección de los clientes para obtener y mantener una licencia de juego. Al ser un territorio de ultramar de Reino Unido la regulación está sujeta a sus normas

Ley: Regulada por la Comisión de Juego del Reino Unido y por la Autoridad de Publicidad (ASA en inglés)

Bases: La publicidad no debe ser engañosa o inapropiada, y que debe incluir información sobre la adicción a los juegos de azar. Además, la publicidad de juegos de azar no puede dirigirse a personas menores de 18 años. En julio de 2017, el Reino Unido aprobó una nueva ley que restringe la publicidad de los juegos de azar en medios de comunicación, incluyendo televisión, radio y sitios web. Esta ley incluye la prohibición de la publicidad durante los programas deportivos transmitidos en televisión.

SANTA LUCÍA

Apuestas deportivas: Legales y reguladas presencialmente por la Ley de Control del Juego de 2004. No reguladas *online*.

Sistema de regulación: Centralizado a través de la Autoridad de Juegos y Apuestas

Nivel de regulación: Bajo. Las apuestas deportivas están reguladas presencialmente. *Online* no existe regulación, persecución o sanción si se realizan apuestas

Ley: Ley de Juegos y Apuestas regulada por la Autoridad Reguladora de Juegos y Apuestas

Bases: debe ser honesta y veraz y no debe engañar o inducir a error a los consumidores. Además, la publicidad no debe ser dirigida a menores de edad o a personas que hayan sido excluidas de los juegos de azar

SENEGAL

Apuestas deportivas: legales y reguladas presencialmente desde 1966 y *online* desde 2004. Monopolio de LONASE.

Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno

Nivel de regulación: Medio-Alto. Regulación presencial y *online*

Ley: No se ha encontrado información al respecto.

SERBIA	<p>Apuestas deportivas: Legales y regulados por la Ley de Juegos de azar 18/2020 (Ministry of Finance of the Republic of Serbia, 2020)</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Agencia de Juegos de Azar (RAS)</p> <p>Nivel de regulación: Alta. Además de estar reguladas en línea y presencialmente, el Estado persigue u bloquea aquellos operadores que no tengan licencia.</p>	<p>Ley: Ley de Juegos de Azar de 2011</p> <p>Bases: Prohíbe la publicidad de juegos de azar en programas y publicaciones dirigidos a menores de edad y establece límites para la publicidad de juegos de azar en los medios de comunicación. Además, los operadores de juegos de azar deben obtener una licencia y cumplir con ciertos requisitos para poder operar en el país.</p>
SIERRA LEONA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas desde 1959. Monopolio de la Compañía de Lotería del Estado de Sierra Leona (SLSL en inglés)</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Estado</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. Regulación <i>online</i> y presencial a través de un único operador. <i>Online</i> se permiten operadores internacionales.</p>	<p>Ley: No se ha encontrado información al respecto.</p>
SINGAPUR	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno</p> <p>Nivel de regulación: Alta. La regulación de las apuestas deportivas es estricta y solo está permitida por la agencia estatal de apuestas deportivas, la Singapur Pools. El gobierno ha tomado medidas adicionales para prevenir el juego excesivo y proteger a la población, como la implementación de medidas de control de acceso.</p>	<p>Ley: Regulada por el Consejo de Regulación de los Juegos de Azar.</p> <p>Bases: Se prohíbe la publicidad de los juegos de azar en medios de comunicación, incluidos televisión, radio, periódicos y revistas, y se permite solo en los sitios web de los operadores de juegos de azar autorizados y en las instalaciones de juegos de azar. La publicidad también debe cumplir con las regulaciones y normas establecidas por el Consejo, como la prohibición de atraer a menores o hacer afirmaciones falsas o engañosas.</p>
SIRIA	<p>Apuestas deportivas: Ilegales y reguladas. Las apuestas deportivas de sangre están reguladas como ilegales. Todas ellas están perseguidas ya que están prohibidas por la Constitución siria</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Baja. Las apuestas deportivas están restringidas y las plataformas <i>online</i> perseguidas. Sin embargo, su regulación se ha visto limitada</p>	<p>Ley: No se ha encontrado información actualizada disponible sobre la regulación específica de la publicidad de los juegos de azar.</p>

debido a la situación política y de seguridad en el país.

SOMALIA	<p>Apuestas deportivas: Ilegales y reguladas Sistema de regulación: Centralizado a través del Estado Nivel de regulación: Baja. Dada la situación política del país existe mucho juego ilegal</p>	Ley: No se ha encontrado información al respecto.
SRI LANKA	<p>Apuestas deportivas: No reguladas Sistema de regulación: No existe sistema de regulación Nivel de regulación: Muy baja. Las apuestas deportivas son ilegales por religión. Sin embargo, no existe regulación al respecto sobre todo con respecto a operadores en línea.</p>	Ley: La publicidad de los juegos de azar está prohibida. No se permite anunciar o promocionar juegos de azar o apuestas en ninguna forma, incluyendo medios tradicionales o en línea.
STO TOMÉ Y PRÍNCIPE	<p>Apuestas deportivas: Ilegales y reguladas (Ley 1/2004) Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno Nivel de regulación: Baja. A pesar de ser ilegales no se establece ningún protocolo de restricción a páginas <i>online</i></p>	Ley: No se ha encontrado información al respecto.
SUAZILANDIA (ESWATINI)	<p>Apuestas deportivas: No se ha encontrado información al respecto</p>	Ley: No se ha encontrado información al respecto.
SUDÁFRICA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas presencialmente desde 1965 y <i>online</i> desde 2008 (Ley Nacional de Enmienda del Juego de 2008). Sistema de regulación: Centralizado a través del Consejo Nacional de Juego Nivel de regulación: Medio-Alto. Regulación <i>online</i> y presencial con acceso a plataformas internacionales</p>	<p>Ley: Regulado por el Consejo Nacional de Juego y la Ley Nacional de Juego de 2004. Bases: La publicidad de los juegos de azar debe ser veraz, objetiva y no engañosa, y debe estar dirigida únicamente a adultos. La publicidad no debe promover el juego excesivo, ni debe ser irresponsable o inapropiada. Además, los anuncios de juegos de azar en televisión y radio sólo están permitidos después de las 22:00 horas.</p>

SUDÁN	<p>Apuestas deportivas: Ilegales y reguladas por la Ley del Islam</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno</p> <p>Nivel de regulación: Media. Si bien está muy regulado y perseguido, algunos operadores internacionales ofrecen apuestas en línea a los ciudadanos de Sudán que juegan ilegalmente.</p>	<p>Ley: No existe ley de regulación de la publicidad dado que es ilegal</p>
SUDÁN DEL SUR	<p>Apuestas deportivas: Ilegales y reguladas por la Ley del Islam</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno</p> <p>Nivel de regulación: Media. Si bien está muy regulado y perseguido, la situación política del país dificulta su regulación de manera rigurosa.</p>	<p>Ley: No existe ley de regulación de la publicidad dado que es ilegal</p>
SUECIA	<p>Apuestas deportivas: Legales y reguladas a través de la Ley de Juego de 2019</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Autoridad de Juegos de Azar (Spelinspektionen).</p> <p>Nivel de regulación: Alta. Además de estar reguladas en línea y presencialmente, el Estado persigue u bloquea aquellos operadores que no tengan licencia.</p>	<p>Ley: Ley Sueca de Juegos de Azar (SFS 2018:1138). Regulada por la Autoridad de Juegos de Azar (Spelinspektionen)</p> <p>Bases: Prohíbe la publicidad engañosa o agresiva y establece límites en cuanto a la cantidad y la ubicación de la publicidad de juegos de azar. Además, la publicidad de juegos de azar en línea está sujeta a requisitos adicionales, como la obligación de incluir advertencias sobre el riesgo de adicción al juego.</p>
SUIZA	<p>Apuestas deportivas: Legales y reguladas desde 1923. Monopolio de Swisslos and Loterie Romande. Ilegal en cualquier otro operador por la Ley de Loterías y Apuestas Comerciales.</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión Federal de Juegos de Azar (Comlot)</p> <p>Nivel de regulación: Alta. Además de estar reguladas en línea y presencialmente a través de su monopolio, el Estado persigue u bloquea aquellos operadores que no tengan licencia.</p>	<p>Ley: Ley federal de Juegos de Azar y Casinos de 1998. Regulada por la Comisión Federal de los Juegos de Azar y la Comisión Interdepartamental de Juegos de Azar</p> <p>Bases: Establece restricciones y regulaciones específicas para la publicidad de los juegos de azar en medios impresos, en televisión, en internet y en publicidad exterior. Además, existe un código de conducta para la publicidad de los juegos de azar en línea, que establece pautas para la publicidad responsable.</p>

SURINAM	<p>Apuestas deportivas: Legales y reguladas</p> <p>Sistema de regulación: No se ha encontrado información acerca del órgano regulador de las apuestas deportivas</p> <p>Nivel de regulación: Alta. La regulación de las apuestas deportivas y el juego es muy restrictiva</p>	<p>Ley: No se ha encontrado información sobre la regulación de la publicidad</p>
TAILANDIA	<p>Apuestas deportivas: Ilegales y reguladas por la Ley de 1935 a excepción de las carreras de caballos en el Club Royal Turf y el Club Royal Bangkok Sports de manera presencial.</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno</p> <p>Nivel de regulación: Baja. Las apuestas deportivas son ilegales, pero existen operadores en línea que ofrecen apuestas deportivas clandestinas a los ciudadanos tailandeses.</p>	<p>Ley: Regulada por la Ley de Juego de Tailandia y la ley de regulación de la publicidad.</p> <p>Bases: La publicidad de los juegos de azar está prohibida en todas las formas, incluyendo anuncios en medios impresos, televisión, radio y medios digitales. Además, también está prohibido el patrocinio de eventos deportivos o culturales por parte de empresas de juegos de azar. Cualquier violación de estas leyes puede resultar en multas y sanciones severas.</p>
TAIWAN	<p>Apuestas deportivas: Legales y reguladas. Monopolio de la Lotería de Taiwan. Ilegales <i>online</i> por la Ley de código criminal de 1935</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. A pesar de ser ilegales <i>online</i> el Gobierno persigue a los operadores que permiten las apuestas.</p>	<p>Ley: No existe regulación porque los juegos de azar son ilegales salvo la Lotería del Estado</p>
TANZANIA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas desde 1967 a nivel presencial y desde 2013 <i>online</i></p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión de Juegos y Apuestas</p> <p>Nivel de regulación: Medio. El juego <i>online</i> y presencial está regulado, pero se otorgan licencias de forma muy laxa lo que permite que operadores sin mucha regulación estén disponibles para los jugadores</p>	<p>Ley: Regulada por la Autoridad de Juegos de Azar de Tanzania (TGRA, por sus siglas en inglés)</p> <p>Bases: La regulación incluye restricciones sobre los horarios de transmisión de anuncios de juegos de azar, así como sobre el contenido de los anuncios. Además, la publicidad de los juegos de azar no se puede dirigir a menores de edad ni puede ser engañosa. Los anunciantes que incumplen estas regulaciones pueden ser multados y enfrentar sanciones administrativas.</p>

TAYIKISTÁN	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas únicamente en línea desde 2004. Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno Nivel de regulación: Media. La regulación de las apuestas deportivas es limitada y únicamente en línea.</p>	<p>Ley: No se han encontrado datos específicos sobre la regulación de la publicidad de los juegos de azar.</p>
TIMOR ORIENTAL	<p>Apuestas deportivas: No reguladas Sistema de regulación: No existe regulación Nivel de regulación: Baja. Las apuestas deportivas no se encuentran reguladas</p>	<p>Ley: No existe ninguna regulación al respecto.</p>
TOGO	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas presencialmente. Sin regular en línea Sistema de regulación: Centralizado a través de Autoridad de Juegos de Azar de Togo Nivel de regulación: Medio-Bajo. Si bien están reguladas presencialmente no existe ninguna regulación <i>online</i></p>	<p>Ley: No se ha encontrado información al respecto.</p>
TONGA	<p>Apuestas deportivas: no reguladas Sistema de regulación: No existe Nivel de regulación: Muy bajo. No existe regulación ni de las apuestas deportivas ni de su acceso a plataformas.</p>	<p>Ley: No se ha encontrado información sobre la regulación específica de la publicidad de los juegos de azar o de las apuestas deportivas.</p>
TRINIDAD Y TOBAGO	<p>Apuestas deportivas: Legales y reguladas por la Ley de Juegos y Apuestas de 2014 presencialmente (Ministry of the Attorney General and Legal Affairs, 2016). No reguladas <i>online</i>. Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión de Juego Nivel de regulación: Bajo. Las apuestas deportivas están reguladas presencialmente. <i>Online</i> no existe regulación, persecución o sanción si se realizan apuestas</p>	<p>Ley: Ley de Juegos de Azar y Apuestas de 2015 Bases: la publicidad de los juegos de azar debe ser legal y no engañosa, y debe cumplir con los requisitos establecidos en las regulaciones de la ley. Además, la ley prohíbe la publicidad de los juegos de azar dirigida a menores de edad.</p>
TÚNEZ	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas desde 1974. Monopolio de Promosport. Sistema de regulación: Centralizado a través de la Autoridad Nacional de Juego Nivel de regulación: Alto. Reguladas tanto presencial como <i>online</i> mediante un monopolio</p>	<p>Ley: regulada por la ley número 2013-75 de 27 de diciembre de 2013. Bases: Incluyendo restricciones en cuanto a horario y contenido. Debe ser veraz, objetiva y no engañosa, y debe estar dirigida únicamente a adultos. La</p>

TURKMENISTÁN	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas a nivel presencial desde 1999. Ilegales en línea desde 2006.</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno</p> <p>Nivel de regulación: Medio. Sólo se permiten las apuestas presenciales con una empresa.</p>	<p>publicidad no debe promover el juego excesivo, ni debe ser irresponsable o inapropiada.</p>
TURQUÍA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas desde 1983. Monopolizado por Turkish Sports Toto y Türkiye Jokey Kulübü</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Ministerio de Deportes</p> <p>Nivel de regulación: Alta. El juego en línea, incluyendo las apuestas deportivas, está permitido y regulado en Turquía, pero los operadores deben obtener una licencia específica. Todos aquellos que no la tienen son bloqueados y perseguidos.</p>	<p>Ley: No existe ninguna regulación al respecto</p> <p>Ley: Regulada por la Ley de Juegos de Azar No. 5510.</p> <p>Bases: La ley establece restricciones en la publicidad de los juegos de azar y prohíbe la promoción de juegos de azar a través de medios como televisión, radio, periódicos y revistas. También prohíbe la publicidad de los juegos de azar en sitios web y en lugares públicos, incluidos estadios deportivos. Establece sanciones para aquellos que incumplen las regulaciones, incluyendo multas y cierres de operaciones.</p>
TUVALU	<p>Apuestas deportivas: Ilegales y no reguladas</p> <p>Sistema de regulación: No existe regulación</p> <p>Nivel de regulación: Muy bajo. No existe regulación ni penalización a pesar de ser ilegales</p>	<p>Ley: Al ser ilegales y no estar reguladas no existen leyes sobre la publicidad relacionada con las apuestas deportivas.</p>
UCRANIA	<p>Apuestas deportivas: Legal por la Ley nº 768-IX sobre la regulación estatal de las actividades para la organización y ejecución de los Juegos de Azar de 2020 (Ukrainian Parliament, 2020)</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión Estatal para la Regulación de los juegos y loterías</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alta. Regulada presencialmente y <i>online</i>. Debido a su situación política y social no se tiene información sobre si se está llevando a cabo esta regulación adecuadamente.</p>	<p>Ley: Ley de Juegos de Azar de 2020. Regulado a través de la Comisión Estatal para la Regulación de los juegos y loterías</p> <p>Bases: restricciones a la publicidad en televisión, radio y medios en línea, y se requiere que todas las promociones publicitarias contengan mensajes de advertencia sobre los riesgos del juego. Además, la publicidad de los juegos de azar está prohibida en</p>

UGANDA	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas desde 1986</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Junta de Control y Licencias de Apuestas (BCLB en inglés)</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. Se encuentran reguladas tanto presencialmente como en línea y la Junta vela porque sólo se pueda acceder a aquellos operadores que tengan licencia.</p>	lugares públicos y eventos deportivos.	Ley: No se ha encontrado información al respecto.
URUGUAY	<p>Apuestas deportivas: Legales y reguladas</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Dirección Nacional de Loterías y Quinielas</p> <p>Nivel de regulación: Alta. El mercado de apuestas deportivas en el país es controlado por un monopolio estatal y no hay empresas privadas que ofrezcan apuestas deportivas en línea.</p>	<p>Ley: regulada por la Ley de Juegos de Azar.</p> <p>Bases: el control de la publicidad y la promoción de los juegos de azar están estrictamente regulados. Deben cumplir con ciertos requisitos, como no ser engañosa, no promover el juego excesivo y no dirigirse a menores de edad. Así como restricciones en cuanto a su horario y a la programación en la que se transmiten los anuncios.</p>	
UZBEKISTÁN	<p>Apuestas deportivas: Ilegales y reguladas</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de</p> <p>Nivel de regulación: Medio. Mientras que las apuestas deportivas presenciales se vigilan y persiguen, las <i>online</i> no son perseguidas. Existe mucho juego clandestino, sobre todo peleas de gallos. En 2021 se intentó legalizar las apuestas deportivas, pero el decreto no fue aprobado.</p>	<p>Ley: No se ha encontrado una ley específica</p> <p>Bases: La publicidad de los juegos de azar es estricta. La promoción de juegos de azar, incluida la publicidad, está prohibida en el país.</p>	
VANUATU	<p>Apuestas deportivas: legales y reguladas a través de la Ley de Control de las Apuestas de 1993 y su actualización del 2003</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión de Juegos de azar</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Alto. La regulación incluye la emisión de licencias a operadores de juegos de azar, la supervisión y el cumplimiento de estándares de juego justo y seguro.</p>	<p>Ley: No se ha encontrado información sobre la regulación específica de la publicidad de los juegos de azar o de las apuestas deportivas.</p>	

VENEZUELA	<p>Apuestas deportivas: Legales y reguladas por la Ley para el control de los casinos, salas de bingo y máquinas tragapapeles (1997), la ley de impuestos a las actividades de juegos de envite o azar (2007) y la ley contra la delincuencia organizada y financiamiento del terrorismo. El juego en línea es ilegal.</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión Nacional de Casinos, Salas de Bingo y Máquinas Tragapapeles.</p> <p>Nivel de regulación: Medio. La mayoría de las casas de apuestas están reguladas por las autoridades locales, aunque no existe una legislación vigente que regule el juego <i>online</i></p>	<p>Ley: responsabilidad del Consejo Nacional de Juegos de Azar (CNLA).</p> <p>Bases: Establece regulaciones para la publicidad de los juegos de azar en el país, incluyendo restricciones en cuanto a la edad del público objetivo y el contenido de la publicidad. La publicidad no puede dirigirse a menores de edad, ni hacer promesas falsas de ganancias. Además, está prohibida la publicidad de los juegos de azar en medios de comunicación, incluyendo televisión, radio y medios impresos, en lugares públicos y en la vía pública, y establece sanciones para aquellos que incumplen las regulaciones establecidas.</p>
VIETNAM	<p>Apuestas deportivas: Ilegales y reguladas por la Ley de Juegos de Azar de 2003. Excepción: carreras de caballos en Hanoi y Ho Minh City</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Ministerio de Cultura y Deporte.</p> <p>Nivel de regulación: Alta. La ley prohíbe los juegos de azar en línea y todas las formas de apuestas deportivas. Los operadores en línea son bloqueados, aunque no se persigue a los proveedores</p>	<p>Ley: Regulada por el Ministerio de Cultura, Deportes y Turismo.</p> <p>Bases: Según la ley, la publicidad de los juegos de azar está prohibida en medios tradicionales como la televisión, la radio y los periódicos. Sólo está permitida dentro de las hípicas aprobadas y permitidas por el estado. Además, la publicidad de los juegos de azar no debe ser engañosa ni dirigirse a personas menores de edad. Cualquier infracción de estas regulaciones puede resultar en sanciones y multas severas.</p>
YEMEN	<p>Apuestas deportivas: Ilegales y reguladas por la Ley nº12 (Government of Yemen, 1994)</p> <p>Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno</p> <p>Nivel de regulación: Medio-Baja. A pesar de la regulación existe mucho juego clandestino.</p>	<p>Ley: No se ha encontrado información específica sobre la regulación de la publicidad en los juegos de azar</p>
YIBUTI	<p>Apuestas deportivas: no reguladas</p>	<p>Ley: regulada por la ley de juegos de azar de 2014 a</p>

Sistema de regulación: No existe sistema de regulación
Nivel de regulación: Muy bajo. No se encuentran reguladas

través del Consejo Nacional de Juegos de Azar
Bases: Todas las formas de publicidad de juegos de azar deben ser aprobadas por el Consejo Nacional de Juegos de Azar antes de su difusión. Además, estas publicidades no deben ser engañosas o incitar a la actividad de juego de una manera irresponsable.

ZAMBIA
Apuestas deportivas: legales y reguladas desde 1994 (Ministry of Legal Affairs, 1994)
Sistema de regulación: Centralizado a través de la Comisión Nacional de Juegos de Azar (NGCRA, por sus siglas en inglés)
Nivel de regulación: Medio-Alto. Reguladas tanto presencialmente como en línea

Ley: No se ha encontrado información al respecto.

ZIMBABUE
Apuestas deportivas: legales y reguladas desde 1914 y *online* desde 2002
Sistema de regulación: Centralizado a través del Gobierno
Nivel de regulación: Medio-Alto. Regulación *online* y presencial

Ley: Ley de Juegos de Azar y Loterías de 2004
Bases: Las empresas de juegos de azar deben obtener una licencia para operar y están limitadas en cuanto a la publicidad y promoción de sus productos y servicios. La publicidad no puede ser engañosa o inapropiada y debe cumplir con ciertas regulaciones específicas, como no dirigirse a menores de edad. Además, la publicidad en medios de comunicación no puede exceder una hora por día.

3.1.1. América

El continente americano incluye 35 países y 15 dependencias. La legislación de las apuestas deportivas varía en cada país (véase figura 1 o tabla 2), predominando un panorama en el que, en su mayoría, son legales, al menos en uno de los dos formatos (*online* o presencial). Los únicos países en los que son ilegales en todos sus formatos, por el momento son: Ecuador, Cuba, Islas Caimán, Dominica y Barbados

Figura 1.

Legislación de las apuestas deportivas en el continente americano



Sin embargo, y a pesar de ser legales en la mayor parte del continente americano, no existe mucha investigación sobre la participación de los adultos en las apuestas deportivas. La única información encontrada es relativa a 4 países.

- **Brasil:** Según el “Brazilian Player: o mercado de apuestas deportivas no Brasil” (2021), el 38% de los brasileños afirma realizar apuestas deportivas de manera continuada. El 12% declaran que las apuestas deportivas son su fuente principal de ingresos. Además, este estudio encontró que el 59% afirma haber realizado apuestas deportivas en los últimos 12 meses y un 13% más en los últimos 18 meses. De las personas que afirmaban realizar apuestas deportivas el 18% afirmaba apostar 7 veces/semana, el 16% 4-6 veces por semana, el 48% 1-3 veces y el 18% 2-3 veces (Globo, 2021b)
- **Canadá:** Según un estudio realizado por Humphreys y Pérez (2012), el 5% de la muestra afirmó realizar apuestas deportivas en el último año. Casi el 50% de estas afirmaban hacerlo, al menos, semanalmente.
- **Chile:** Según un estudio realizado por Oyanedel et al. (2019), el 23.6% afirmaba haber realizado apuestas deportivas alguna vez en la vida.
- **EEUU:** Winters y Derevensky (2019) señalan que, en Estados Unidos, las apuestas deportivas son las apuestas con más prevalencia. Así, el intervalo de jugadores que afirman haber realizado apuestas deportivas alguna vez en su vida oscila entre el 17.2 % (Grubss y Kraus, 2022) y el 45% (Winter y Derevensky, 2019), en función de los estudios. Con respecto a aquellos que afirman haber realizado apuestas en el último año, el intervalo oscila entre el 6.2% (Grubss y Kraus, 2022) y el 20% (Winter y Derevensky, 2019). Según estos últimos autores, el 4% realiza apuestas deportivas regularmente. Otros autores, como Etuk et al. (2022), añaden en esta dirección que, en EEUU, tras la pandemia mundial de la covid-19, las apuestas deportivas semanales se han visto duplicadas. Esto ha supuesto un GGR de 15.170 millones de € en el primer trimestre del 2022, un 8.8% más que el año anterior y más de todo lo recaudado en el año 2019. Es decir, el récord de crecimiento más rápido de EEUU en toda su historia.

3.1.2. Oceanía

El continente oceánico incluye 14 países y 14 dependencias. La legislación de las apuestas deportivas varía en cada país (véase figura 2 o tabla 2), predominando un panorama en el que, en su mayoría, son legales, al menos en uno de los dos formatos (*online* o presencial). El único país en el que son ilegales en todos sus formatos, por el momento es: Tuvalu. Además, se encuentran sin regular (alegales) en Micronesia (Palau, Federación de Estados de Micronesia, Islas Marshall, Nauru y Kiribati) y en Tonga.

formatos son: Armenia, Azerbaiyán, China, Corea del Sur, Filipinas, Georgia, Israel, Japón, Kazajistán, Rusia, Singapur, Tayikistán, Turkmenistán, Turquía y Taiwán. Con respecto a la legislación vigente de las apuestas deportivas es importante destacar tres cosas: La primera es que en la mayoría de países donde es ilegal realizar apuestas deportivas por la Ley Sharía, sí que están admitidas las apuestas a carreras de caballos y camellos al ser consideradas juegos de destreza y no de azar; la segunda es que, a pesar de ser ilegales, existe una extraordinaria demanda de este tipo de apuestas, lo que genera un elevado juego clandestino, sobre todo, de apuestas de sangre (peleas de gallos, perros o codornices), haciendo del continente asiático el de mayor incidencia de apuestas ilegales del mundo, del sector global (Greville, 2015, Hill et al., 2014; citado en Pérez, 2017); la tercera es que, si bien las apuestas deportivas son ilegales, la Ley Sharía sólo se aplica a la población musulmana, por lo que los turistas en algunos países sí que tienen permitido realizar apuestas deportivas en operadores internacionales (Tabla 2)

Figura 3.

Legislación de las apuestas deportivas en el continente asiático



Así, según Hill et al. (2015), la Asociación Mundial de Lotería estima que el mercado asiático de apuestas deportivas, legales e ilegales, en 2014, fue de aproximadamente 84.000 mill. €, centrándose, principalmente, en el mercado de apuestas internacionales a través de internet.

Teniendo en cuenta que en la mayor parte de los países asiáticos las apuestas deportivas (a excepción de los caballos y camellos) es ilegal, no existe apenas investigación sobre la participación de los adultos en las apuestas deportivas. La única información encontrada es relativa a 4 países.

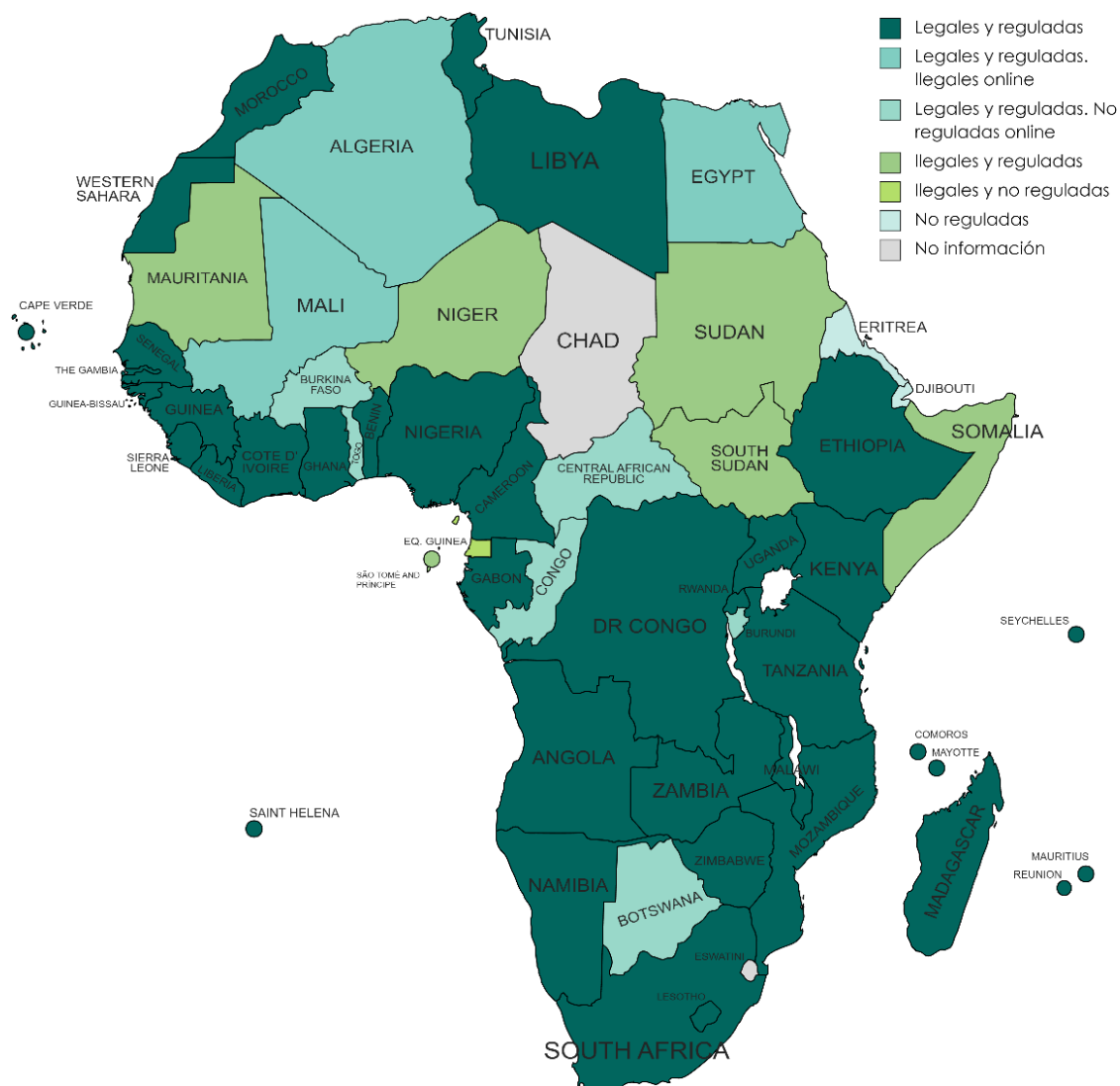
- **China:** Si bien no se ha encontrado ningún estudio que hable de la prevalencia de jugadores de apuestas deportivas, autores como Li et al. (2015) observaron que las apuestas deportivas supusieron más de 351 millones de dólares para el estado en el año 2013.
- **Irán:** Según Seyyed Masoomeh et al. (2019), el 30% de los universitarios iraníes realiza apuestas deportivas.
- **Singapur:** Según Leng et al. (2022) el 56% de la población de Singapur afirma realizar apuestas deportivas mensualmente.
- **Turquía:** Según Gökce et al. (2022) más de 5 millones de personas mayores de 18 años realizan apuestas deportivas legalmente frente a otros casi 5 millones de personas que afirman realizarlas ilegalmente. Es decir, el 12% de su población total afirmaría realizar apuestas deportivas de algún tipo.

3.1.4. **África**

El continente africano incluye 54 países. La legislación de las apuestas deportivas varía en cada país (véase figura 4 o tabla 2), predominando un panorama en el que, en su mayoría, son legales, al menos en uno de los dos formatos (*online* o presencial). Los únicos países en los que son ilegales en todos sus formatos, por el momento son: Guinea Ecuatorial, Libia, Mauritania, Níger, Somalia, Santo Tomé y Príncipe, Sudán y Sudán del Sur. Además, Eritrea y Yibuti no tienen regulación sobre las apuestas deportivas y no se ha encontrado ningún tipo de información sobre la regulación de las apuestas deportivas en Chad y Eswatini (Suazilandia).

Figura 4.

Legislación de las apuestas deportivas en el continente africano



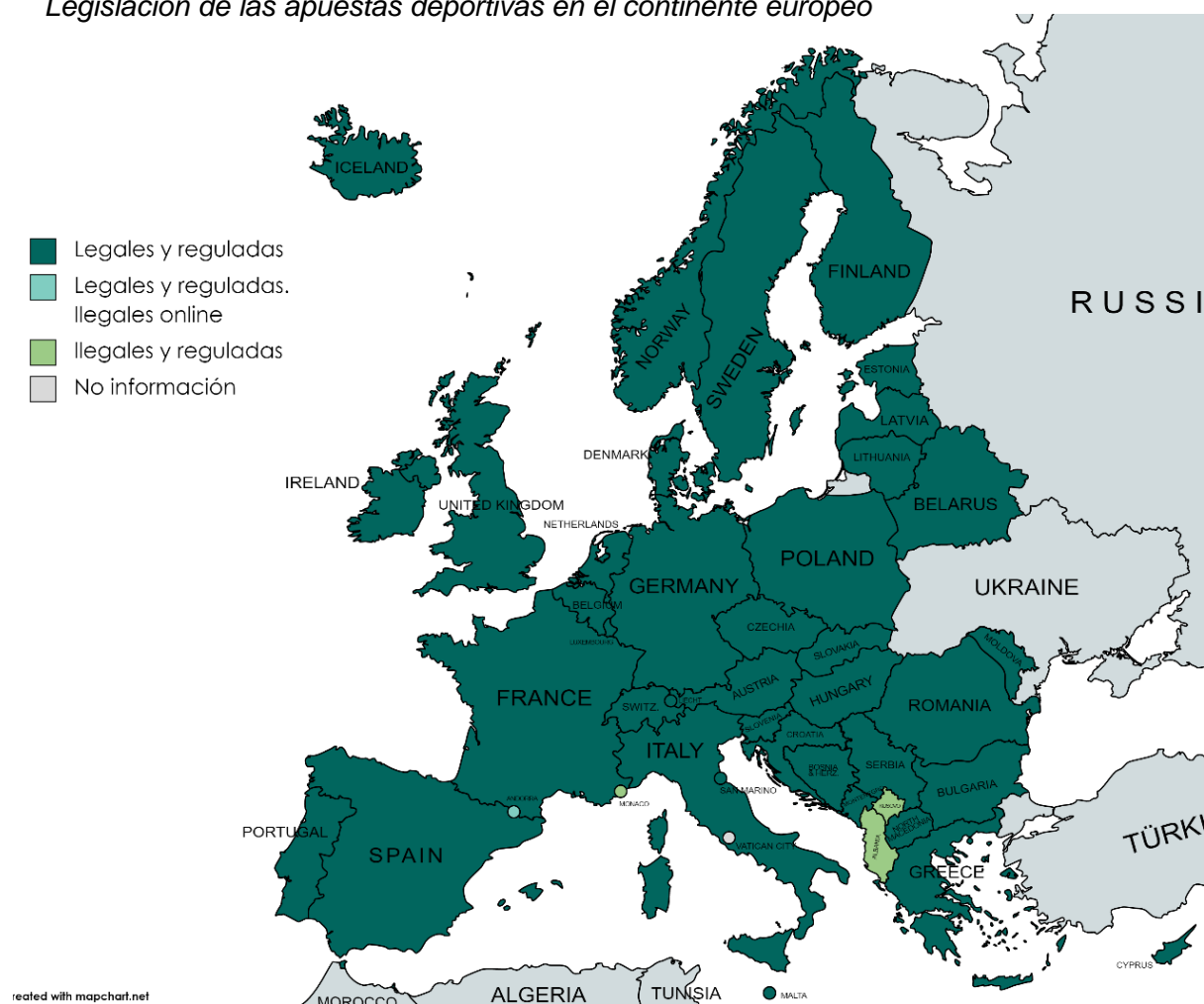
Sin embargo, y a pesar de ser legales en la mayor parte del continente africano, no existe apenas investigación sobre la participación de los adultos en las apuestas deportivas. La única información encontrada es relativa a 5 países.

- **Ghana:** En un estudio realizado por Wangari (2018) (Ofosu y Kotey, 2019) observó que el 48% de las personas que vivían en Ghana y que habían realizado apuestas en el último año, lo había hecho con una regularidad de al menos una vez al mes. En esta misma línea, estos autores observaron en su estudio que, el 54.5% de su muestra afirmaba realizar apuestas deportivas al menos una vez a la semana y el 31.3% diariamente.

- **Kenia:** Según Geopoll (2017) (Gathuru, 2022) el 76% de los keniatas entre los 17 y los 35 años han participado en apuestas deportivas al menos una vez en su vida. Dentro de esta franja, más del 78% de los estudiantes universitarios de Kenia afirman realizar apuestas deportivas más de una vez a la semana (Ogachi et al., 2020).
- **Malawi:** El 63.3% realiza apuestas deportivas (Ndala, 2021)
- **Nigeria:** Esto apoya lo señalado por Ayandele et al. (2020) o Afe et al. (2022) que establecen que, según datos de la *News Agency de Nigeria*, 60 millones de nigerianos (4 de cada 10) habrían gastado casi 2 mil millones de Nairas nigerianas (3.7 millones de €) en apuestas deportivas diarias. Además, en sus estudios observaron que el 78% afirmaba haber estado realizando apuestas durante más de 6 meses, siendo un 53% los que admitían que esas apuestas habían sido diarias.
- **Uganda:** Aproximadamente el 20% de la población de Kampala afirma haber realizado apuestas deportivas en el año anterior, siendo los hombres 10 veces más tendentes a jugar que las mujeres. El 40.5% afirma realizar apuestas semanalmente y el 26.9% afirma realizarlas diariamente (Bunn et al., 2020)
- **Zambia:** El 23% de los estudiantes universitarios afirma apostar semanalmente (Sakala et al., 2019)

3.1.5. *Europa*

El continente europeo incluye 46 países y 2 dependencias. La legislación de las apuestas deportivas varía en cada país (véase figura 5 o tabla 2), aunque en menor medida que en el resto de continentes. Esto es, en parte, porque muchos de los países que se encuentran en Europa forman parte de la Unión Europea también y, como tal, comparten algunas leyes sobre la regulación del juego y, específicamente, de las apuestas deportivas, como el artículo 56 TFEU4 (European Commission, 2018) y el artículo 8 de la Directiva de juego de la UE 98/34/CE (European Parliament, 1998). Así, en su mayoría, las apuestas deportivas son legales, al menos en uno de los dos formatos (*online* o presencial). Los únicos países en los que son ilegales en todos sus formatos, por el momento son: Albania, Mónaco y Kosovo. No se ha encontrado información de la Ciudad del Vaticano.

Figura 5.*Legislación de las apuestas deportivas en el continente europeo*

Sin embargo, y a pesar de ser legales en la mayor parte del continente europeo, no existe mucha investigación sobre la participación de los adultos en las apuestas deportivas. La única información encontrada es relativa a 4 países (exceptuando España).

- **Alemania:** El 11.1% de los alemanes afirma haber realizado al menos una apuesta deportiva en su vida y el 3.4% haberlo hecho en el último año (Gasman et al., 2017 citado en Cooper et al., 2022)
- **Finlandia:** Un estudio realizado por Castren et al. (2013) observó que el 28% de las personas entre 15 y 64 años afirmaba realizar apuestas deportivas, al menos, una vez a la semana
- **Macedonia:** Cerca del 40% de los macedonios afirman haber realizado apuestas deportivas, al menos, una vez en el último año (Anastasovski y Nanev, 2014). Estos datos deben ser entendidos con cierta precaución pues, a pesar de ser los únicos

encontrados, son antiguos y es posible hayan variado con el tiempo.

Lo que sí se ha observado, según la *European Gaming and Betting Association* (2019) es que las apuestas deportivas suponen, en Europa, el 40.3% de mercado *online* y que el patrón de juego en estas apuestas es, cada vez, más problemático.

3.2. Participación en Apuestas Deportivas de la Población Adulta en España

La prevalencia en España oscila entre el 3.7% (DGOJ, 2021) y el 42.6% (Labrador y Vallejo-Achón, 2020), en función de las investigaciones, la muestra y el método de evaluación. Con respecto al mercado, en 2020, el 50.6% del mercado *online* estaba dominado por las apuestas deportivas (DGOJ, 2021).

Es importante resaltar que, si bien España es uno de los países con más investigación en lo referente a juegos de azar, no se ha observado esta dinámica en cuestión de apuestas deportivas. Así, las principales investigaciones realizadas han sido de la mano de instituciones o empresas como Codere, la SELAE y la DGOJ y recogidas en el Anuario del Juego en España (Gómez-Yáñez, 2020). Estas han estado centradas, principalmente, en datos de mercado (dinero invertido, dinero ganado, operadores...) y no tanto a nivel poblacional (prevalencia de juego, de juego problemático...), lo que ha supuesto la ausencia de un único sistema de registro para establecer la cantidad de jugadores o de juego por años. En los últimos 5 años, lo que sí que se ha realizado es un estudio del crecimiento del mercado atendiendo a la cantidad de dinero jugada, tanto presencial como telemáticamente, observándose que, desde sus inicios, ha mostrado un auge paulatino y una tendencia hacia las apuestas *online* (Sánchez-Pardo et al., 2016; Parke y Parke, 2019).

3.2.1. Apuestas Presenciales (Tabla 3)

Si se habla del origen del mercado de las apuestas deportivas en España, se habla de la Quiniela (1946). Hasta 2008, las apuestas deportivas estuvieron casi monopolizadas por esta y sus ventas este mismo año ascendieron a un GGR de 306.56 mill. € (Gómez Yáñez, 2013).

- **2011:** Según un estudio realizado por el Instituto de Política y Gobernanza de la Universidad Carlos III con el patrocinio de la Fundación Codere (Gómez Yáñez, 2013), en 2011 el 1.1% de la población afirmaba acudir a locales de apuestas deportivas y un 0.9% afirmaba haberlo hecho en los últimos 6 meses. Estas mismas

personas, eminentemente hombres de entre 18 y 35 años, afirmaron apostar una media de 6.33€/semana. El GGR, en 2011, fue de 309.7 mill. €/año.

- **2012:** La recaudación, antes prácticamente realizada a través de la Quiniela, se ve reducida en un 35.4% desde 2008 generando un cambio en la dinámica de juego hacia un juego en línea. Comienza a observarse un cambio en el panorama, pues la presencia de casas de apuestas supone el desarrollo de un potente mercado emergente *online*, en especial en algunas comunidades autónomas (sobre todo en Madrid, País Vasco, Navarra y Aragón). Se estima que el número de jugadores presenciales en casas de apuestas llegó a 140.000. Se obtuvieron más de 1.920 mill. € apostados y un GGR de 244 mill. € (Gómez Yáñez, 2013; Gómez Yáñez, 2016).
- **2013:** El panorama de las apuestas deportivas iniciado en 2012, sigue su curso a gran velocidad con un volumen de apuestas que asciende a casi 3 millones de € (Gómez Yáñez, 2014). Aumentan las comunidades en las que se pueden realizar apuestas y también aumenta el número de personas que afirma realizarlas, llegando al 2.8% de la población española (casi 1 millón de personas) (Gómez Yáñez, 2014). El GGR durante este año fue de 267 mill. € (Gómez Yáñez, 2016).
- **2014:** Comienzan a diluirse las fronteras entre el juego presencial y el *online* debido a que, dentro de las propias casas de apuestas, se permite participar de manera telemática. Esto genera un elevado porcentaje de dinero apostado (*handle*). El 3.5% de la población, es decir, 1.2 millones de españoles, afirman haber realizado apuestas deportivas presenciales en el último año (Gómez Yáñez, 2015). El GGR de las apuestas deportivas presenciales alcanza los 291 mill. € (Gómez Yáñez, 2016).
- **2015:** A partir de este año se observa que, en las apuestas deportivas, tiene cada vez más peso la empresa privada, reduciéndose de forma relevante las ganancias del Estado (Quiniela, Quinigol, SELAE...). El 3.8% de los residentes en España afirma haber apostado en eventos deportivos en el último año, lo que equivale a 1.4 millones de personas (Gómez Yáñez, 2016). El GGR es de 337 mill.€.
- **2016:** Las apuestas deportivas presenciales pasan a representar el 44.9% del mercado de juego presencial. El 5.1% de los españoles reconoció haber realizado apuestas deportivas en el último año (1.8 millones de personas) (Gómez Yáñez, 2017). El GGR de las apuestas deportivas presenciales asciende a casi 400 mill.€.
- **2017:** Desde el 2016 al 2017 se observó una disminución del ritmo de crecimiento que habían llevado las apuestas deportivas desde el año 2012. El 4.5% de los

residentes en España confirmaba haber realizado apuestas deportivas en el año anterior. Esto equivale a 1.6 millones de personas (Gómez Yáñez, 2018). El GGR en las apuestas deportivas presenciales fue de 429.7 mill.€, con un incremento del 16.9% desde el año anterior.

- **2018:** Este es el primer año en el que todas las comunidades autónomas han regulado sus mercados, siendo Andalucía la última. El 4.2% de la población española confirmó haber realizado apuestas deportivas en el año anterior. Esto equivale a 1.5 millones de personas (Gómez Yáñez, 2019). El GGR fue de 382.5 mill. €.
- **2019:** El efecto novedad prácticamente ha desaparecido notándose especialmente en el número de personas que recuerdan haber realizado apuestas deportivas en el año anterior, siendo 1.3 millones (3.7% de la población española) (Gómez Yáñez, 2020). El GGR alcanzó los 460 mill. €, un 7% más que el año anterior (Gómez Yáñez, 2020).
- **2020:** La SELAE comienza a comercializar su nuevo juego “Elige 8” con el que aumenta el atractivo de la, hasta ahora, quiniela típica generando un nuevo fondo de premios a repartir. El 3.7% de la población española recordó haber realizado apuestas deportivas en el último año. El mismo porcentaje que el año anterior. Destaca en este último año el aumento, dentro del GGR, de la aportación de la Quiniela. El GGR alcanzó los 273.6 mill. €, lo que supone un 16.2% menos que en 2019 (Gómez Yáñez, 2021). Estos datos resultan llamativos dado que durante la pandemia la realización de eventos deportivos y, por lo tanto, la realización de apuestas deportivas se vio anulada.
- **2021:** Se observa una disminución en las ganancias del 9% entre 2019 y 2021 y un aumento del 15% con respecto al 2020. (Gómez Yáñez, 2021). Llama la atención que las cantidades de dinero jugadas (*drop in*), tanto presencial como *online*, son las más grandes desde que se tienen datos, llegando a 13.103,3 mil. € (en 2019 fue de 9.565,9 mill. € y en 2020 de 8.465,9 mill. €). El GGR alcanzó los 302.7 mill. € (DGOJ, 2022).
- **2022:** Se observa un aumento del GGR con respecto a 2021. Las apuestas deportivas se convierten en el segmento con mayor tasa de crecimiento del año (aumento del 17.69%) (Gómez Yáñez, 2023). El GGR alcanzó los 345 mill. €, un 2% más que el año anterior (DGOJ, 2023).

Tabla 3.

Cantidad de Dinero Jugada* entre 2011 y 2022 (Mill. €)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Total	309.7	297.4	380	427	515	636	738.7	747.5	864	662.7	712	803.5
Presencial	309.7	244	267	291	337	400	429.7	382.5	460	273.6	302.7	345
Online	-	53.4	113	136	178	236	309	365	404	389.1	409.3	458.5

Nota. 2011-2017 (DGOJ, 2018; Gómez Yáñez, 2013; 2014; 2015; 2016; 2017; 2018); 2018-2020: (DGOJ, 2018; 2019; 2020; 2021; 2022; 2023; Gómez Yáñez, 2019; 2020; 2021; 2022; 2023)

3.2.2. Apuestas Online (Tabla 3 y Figura 6)

- **2012:** Los datos relativos a la segunda mitad de 2012, únicos disponibles a través de la DGOJ (2021), muestran un volumen de apuestas de 1.109,7 mill. €, que, en GGR, asciende a 53,4 mill. €.
- **2013:** Las apuestas *online* aumentan hasta representar el 68.4% del volumen de GGR total y convirtiéndose en 1/3 de los beneficios obtenidos. Se obtiene un GGR total aproximado de 113 mill. € (Gómez Yáñez, 2014).
- **2014:** Las apuestas *online* comienzan a crecer llegando a representar $\frac{3}{4}$ partes del dinero jugado, llegando a obtenerse más de 136 mill.€ de GGR (DGOJ, 2021).
- **2015:** El GGR de las apuestas deportivas *online* continúa en ascenso llegando a superar los 178 mill.€. (DGOJ, 2021; Gómez Yáñez, 2016)
- **2016:** Las apuestas deportivas *online* se configuran como el 37.4% del mercado de juego *online* (Gómez Yáñez, 2017). El GGR de las apuestas *online* ascendió a más de 236 mill. € (DGOJ, 2021). Esto supone un aumento de casi 6 veces con respecto al 2012 (EGBA, 2016; Gómez-Yáñez, 2019; Marchica et al., 2017).
- **2017:** El crecimiento de las apuestas *online* sigue manteniendo el crecimiento anual con un ritmo del 30%, como ya se venía viendo en los años anteriores. El GGR se situó en los 309 mill. €, (DGOJ, 2021; Gómez Yáñez, 2018).
- **2018:** Las apuestas deportivas siguen en aumento convirtiéndose en el 52.2% del GGR *online* del juego en el 2018 (DGOJ, 2019). El GGR se situó en los 365 mill. € (DGOJ, 2021; Gómez Yáñez, 2019).

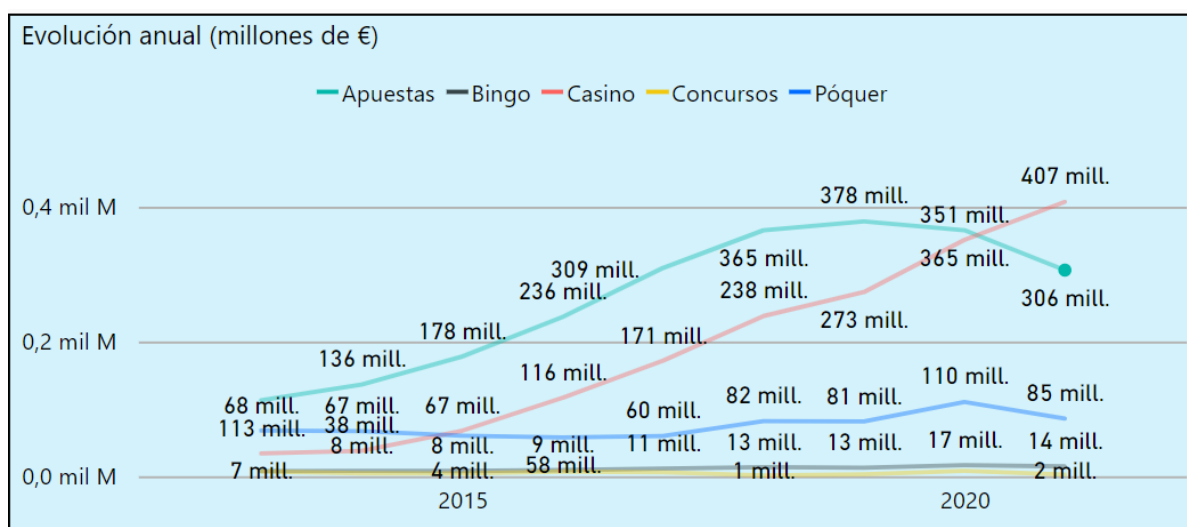
- **2019:** A partir de 2018 se ha percibido una meseta en el crecimiento del GGR de las apuestas deportivas *online*. Siendo estas el 50.6% del juego real *online* en España. El GGR fue de 404 millones €. (DGOJ, 2021; Gómez Yáñez, 2020).
- **2020:** El 2020 fue un año singular para las apuestas deportivas debido a las regulaciones estimadas dentro del estado de excepción generado por la pandemia de la covid-19. Cabe resaltar que, a pesar de las restricciones en cuanto a eventos deportivos durante 4 meses, los datos publicados por la DGOJ sobre las cantidades jugadas entre marzo y julio muestran que los niveles de apuestas se mantuvieron muy similares a los meses anteriores, a pesar de estar suspendidas las competiciones deportivas. El GGR llegó a los 389.1 millones €. (DGOJ, 2021; Gómez Yáñez, 2021).
- **2021:** El GGR aumentó ligeramente con respecto al año anterior (DGOJ, 2022), llegando al 37.52% del GGR anual. Esto supuso un GGR de 409.3 mill. € (DGOJ, 2022).
- **2022:** El GGR ha continuado aumentando desde 2020 superando el máximo anterior ocurrido en 2019 (404 mill. €). El GGR ha llegado a 458 mill. € (DGOJ, 2023).

En la figura 6 se puede observar una comparación del GGR por segmentos (en millones de €) desde 2013 a 2020 de las apuestas deportivas y una comparación con otros juegos de azar.

Figura 6.

GGR por segmentos desde 2013 a 2021

Obtenido de: Informe trimestral T1 del mercado de juego online estatal (DGOJ, 2021)



A modo de **resumen**: Existen muchas diferencias en la prevalencia de juego a apuestas deportivas entre continentes, entre países e incluso entre investigaciones llevadas a cabo en el mismo país.

Los resultados obtenidos a nivel global muestran los siguientes resultados:

- Adultos:

- De los 200 países que existen, las apuestas deportivas son legales en alguna de sus formas en 143, ilegales en 50 y no reguladas en 4. No se han encontrado datos de 3 países. En el 71.5% del mundo las apuestas deportivas son legales.
- En América la prevalencia oscila entre el 17% (EEUU) y el 45% (EEUU) a lo largo de la vida y entre el 5% (Canadá) y el 59% (Brasil) en el último año. Estas diferencias residen en la diferencia legislativa entre los países, la edad para poder realizar apuestas y los métodos utilizados durante la investigación.
- En Oceanía la prevalencia es del 80% a lo largo de la vida y entre el 4% y el 13% en el último año. Los únicos datos encontrados son únicamente de Australia y no se pueden generalizar a todo el continente.
- En Asia la prevalencia es del 56% en población general (Singapur) y del 30% en población universitaria (Irán) a lo largo de la vida. Del 12% (Turquía) en el último año. Los únicos datos encontrados son únicamente de países específicos y no se pueden generalizar a todo el continente.
- En África la prevalencia es del 76% (Kenia) a lo largo de la vida y entre el 20% (Uganda) y el 78% (Nigeria) en el último año. A nivel vital, los datos no pueden ser extrapolados al ser de un único país. Las diferencias en el último año residen en la diferencia legislativa entre los países, la edad para poder realizar apuestas y los métodos utilizados durante la investigación.
- En Europa la prevalencia oscila entre el 11.1% (Alemania) y el 58.6% (Dinamarca) a lo largo de la vida y entre el 3.7% (España) y el 42.6% (España) en el último año. Estas diferencias residen en la diferencia legislativa entre los países, la edad para poder realizar apuestas, los métodos utilizados durante la investigación y el tipo de muestra.

3.3. Participación En Apuestas Deportivas De La Población Menor De Edad A Nivel Mundial

Cuando se habla de infancia y adolescencia dentro de las apuestas deportivas existen dos preocupaciones principales:

- *Vulnerabilidad biológica*: La infancia y la adolescencia son épocas de mucha vulnerabilidad debido a la usencia de madurez del cerebro. El subdesarrollo de los mecanismos de autocontrol y la mayor sensibilidad a los efectos de las sustancias neurotóxicas, independientemente de que estas tengan un origen farmacológico o comportamental (Mwadime, 2017), generan una mayor tendencia a que conductas que pueden ser inocuas se traduzca en patrones problemáticos (Abolakale et al., 2023).
- *Vulnerabilidad social*: A pesar de que la realización de apuestas, de cualquier tipo, está prohibida para los menores de edad, el contexto sociocultural ha favorecido una percepción de riesgo muy baja tanto de efectos secundarios nocivos derivados de la realización de apuestas deportivas, como de las consecuencias por realizar una conducta ilegal (Rubio-García, 2018). El hecho de que las conductas relacionadas con las apuestas deportivas se vean, tanto social como moralmente, como menos problemáticas o más aceptables, ha generado que los más jóvenes dejen de ver este tipo de apuestas como “algo de mayores” (Sarabia et al., 2013; Purves et al., 2020 citados en Seal et al., 2022) y lo vean como una forma de entretenimiento equiparable a las actividades grupales más habituales como practicar deporte, escuchar música o quedar en la calle. Esto unido a la facilidad en el acceso al juego de manera instantánea y gratuita, que se ha vivido con la globalización de las apuestas deportivas, y el aumento de la participación de la población debido a la aparición de la era *online* (Nuriath et al., 2020), supone un foco de gran preocupación a nivel social y científico.

A pesar de estas preocupaciones y de que recientes investigaciones como la de Marchica et al. (2017) o Habibu et al. (2020) mostraron que, aproximadamente, entre el 50 y el 83% de los jóvenes había realizado apuestas deportivas antes de los 18 años, la investigación realizada al respecto es bastante escasa. Se observan las mismas limitaciones que en las investigaciones con adultos con respecto a la variabilidad en la legalidad de las apuestas y su regulación, los métodos de estudio y la regulación de los operadores y se le añade, además, la dificultad de que, al sobreentenderse que es ilegal para este tipo de población, no se presta atención a este nicho poblacional.

Con la finalidad de tener un entendimiento más amplio y específico de la situación de las apuestas deportivas a nivel internacional, se va a proceder en los siguientes apartados, a realizar una recopilación más específica, y distribuida a nivel continental, de la bibliografía encontrada relacionada con la prevalencia de las apuestas deportivas en población menor de edad.

3.3.1. **América** (Figura 1 o Tabla 2)

Con respecto al continente americano, la legislación en 33 de los 35 países prohíbe la realización de apuestas deportivas a los menores de 18 años y en el caso de los dos restantes (Canadá y EEUU) la prohibición de edad reside en la mayoría de los Estados en los 19 años y en los 21 años, respectivamente.

Debido a esto, muy probablemente, existan tan poca investigación al respecto. La única información encontrada es relativa a 1 país.

- **EEUU:** La tasa de prevalencia entre los adolescentes a lo largo de la vida está entre el 77% y el 83% (Marchica et al., 2017), muy en la línea de lo que establecen los estudios internacionales como el de Habibu et al. (2020). Con respecto a la realización de apuestas en el último año, autores como Sakala et al. (2019) y el Centro Nacional para el Juego Responsable (National Centre for Responsible Gaming, NCRG), estimaron que un 75% de los adolescentes habían realizado mínimo una apuesta deportiva en el año anterior. Winters y Derevensky (2019), observaron que más del 37% de su muestra afirmaba realizar apuestas deportivas de manera continuada.

3.3.2. **Oceanía** (Figura 2 o Tabla 2)

Con respecto al continente oceánico, la legislación en 12 de los 14 países prohíbe la realización de apuestas deportivas a los menores de 18 años y en el caso del país restante (Nueva Zelanda) la prohibición de edad asciende a los 20 años. No se ha encontrado la edad mínima para apostar en Papúa Nueva Guinea.

Esto podría explicar la ausencia, prácticamente, de investigación al respecto. La única información encontrada es relativa a 1 país.

- **Australia:** Winters y Derevensky (2019), observaron que más del 30% de su muestra afirmaba realizar apuestas deportivas.

3.3.3. **Asia** (Figura 3 o Tabla 2)

Con respecto al continente asiático, la legislación en 43 de los 51 países prohíbe la realización de apuestas deportivas a los menores de 18 años. En el caso de los 8 restantes la edad mínima oscila entre los 19 años (Corea del Sur), los 20 años (Japón) y los 21 años (Armenia, India, Líbano, Malasia y Vietnam).

Esto y la situación política, social y económica en la que se encuentran la mayoría de países asiáticos explica la práctica ausencia de investigación al respecto. La única información encontrada es relativa a 1 país.

- **Turquía:** Según Tolga (2019) de los jugadores que comenzarían a jugar siendo menores de edad casi $\frac{1}{4}$ habría empezado entre los 10 y los 12 años, el 59% entre los 13 y los 15 años y el 18% entre los 16 y los 18 años.

3.3.4. **África** (Figura 4 o Tabla 2)

Con respecto al continente africano, la legislación en 48 de los 54 países prohíbe la realización de apuestas deportivas a los menores de 18 años. En el caso de Nigeria la edad mínima asciende a los 20 años. No se ha encontrado información sobre la edad mínima de apuesta en Gabón, Guinea-Bissau, Guinea-Ecuatorial, Sudán del Sur y Túnez.

Esto y la situación política, social y económica en la que se encuentran la mayoría de países africanos explica la poca investigación al respecto, al menos que se haya encontrado. La única información encontrada es relativa a 2 países.

- **Kenia:** Sakala et al. (2019) se observó que el 78% de los estudiantes realizaban apuestas deportivas. Además, estos lo hacían como una forma inteligente de ganar dinero para sobrevivir en el campus en lugar de depender de sus padres o tener que pedir préstamos para estudiar.
- **Tanzania:** Habibu et al. (2020) observaron que la tasa de prevalencia de las apuestas deportivas en su muestra (N=383) era del 73.8%.

Ambas investigaciones siguen la misma línea que los estudios internacionales.

3.3.5. **Europa** (Figura 5 o Tabla 2)

Con respecto al continente europeo, la legislación en 40 de los 46 países prohíbe la realización de apuestas deportivas a los menores de 18 años. En los otros 6 países la edad mínima oscila entre 21 (Bélgica, Bielorrusia y Estonia), 23 (Grecia) y 25 (Malta y Portugal,

pero sólo para los nacionales).

Debido a esto, muy probablemente, no exista mucha investigación al no establecerse como un problema propio de esta edad. La única información encontrada es relativa a 2 países (exceptuando España).

- **Croacia:** El 40.7% de los estudiantes en edad escolar, confirmaron haber apostado en deportes al menos una vez en la vida, el 21.2%, afirmaron hacerlo ocasionalmente y el 19.4% regularmente (Ricijaš et al., 2015). Estos autores, además, observaron que, en comparación con otros tipos de juegos de azar, las apuestas deportivas seguían siendo mucho más frecuentes en población menor (por ejemplo, lotería normal = 3.6%; rasca y gana = 3.1% y máquinas VLT = 7%).

3.4. Participación en Apuestas Deportivas de la Población Menor de Edad en España

Siguiendo la línea de las regulaciones a nivel mundial y, específicamente, de la Unión Europea, de protección del menor, la realización de apuestas deportivas (y, en general, de juegos de azar), está prohibida para los menores de 18 años. Sin embargo, a pesar de lo que dispone el artículo 6.2 de la Ley de Regulación del Juego (BOE, 2011, p.9), el acceso a través de internet a operadores deportivos no regulados, mediante la suplantación de identidad de un adulto (Rubio García, 2018) o sin registrarse es una realidad en el país.

Autores como Caselles y Lloret (2018), Chóliz y Lamas (2017), Sarabia et al., (2014) y, más recientemente, Pérez-Albéniz et al. (2022), a lo largo de los últimos 8 años han señalado en diferentes estudios que la población menor de edad presenta una mayor preferencia por las apuestas deportivas, tanto *online* como presenciales en comparación con otros tipos de juegos de azar. En esta dirección, Pérez-Albéniz et al. (2022) observaron que los adolescentes priorizan, a nivel de preferencia, este tipo de apuestas (60%) por encima del resto de juegos de azar como los videojuegos (25.2%) y los juegos de cartas con apuestas (22.8%).

Así, la tasa de prevalencia de apuestas deportivas a lo largo de la vida entre los menores se encontraría en torno al 60% (Pérez-Albéniz et al., 2022). Con respecto a la prevalencia de las apuestas deportivas en el último año, esta oscila entre el 16% (Caselles y Lloret, 2018) y el 28% a nivel presencial o el 32% *online* (Pérez-Albéniz et al., 2022). Según Caselles y Lloret (2018) el 7% afirmaría hacerlo frecuentemente.

Más específicamente, dentro de la población menor de edad, según Pérez-Albéniz et al. (2022), existen diferencias en función de la edad. Así, los 16 años sería la edad a partir de la cual se registra un aumento considerable en la tendencia a las apuestas deportivas, en ambos sexos. Además, desde los 13 a los 16 años, el número de menores que afirma apostar se ha observado que se está duplicando anualmente (Caselles et al, 2018).

A modo de **resumen**: Existen muchas diferencias en la prevalencia de juego a apuestas deportivas en menores entre continentes, entre países e incluso entre investigaciones llevadas a cabo en el mismo país.

Los resultados obtenidos a nivel global muestran los siguientes resultados:

- Menores:

- De los 200 países que existen, las apuestas deportivas son ilegales, a partir de los 18 años en 176 países. En 2 (Canadá y Corea del Sur) son ilegales a partir de los 19 años. En 3 a los 20 (Japón, Nigeria y Nueva Zelanda), en 7 a los 21 años (Armenia, EEUU, Estonia, India, Líbano, Malasia y Vietnam), en Grecia a los 23 años y en Malta y Portugal a los 25 años. No se han encontrado datos de Gabón, Guinea-Bissau, Guinea Ecuatorial, Papúa, Sudán del Sur y Túnez
- En América la prevalencia oscila entre el 77% (EEUU) y el 83% (EEUU) a lo largo de la vida y es del 75% (EEUU) en el último año. Los únicos datos encontrados son únicamente de EEUU y no se pueden generalizar a todo el continente
- En Oceanía la prevalencia encontrada es del 30% en el último año. Los únicos datos encontrados son únicamente de Australia y no se pueden generalizar a todo el continente
- En Asia no se han encontrado datos de prevalencia en menores.
- En África la prevalencia no se han encontrado datos sobre la prevalencia a lo largo de la vida. En el último año la prevalencia oscila entre el 73.8% (Tanzania) y el 78% (Kenia). A nivel vital, los datos no pueden ser extrapolados al ser de un único país.
- En Europa la prevalencia oscila entre el 40.7% (Croacia) y el 87.5% (Dinamarca) a lo largo de la vida y entre el 16% (España) y el 19.4% (Croacia) en el último año.

Capítulo 4. Epidemiología de la Problemática de Juego en las Apuestas

Deportivas

Lo que se describe en el siguiente apartado es la escasa información encontrada sobre la problemática de juego en las apuestas deportivas, como ente separado del resto de juegos de azar. Como en el caso del apartado anterior, es importante resaltar 3 limitaciones encontradas: La primera es la falta de investigaciones sobre juego problemático en los diferentes países; la segunda es la falta de homogeneidad de la muestra en las investigaciones encontradas (muestras específicas, poblaciones específicas...); y la tercera, es la heterogeneidad en las medidas de evaluación. A pesar de todo ello, se procede a establecer una visión de la problemática de juego a las apuestas deportiva a nivel mundial.

4.1. Problemática de Juego en Apuestas Deportivas de la Población Adulta a Nivel Mundial

La investigación relativa a la incidencia de problemas con el juego a apuestas deportivas en los adultos es considerablemente pequeña. Es importante recalcar que, si el foco se pone únicamente en el juego patológico, no existen a penas datos o estos son de poblaciones muy específicas (universitarias, clínicas...) con prevalencias entre 0.5% (Wang et al., 2021) y 19.1% (Hing et al., 2015b). Sin embargo, si se tiene en cuenta el número de personas con problemas graves de adicción a las apuestas deportivas junto con el de aquellos que presentan un juego problemático y/o juego de riesgo, se observa un aumento bastante significativo tanto en el porcentaje de jugadores como en la cantidad de investigaciones al respecto (Mwadime, 2017), observándose prevalencias entre el 3% (Sakala et al., 2018) y el 61.8% (Ogachi et al., 2020). Esta investigación va a tener en cuenta, a la hora de hablar de problemas de juego, a aquellos jugadores que sean de riesgo, presenten juego problemático y juego patológico.

La diversidad en cuanto a leyes, protección del jugador y acceso al juego que se observa en los diferentes países (ver tabla 2), también se observa en la escasa investigación que se encuentra y en la diferencia de prevalencia de problemas de juego en función de la investigación y del país. Los estudios epidemiológicos llevados a cabo establecen prevalencias de problemas de juego estimadas entre 0.7% y 6.5% durante toda la vida y del 0.1% y 5.8% en los últimos 12 meses (Granero et al., 2020).

De manera más específica, si nos centramos en el juego patológico, según Winters y Derevensky (2019) la prevalencia se encuentra en un 1% de las personas que realizan apuestas deportivas en algún punto de su vida. Entre el 2 y el 3% acabarían desarrollando

juego problemático o de riesgo.

En poblaciones más específicas como la de los jóvenes universitarios, el metaanálisis de Nowak en 2018, basado en 72 estudios llevados a cabo entre 1987 y 2016, reveló que el 6.13% de los estudiantes encuestados eran probables jugadores patológicos mientras que el 10.23% eran jugadores de riesgo.

Un hallazgo interesante es el observado en Winters y Derevensky, (2019) en el que se obtuvo que las personas que realizaban apuestas deportivas, sobre todo en internet, tenían mayores tasas de prevalencia de problemas de juego (entre el 5-7%) que aquellos que afirmaban realizar otro tipo de apuestas en directo (máquinas, casinos...) (2-3%).

Con la finalidad de tener un entendimiento más amplio y específico de la problemática de juego en las apuestas deportivas a nivel internacional, se va a proceder, en los siguientes apartados, a realizar una recopilación más específica, y distribuida a nivel continental, de la bibliografía encontrada.

4.1.1. América

A pesar de que en 32 de los 35 países y en 13 de las 15 dependencias las apuestas deportivas sean legales mínimo en una de sus dos versiones (*online* o presencial) (véase figura 1 o tabla 2), no existe a penas investigación sobre las consecuencias que la realización de apuestas deportivas tiene sobre el desarrollo de problemática de juego. La única información encontrada se reduce a 2 países.

- **Argentina:** Si bien es cierto que no se han encontrado estudios en los últimos 10 años, la LOTBA (lotería de la ciudad de Buenos Aires) anunció en abril del 2022 la realización de una encuesta a nivel nacional para evaluar la problemática de juego en población adulta. A día de hoy aún no se han publicado los resultados de dicha encuesta.
- **Brasil:** Según un estudio realizado por la empresa de telecomunicaciones y plataformas Globo, el 12% de la población muestra juego problemático, el 55% juego de riesgo y sólo un 33% realizaría apuestas deportivas sin reunir criterios de riesgo (Globo, 2021a)

4.1.2. Oceanía

A pesar de que en 13 de los 14 países y 14 dependencias las apuestas deportivas sean legales mínimo en una de sus dos versiones (véase figura 2 o tabla 2), no existe a

penas investigación sobre las consecuencias que la realización de apuestas deportivas tiene sobre el desarrollo de problemática de juego. La única información encontrada se reduce a 2 países y establece el intervalo de problemas de juego entre el 2% y el 27%.

- **Australia:** El porcentaje de juego problemático oscila en función de la investigación entre el 5% y el 27% (López-González et al., 2019). Dentro de la problemática de juego los valores en función de la gravedad oscilan, también, entre autores. Con respecto a los jugadores patológicos el rango se encuentra entre el 19.1% (Hing et al., 2015b) y el 22.1% (Miller et al., 2013). Con respecto a los jugadores problemáticos el rango se encuentra entre el 9.9% (Hing et al., 2015b) y el 15.5% (Miller et al., 2013). En cuanto a los jugadores de riesgo, el rango se encuentra entre el 17.8% (Hing et al., 2015b) y el 26.6% (Miller et al., 2013). Finalmente, en lo relativo a los jugadores sin problema el rango oscila entre el 38.8% (Miller et al., 2013) y el 50.2% (Hing et al., 2015b). Cabe resaltar que estos autores recalcan que, dado el método de muestreo intencional, los porcentajes pueden sobreestimar la cantidad de problemática del juego (Hing et al., 2015b).
- **Nueva Zelanda:** Según un estudio nacional el 2% de la población adulta se identifica como jugador patológico. El 4.7% cumpliría criterios de juego problemático y el 2.7% de juego de riesgo (Afe et al., 2022).

Las diferencias de resultados entre las investigaciones realizadas en Australia y Nueva Zelanda se pueden deber a cuatro motivos: las diferencias en la regulación de las apuestas deportivas en ambos países, las medidas utilizadas para evaluar la problemática de juego, al tamaño de la muestra o al tipo de muestra.

4.1.3. Asia

Debido, quizá, a que, sólo en 15 de los 51 países y 6 dependencias, las apuestas deportivas son legales en, al menos, una de sus dos versiones (véase figura 3 o tabla 2), y que en la mayoría de ellos esta legalidad se circunscribe a extranjeros o nativos que no se rigen por la ley Sharía, no existe investigación sobre las consecuencias que la realización de apuestas deportivas tiene sobre el desarrollo de problemática de juego.

4.1.4. África

A pesar de que en 46 de los 54 países las apuestas deportivas sean legales mínimo en una de sus dos versiones (véase figura 4 o tabla 2), existe muy poca investigación sobre las consecuencias que la realización de apuestas deportivas tiene sobre el desarrollo de

problemática de juego. En específico, no se han encontrado investigaciones llevadas a cabo en población general. La única información encontrada se reduce a estudios con población específica (universitaria) en 4 países y establece el intervalo de la problemática de juego entre el 5% y el 69.3%.

- **Etiopía:** Un estudio realizado por Abu et al. (2022) obtuvo que el 53.9% de los jóvenes entre 25 y 31 años poseía problemática de juego
- **Kenia:** Según un estudio de Ogachi et al. (2020) el 69.3% de los universitarios cumple criterios de problemática de juego, siendo el 7.5% jugadores patológicos, el 30.7% jugadores problema y el 31.1% jugadores de riesgo.
- **Nigeria:** El 30.5% de los nigerianos que han realizado apuestas deportivas en algún momento de su vida presentan problemas de juego (Afe et al., 2022)
- **Zambia:** Entre el 5% y el 14% de los estudiantes universitarios afirman haber desarrollado problemas de juego. El 5% de ellos fueron categorizados como jugadores problemáticos (Sakala et al., 2019)

Las diferencias de resultados entre las investigaciones realizadas en África se pueden deber a tres motivos: las diferencias en la regulación de las apuestas deportivas en los diferentes países, las medidas utilizadas para evaluar la problemática de juego o al tamaño de la muestra.

4.1.5. Europa

A pesar de que en 43 de los 46 países las apuestas deportivas sean legales mínimo en una de sus dos versiones (véase figura 5 o tabla 2), no existe a penas investigación sobre las consecuencias que la realización de apuestas deportivas tiene sobre el desarrollo de problemática de juego. La investigación más exhaustiva encontrada es la revisión sistemática realizada entre 2000 y 2017 por Calado et al. (2017) en la que se observó que la problemática de juego en Europa se encontraba entre el 0.2 y el 12.3% en función de los estudios. La única información encontrada, a parte de esta, se reduce a 2 países (exceptuando España) y establece el intervalo de problemática de juego entre el 0.5% y el 31.5%.

- **Finlandia:** Según Castrén et al. (2013), el 6.6% de los jóvenes están en riesgo de desarrollar problemas de juego. Dentro de esta problemática el 1.1% presentaría juego patológico y el 5.5% al juego problemático y de riesgo.

- **Reino Unido:** En Reino Unido, el juego patológico, se encuentra entre el 0.5% (Wang et al., 2021) y el 19.1% (López-González et al., 2019; Wilson et al., 2022). El juego problemático oscila entre el 15.5% (López-González et al., 2019) y el 20.8% (Wilson et al., 2022). El juego de riesgo se encuentra entre el 4% (Wang et al., 2021) y el 31.5% (López-González et al., 2019; Wilson et al., 2022), en función de las investigaciones.

Las diferencias de resultados entre las investigaciones realizadas en Finlandia y Reino Unido se pueden deber a tres motivos: las diferencias en la regulación de las apuestas deportivas en ambos países, las medidas utilizadas para evaluar la problemática de juego o al tamaño de la muestra.

4.2. Problemática de Juego en Apuestas Deportivas de la Población Adulta en España

En España existe una larga lista de estudios relacionados con la preocupación por la adicción a los juegos de azar y su posible desarrollo de juego patológico o problemático por parte de algunos de sus jugadores. Sin embargo, este interés no se ha observado tanto en el ámbito de las apuestas deportivas como ente diferenciado del resto de juegos de azar. La breve investigación encontrada establece que la prevalencia de problemática de juego en España oscila entre investigaciones. Con respecto al juego patológico el intervalo se encuentra entre el 16.2% (DGOJ, 2016) y el 19.1% (López-González et al., 2018a, 2020a). En lo relativo al juego problemático este porcentaje oscila entre el 13.2% (DGOJ, 2016) y el 16% (López-González et al., 2018a, 2020a). La prevalencia de jugadores de riesgo se encuentra entre el 26.6% (López-González et al., 2020a) y el 27% (López-González et al., 2018a). El 39% de los adultos que realizan apuestas deportivas no presentan criterios de problemática de juego (López-González et al., 2018a).

Lo que sí que se ha observado es que estas cifras son de las más altas dentro de los juegos de azar, sólo siendo superadas por el póquer en línea y otros juegos de cartas en línea (DGOJ, 2022).

A modo de **resumen**: Existen muchas diferencias en la prevalencia de la problemática de juego entre continentes, entre países e incluso entre investigaciones llevadas a cabo en el mismo país.

Estas diferencias se producen principalmente por 4 motivos: las diferencias en las leyes y regulaciones de cada país (legales, ilegales o alegales), las medidas utilizadas para evaluar la problemática del juego (PGSI, SOGs, NODs, instrumentos propios...), el tamaño de la muestra (muestras pequeñas, medianas o grandes y muestreos de conveniencia o aleatorios) y tipo de muestras (población específica o general).

Los resultados obtenidos a nivel global muestran los siguientes resultados:

- A nivel global, con respecto a los *problemas de juego*, los datos encontrados oscilan entre el 5% y el 69.3%. El continente que parece poseer más problemática de juego según la investigación es África.
- Con respecto al *juego patológico (JP)*, los datos encontrados oscilan entre el 0.5% (Europa) y el 22.1% (Oceanía). El continente que parece poseer más prevalencia de JP es Oceanía seguido de Europa (19.5%).
- Con respecto al *juego problemático (JPr)*, los datos encontrados oscilan entre el 4.7% (Europa) y el 30.7% (Oceanía). El continente que parece poseer más prevalencia de JP es Oceanía seguido de Europa (19.5%).
- Con respecto al *juego de riesgo (JR)*, los datos encontrados oscilan entre el 2.7% (Oceanía) y el 55% (América).

4.3. Problemática de Juego en Apuestas Deportivas de la Población Menor de Edad a Nivel Mundial

La investigación encontrada sobre la incidencia de problemas con el juego a apuestas deportivas en menores es muy escasa. Se observan las mismas limitaciones que en las investigaciones con adultos con respecto a la variabilidad en la legalidad de las apuestas y su regulación (ver tabla 2), los métodos de estudio y la regulación de los operadores y se le añade, además, la dificultad de que, al entenderse que es ilegal para este tipo de población, no se presta atención, a nivel de investigación, a este nicho poblacional.

Además, en la escasa investigación encontrada se observan diferencias de prevalencia de problemas de juego en función del país y los autores. Aunque la investigación previa sugiere que la frecuencia de apuestas en jóvenes y adolescentes sigue

siendo menor que en adultos, la prevalencia de problemas de juego parece ser elevada para ser ilegal para esta franja de edad (Sánchez-Pardo et al., 2016). La prevalencia de problemática de juego varía en función de la investigación y se encuentra entre 6 y el 9% (Marchica et al., 2017). Más específicamente según Sakala et al. (2019), en lo relativo al juego patológico la prevalencia sería del 5%.

Con la finalidad de tener un entendimiento más específico de la situación de la problemática de juego a las apuestas deportivas a nivel internacional de los menores, se va a proceder en los siguientes apartados, a realizar una recopilación más específica, y distribuida a nivel continental, de la escasa bibliografía encontrada.

4.3.1. América (Figura 1 o Tabla 2)

Con respecto al continente americano, la legislación en los 35 países prohíbe la realización de apuestas deportivas a los menores de 18 años (21 años en EEUU y 19 Canadá). La única información que se ha encontrado al respecto se reduce a 1 país.

- **EEUU:** Marchica et al. (2017) observó que el 29% de los adolescentes que afirmaban realizar apuestas en el último mes cumplían criterios de juego de riesgo.

4.3.2. Oceanía (Figura 2 o Tabla 2)

Con respecto al continente oceánico, la legislación en 12 de los 14 países prohíbe la realización de apuestas deportivas a los menores de 18 años. En el caso del decimotercer país, Nueva Zelanda, la prohibición asciende a los 20 años. Se desconoce la edad mínima para apostar de Papúa Nueva Guinea. Esto podría explicar la ausencia total de investigación encontrada al respecto.

4.3.3. Asia (Figura 3 o Tabla 2)

Con respecto al continente asiático, la legislación en 43 de los 51 países prohíbe la realización de apuestas deportivas a los menores de 18 años. En el caso de los 8 restantes la edad mínima oscila entre los 19 años (Corea del Sur), los 20 años (Japón) y los 21 años (Armenia, India, Líbano, Malasia y Vietnam).

La situación política, social y económica en la que se encuentran la mayoría de países asiáticos explica la práctica ausencia de investigación al respecto. La única información encontrada se reduce a 1 país.

- **Turquía:** El 2.9% de los adolescentes entre 12-18 años cumplen criterios de juego problemático (Tolga, 2019). Este mismo autor observó que, casi un cuarto (1/4) de

los jugadores había empezado a jugar entre los 10 y los 12 años, el 59% entre los 13 y los 15 años y el 18% entre los 16 y los 18 años, siendo los hombres los que referían empezar antes que las mujeres.

4.3.4. África (Figura 4 o Tabla 2)

Con respecto al continente africano, la legislación en 48 de los 54 países prohíbe la realización de apuestas deportivas a los menores de 18 años. En el caso de Nigeria la edad mínima asciende a los 20 años. No se ha encontrado información sobre la edad mínima de apuesta en Gabón, Guinea-Bissau, Guinea-Ecuatorial, Sudán del Sur y Túnez.

A pesar de la situación política, social y económica en la que se encuentran la mayoría de países africanos es el continente con mayor número de investigaciones encontradas con respecto a la población menor de edad. A pesar de ello, se ha encontrado poca investigación al respecto. La única información se reduce a 2 países.

- **Etiopía:** Abu et al. (2022) observó que el 73% de los estudiantes de secundaria de Etiopía presentaban problemas de juego, siendo el 37% de estos potenciales jugadores patológicos.
- **Nigeria:** En un estudio realizado por Abolakale et al. (2023) obtuvieron que el 39.7% cumplía criterios de juego problemático y el 36.4% cumplía criterios de juego de riesgo. El 23.9% entre los 10 y los 18 años no cumplían criterios de problemas de juego. Estos mismos autores observaron que más de la mitad (50.4%) de los niños que empezaban a jugar entre los 10 y 14 años cumplían criterios de problemas de juego. El 34.6% de los mayores de 15 años tenían mayor tendencia a desarrollar adicción a apuestas deportivas.

4.3.5. Europa (Figura 5 o Tabla 2)

Con respecto al continente europeo, la legislación en todos los países prohíbe la realización de apuestas deportivas a los menores de 18 años. En algunos países la edad mínima es superior. Por ejemplo, en 3 países la edad es de 21 años (Bélgica, Bielorrusia y Estonia), en 1 (Grecia) se encuentra en 23 años y en otros dos, (Malta y Portugal, pero sólo para los nacionales) en 25 años.)

Se hipotetiza que el hecho de que sean ilegales favorece la prácticamente ausente investigación encontrada al respecto. La única información encontrada se reduce a 1 país (exceptuando España).

- **Dinamarca:** Un estudio realizado por Kristiansen et al. (2014) observó que el 0.2% de los adolescentes entre 11 y 17 años eran jugadores patológicos, el 1.3 % eran problemáticos, el 4.5% eran jugadores de riesgo y el 94 % jugadores sin riesgo.

4.4. Problemática de Juego en Apuestas Deportivas de la Población Menor de Edad en España

Siguiendo la línea de las regulaciones a nivel mundial y, específicamente, de la Unión Europea y de la Ley 13/2011 de Regulación del Juego (BOE, 2011), la realización de apuestas deportivas está prohibida para los menores de 18 años. Esto, a pesar de los intentos por ser regulado y perseguido para generar un entorno más seguro para los menores, no ha sido correctamente legislado hasta la aprobación del Real Decreto 176/2023, de 14 de marzo, por el que se establece la normativa para desarrollar entornos más seguros de juego (BOE, 2023).

La posibilidad de acceder a casas de apuestas con identificaciones de mayores de edad o poder apostar a través de terceros ha supuesto, mientras tanto, la entrada en el mundo de las apuestas deportivas a este nicho poblacional. Así, la tasa de prevalencia de juego problemático según autores como Calado et al. (2017), Caselles et al. (2018) y Rubio García (2018) estaría entre el 0.2 y el 12.3%, observándose valores entre el 2% y el 5.6% para aquellos con juego de riesgo. A pesar de que llama la atención la alta variabilidad entre estudios, como ya pasaba a nivel internacional, no sería oportuno dejar de prestar atención al hecho de que, de ser el 5.6%, España presentaría un 1% más de jugadores de riesgo que el resto de Europa y un 10% más de jugadores problemáticos.

A modo de **resumen**: A penas se ha encontrado investigación que trate de establecer la prevalencia de los problemas de juego a apuestas deportivas en menores. Además, dentro de la poca información encontrada se han observado muchas diferencias entre continentes y países.

Estas diferencias se producen principalmente por 4 motivos: las diferencias en las leyes y regulaciones de cada país (legales, ilegales o alegales), las medidas utilizadas para evaluar la problemática del juego (PGSI, SOGs, NODs, instrumentos propios...), el tamaño de la muestra (muestras pequeñas, medianas o grandes y muestreos de conveniencia o aleatorios) y tipo de muestras (población específica o general).

Los resultados obtenidos al ser tan escasos no pueden ser generalizables a nivel continental y, mucho menos, a nivel global. Sin embargo, se exponen a continuación a modo de resumen:

- Con respecto a la *problemática de juego, en general*, los datos encontrados oscilan entre el 6% y el 73%. El continente que parece poseer más problemática de juego según la investigación es África. Estos datos siguen la línea de los obtenidos en población mayor de edad.
- Con respecto al *juego patológico (JP)*, los datos encontrados oscilan entre el 0.2% (Europa) y el 37% (África).
- Con respecto al *juego problemático (JPr)*, los datos encontrados oscilan entre el 1.3% (Europa) y el 39.7% (África). Se observa una gran diferencia entre el continente africano y el asiático (2.9%) que sería el siguiente con más prevalencia.
- Con respecto al *juego de riesgo (JR)*, los datos encontrados oscilan entre el 4.5% (Europa) y el 36.4% (África).

PARTE II:
FACTORES IMPLICADOS EN
EL INICIO Y MANTENIMIENTO
DE LAS APUESTAS



Parte II: Factores Implicados en el Inicio y Mantenimiento de las Apuestas Deportivas

Capítulo 5. Factores Demográficos

Para entender mejor las apuestas deportivas es importante conocer las diferentes variables demográficas que, según la literatura, podrían actuar como factores de inicio del juego o como mantenedores de este, generando a la larga, una mayor predisposición y probabilidad de desarrollar problemas de juego a apuestas deportivas.

5.1. Definición y Delimitación

Los factores demográficos, como la edad, el sexo, el nivel socioeconómico o el ambiente en el que se mueve el jugador, son factores relevantes de cara a entender y profundizar en el público objetivo que realiza apuestas deportivas.

En el caso de las apuestas deportivas, la investigación se encuentra menos avanzada que en otros juegos de azar como las máquinas tragaperras o los juegos de cartas. Sin embargo, la bibliografía parece poner de relieve que existen diferencias importantes en lo que se refiere a factores demográficos entre las apuestas deportivas y el resto de juegos de azar. Así, autores como Chóliz (2014) o Gainsbury et al. (2015), establecen que las apuestas deportivas presentan una cohorte diferente al pasar de un jugador entre los 30-40 años a uno entre los 15-35 años, así como una menor diferencia entre géneros o entre niveles educativos. Esto supondría un cambio importante en el prototipo de jugador habitual en otros juegos de azar.

Dentro de las investigaciones desarrolladas hasta el momento, se han observado como factores significativos de cara a la participación en apuestas deportivas la edad, el sexo, el nivel educativo y el nivel económico (Hing et al., 2015c; López-González et al., 2018a).

Para una mejor comprensión de cada uno de los factores demográficos estos se expondrán en orden en función de la importancia que la investigación ha encontrado.

5.2. Edad

5.2.1. Definición

A pesar de que existe una limitación legal a la hora de realizar apuestas deportivas, la edad supone una de las características demográficas más relevantes para el inicio y mantenimiento del juego (Ayandele et al., 2020; López-González et al., 2018b; Pallesen et al., 2016).

La investigación, en los últimos años, ha puesto de relieve la importancia de esta variable dentro de las apuestas deportivas al observar que, si bien hace unos años predominaba el perfil del varón entre 30 y 40 años cuyo objetivo era obtener dinero o recuperar el perdido, tras la aparición del juego *online*, la edad de los jugadores se ha visto modificada (Chóliz, 2014). Según indican Castilla et al. (2013), Gainsbury et al. (2015) y Seal et al. (2022), en la actualidad los jugadores se asemejan a un varón más joven, entre 15 y 35 años, cuya forma de apostar se habría modernizado y sería, en parte, telemática.

5.2.2. Cómo Afecta la Edad a la Realización de Apuestas Deportivas

Mayores de edad: El término “mayoría de edad” es un concepto que varía en función del país en el que se realiza la investigación. De los 200 países considerados, las apuestas deportivas son ilegales, hasta los 18 años, en todos ellos. Sin embargo, hay algunos que establecen la edad mínima por encima de los 18. Así, en 176 países la edad mínima serían los 18 años; a partir de los 19 años en 2 países; a partir de los 20 en 3; a partir de los 21 años en 7 países; a partir de los 23 en un país y a partir de los 25 en otro. No se ha encontrado datos en 6 países. Esto supone un factor importante a la hora de entender las diferencias entre estudios e investigaciones. Sin embargo, se observa que todos los países están de acuerdo en prohibir la realización de las apuestas deportivas a aquellas personas que no muestran un nivel de desarrollo cognitivo necesario para hacer frente a las repercusiones que este puede tener.

Sin embargo, en la actualidad, se observan con dos realidades contrapuestas: por un lado, los Estados tratan de velar por la seguridad de sus jugadores y establecen leyes que regulen el juego y la publicidad (ver tabla 2); pero, por el otro, el avance de las nuevas tecnologías permite a todo tipo de usuarios realizar apuestas deportivas sin ser localizados. Este último está suponiendo un factor determinante de cara a la prevalencia del juego en jóvenes y el aumento de problemáticas en los últimos 10 años (Castilla et al., 2013; Gainsbury et al., 2015; Pallesen et al., 2016; Seal et al., 2022).

A nivel internacional, no se han encontrado estudios específicos sobre las diferencias entre las distintas edades a la hora de realizar apuestas deportivas. Sin embargo, a pesar de que no existen registros exactos de incidencia y prevalencia al respecto, sí que se sabe que, los jóvenes de 18 años tendrían un 25% más de probabilidades de comenzar a realizar apuestas deportivas que sus homónimos mayores de edad en otros juegos de azar (Seal et al., 2022). Estos mismos autores también observaron que, a medida que se aumenta en edad, disminuyen las probabilidades de comenzar a jugar y desarrollar problemas de juego.

En el caso de España, en 2021, se ha evidenciado un crecimiento en la participación de los más jóvenes (18-25 años), observándose un aumento del 8.45% (36.000 jugadores más que en 2020). Esto supone un total de 440.367 jugadores entre 18 y 25 años (DGOJ, 2021). Este rango sería el segundo mayor detrás del de los jóvenes comprendidos entre 26 y 35 años (N = 488.634 personas que apuestan *online*), un 2.75% menos que en el año 2020 (DGOJ, 2021). Entre ambos grupos, formarían el 63.18% de los jugadores activos *online* en 2021.

Las características que parecen presentar, según la investigación, estos jugadores es la de un joven de entre 18 a 35 años (OR = 1.03, p = .002), con tendencia a realizar apuestas deportivas a través de internet (OR= .2, p = .001), preferencia por la privacidad y garantía de acceso que esta supone (Gainsbury et al., 2015). También por su motivación externa a la hora de comenzar a jugar, identificando las apuestas deportivas como una forma de ganar dinero (Winters y Derevensky, 2019).

Menores de edad: La infancia y la adolescencia son las épocas de mayor vulnerabilidad de cara a que la realización de apuestas deportivas se traduzca en un problema, mayoritariamente, debido a la ausencia de madurez del cerebro (Abolakale et al., 2023). Esto es debido al subdesarrollo de los mecanismos de autocontrol y a una mayor sensibilidad a los efectos de las sustancias neurotóxicas, independientemente de que estas tengan un origen farmacológico o comportamental (Mwadime, 2017).

En la actualidad, a nivel internacional, el aumento en el número de menores de entre 13 a 17 años que poseen teléfonos móviles y acceso a internet ha generado un aumento de la participación en actividades que no pueden llevar a cabo legalmente de manera presencial, como la realización de apuestas deportivas (Habibu et al., 2020). Esta accesibilidad y privacidad ha generado, como consecuencia, que los adolescentes comiencen a realizar apuestas deportivas en mayor proporción (Heiskanen y Toikka, 2016; Russell et al., 2018), encontrándose la prevalencia entre el 41% y el 87% de los

adolescentes comprendidos entre los 13-17 años (Habibu et al., 2020; Ricijaš et al., 2015; Sakala et al., 2019).

En España, autores como Pérez-Albéniz et al. (2022) constataron que, no sólo los adolescentes realizaban apuestas deportivas, sino que más de la mitad (60%) de los adolescentes preferían realizar apuestas deportivas por encima de los videojuegos (25.2%) o los juegos de cartas con apuestas (22.8%). Dentro de la población menor de edad, según Pérez-Albéniz et al. (2022), los 16 años serían la edad a partir de la cual se registra un aumento considerable en la tendencia a la realización de apuestas.

Las características que parecen presentar, según la investigación, estos jugadores es la de un joven de entre 13 y 17 años, con tendencia a asumir más riesgos (Habibu et al., 2020) y preferencia por las apuestas deportivas, tanto *online* como presenciales, en comparación con otros tipos de juegos de azar (Pérez-Albéniz et al., 2022; Sarabia et al., 2014).

5.2.3. Cómo Afecta la Edad al Desarrollo de Problemas de Juego

La edad, según la investigación, no sólo es un factor importante de cara al inicio del juego, sino que la vulnerabilidad para desarrollar problemas de juego se ve aumentada en gran medida debido a la precocidad de iniciación en el juego (Heiskanen y Toikka, 2016; Hing et al., 2017b; Mercier et al., 2018; Russell et al., 2018; Sarabia et al., 2014). Dentro de los problemas del juego, la bibliografía parece observar que, los adolescentes y jóvenes de menor edad, presentan mayores problemas de juego, a nivel general, y, específicamente, criterios de juego de riesgo, que los adultos (Hing et al., 2017b).

Con respecto a los jóvenes, autores como Abu et al. (2022) observaron que las personas entre los 18 y 31 años poseían 5 veces más probabilidades de desarrollar problemas de juego que los mayores de 45 años (AOR = 4.89, IC 95% (1.42-16.89)). En esta línea, autores como Gainsbury et al. (2013) observaron que, dentro de los problemas de juego, las personas con juego problemático presentaban una edad media más baja ($M = 40.21$, $Dt = 13.83$) que los jugadores de riesgo ($M = 43.96$, $Dt = 14.52$) ($F(1, 1810) = 20.57$, $p < .001$, $n_2 = .002$). Otros autores como Ayandele et al. (2020) y Tolga (2019) refieren que, aunque los jóvenes y adolescentes presenten entre 2 y 5 veces más probabilidades de desarrollar problemas relacionados con el juego, estos patrones suelen disminuir al cabo de 8-12 años, con la madurez (Calado et al., 2017).

En lo relativo a la población adolescente, la investigación ha observado mayor prevalencia de los problemas de juego. Un dato llamativo surge de la investigación llevada a cabo por Caselles et al. (2018) en el que observaron que el 13.4% de los adultos que no cumplían criterios de problemas de juego afirmaban haber comenzado a realizar apuestas deportivas siendo menores de edad. Sin embargo, al observar a la población con criterios de juego patológico, esta ascendía al 44.8%.

En esta dirección, autores como Abolakale et al. (2023) observaron que más de la mitad (50.4%) de los jugadores entre 10 y 14 años tienen tendencia a tener problemas de juego. El 34.6% mayores de 15 años presentan una mayor tendencia a desarrollar juego patológico. Con respecto al juego de riesgo, Marchica et al. (2017) observaron que, el 29% de los adolescentes que realizaban apuestas deportivas más de una vez al mes cumplían criterios de jugadores de riesgo. Más específicamente, encontraron que, aquellos que se encontraban entre los 16 y los 19 años y que afirmaban realizar apuestas más de una vez al mes fueron asociados significativamente con el juego de riesgo ($\chi^2(1, 2, 492) = 234.14, p < .001, OR = 9.7$). Por otro lado, los jugadores entre 13 y 15 años que afirmaban realizar apuestas deportivas no sólo eran significativamente más propensos a considerarse jugadores de riesgo, sino que, además, eran 4 veces más tendentes a aumentar su frecuencia de juego ($\chi^2(1, 2, 977) = 57.98, p < .001$). Finalmente, observaron que los jugadores entre 10 y 12 años que afirmaban realizar apuestas deportivas, independientemente de su frecuencia, eran significativamente más propensos a ser considerados jugadores de riesgo ($\chi^2(1, 608) = 15.41, p < .001, OR = 6.03$). Estos resultados se han visto corroborados en otras investigaciones más recientes como la de Abolakale et al. (2023).

Por otro lado, autores como Calado et al. (2017) observaron que los adolescentes y jóvenes que poseían criterios de juego patológico realizaban en mayor medida apuestas deportivas o en máquinas tragamonedas (36% en ambos casos) y apuestas de lotería/casino *online* (25 %).

Las características que parecen presentar, según la investigación, estos jugadores es la de un hombre adolescente o joven (entre 10-31 años) con criterios de juego de riesgo o juego problemático, que posee solvencia económica (o la posee su familia) y presenta creencias erróneas con respecto al juego, menores niveles de autocontrol y elevados de impulsividad (Etuk et al., 2022).

5.2.4. **Cómo Influyen Otros Factores en Función de la Edad al Juego**

Cuando se habla de apuestas deportivas, la edad no actúa únicamente como un factor aislado, sino que se ha observado que puede actuar como modulador o mediador con otros factores. Los factores que se ha encontrado que se ven influidos por la edad son: a nivel cognitivo, las actitudes y la motivación; y, a nivel comportamental, la impulsividad.

Factores cognitivos: Se han encontrado que, dentro de los factores cognitivos, la actitud y la motivación influyen en la realización de apuestas deportivas en función de la edad.

Con respecto a la *actitud positiva hacia el juego*, se ha observado que existe una correlación negativa entre ambos factores. Es decir, que los jugadores de menor edad presentan una actitud más positiva hacia el juego mientras que los jugadores de mayor edad presentarían una actitud más neutra o negativa hacia este (Etuk et al., 2022; Pallesen et al., 2016, Seal et al., 2022). En esta dirección, autores como Ayandele et al. (2020), han observado que, dentro de la población joven (16-30 años), los participantes entre 22 y 30 años obtendrían una puntuación significativamente más alta en las actitudes positivas hacia las apuestas deportivas que los participantes entre 16 y 21 años ($t = 2.06$; $df = 747$; $p < .05$). Otros autores como Hanss et al. (2014) han establecido que los adolescentes también seguirían este patrón, presentando actitudes positivas, no sólo hacia jugar alguna vez en la vida ($r = .18$, $p < .05$), sino, también, hacia jugar una vez al mes ($r = .16$, $p < .05$) y una vez a la semana ($r = .11$, $p < .05$).

Con respecto a la *motivación*, la investigación ha observado que existe una relación entre el tipo de motivación para jugar y la edad. Es decir, se ha observado que, mientras los adultos comienzan a jugar más motivados por factores externos (ganar dinero o paliar las pérdidas) y en menor medida por factores internos (disminuir el malestar); los adolescentes comenzarían a jugar motivados principalmente por variables internas (aumentar la excitación, disminuir el malestar, académico y familiar, sobre todo, o paliar el aburrimiento) y, en menor medida, por variables externas (como forma de socialización) (García-Ruiz et al., 2016; Etuk et al., 2022).

Factores comportamentales: Se han encontrado que, dentro de los factores comportamentales, la impulsividad influye en la realización de apuestas deportivas en función de la edad.

Con respecto a la *impulsividad*, se ha observado que existe una relación negativa entre ambos factores. Es decir, que a menor edad mayores tendencias impulsivas a la hora de realizar apuestas deportivas (Hanss et al., 2014; Sarabia et al., 2014). A este respecto, Hanss et al. (2014) observaron en su investigación que, mientras que los adultos no presentaban puntuaciones significativas de impulsividad, los adolescentes presentaban elevadas puntuaciones tanto en impulsividad como en búsqueda de sensaciones a la hora de realizar apuestas deportivas mensualmente ($r = .06$, $p < .05$, en ambas variables) y semanalmente ($r = .07$ y $r = .05$; $p < .05$, respectivamente). No se observaron estas diferencias estadísticamente significativas en los niveles de impulsividad en aquellos adolescentes que referían realizar apuestas deportivas puntualmente.

A modo de **resumen**: se ha observado que, a menor edad, hay una mayor actitud positiva hacia el juego (Sánchez-Pardo et al., 2016), una mayor tendencia a realizar apuestas deportivas por motivaciones internas (como disminuir el malestar); además de una mayor impulsividad y búsqueda de sensaciones en el transcurso de la acción (Heiskanen y Toikka, 2016; Kristiansen et al., 2014; Pitt et al., 2017).

5.3. Género

5.3.1. Definición

A nivel histórico la investigación ha puesto de relieve que, tanto los deportes como los juegos de azar, son preferidos por los hombres más que por las mujeres. En el caso de las apuestas deportivas, la investigación sigue esta misma línea estableciendo un consenso alrededor de que el género es una de las variables más relevantes en la realización de apuestas deportivas y los problemas derivados de ellas (Kristiansen et al., 2014; Mercier et al., 2018; Winters y Derevensky, 2019), apareciendo, como viene ocurriendo con otros juegos de azar, como una actividad preponderantemente realizada por hombres (Seal et al., 2022).

La investigación de los últimos años, sin embargo, ha puesto de relieve el recorte en las diferencias entre géneros. La retransmisión y mayor aceptación social de equipos femeninos en diferentes disciplinas (tenis, fútbol, pádel, baloncesto...) ha ido acompañada de un aumento de la participación femenina, también, en el ámbito de las apuestas deportivas (McCarthy et al., 2018; Seal et al., 2022; Winters y Derevensky, 2019).

5.3.2. *Cómo Afecta el Género a la Realización de Apuestas Deportivas*

Hombres: Los hombres son, según la investigación, los que realizan apuestas a los juegos de azar en mayor medida. Esta diferencia entre géneros se produce, también, en el caso específico de las apuestas deportivas (Winters y Derevensky, 2019), observándose que ser hombre es una de las variables predictivas más significativas de la realización de este tipo de apuestas ($OR = .45, p < .001$) (Gainsbury et al., 2015). También se ha observado una gran diferencia entre los tipos de juegos y número de deportes a los que apuestan en función del género, siendo superior y más diversificada en los hombres (Gray et al., 2015; Håkansson, 2016).

A nivel internacional, la investigación establece que los hombres poseen un 25% más de probabilidades que las mujeres de realizar apuestas deportivas (Heiskanen y Toikka, 2016; Seal et al., 2022). En consecuencia, los hombres jóvenes corren mayor riesgo en función de su compromiso con las apuestas deportivas y el número de apuestas realizadas que las mujeres (Seal et al., 2022). En España, por otro lado, según una investigación llevada a cabo por la Fundación Codere (2018), el 85-90% de las personas que afirman realizar, asiduamente, apuestas deportivas, son varones.

Además, los hombres que participan en apuesta deportivas parecen tener ciertas características específicas como una mayor tendencia a comenzar a jugar a una edad más temprana (Hanss et al., 2014; Wardle et al., 2021). Estos mismos autores especifican que, además, a medida que avanzan en edad, aumentarían su intensidad y frecuencia de juego. Esto implicaría, según autores como Lin y Lu (2015) que los hombres ($M = 1823.96, dt = 8832.61$) apostarían más dinero que las mujeres ($M = 500.30, dt = 966.21$) ($t = -4.27, p < .05$), con más frecuencia (al mes) ($Mh = 2, dt = 1.14$ vs. $Mm = 1.36, dt = .69$) ($t = -9.65, p < .05$), apostando en juegos de mayor riesgo ($OR = .70, p < .001$) (Gainbury et al., 2015; Russell et al., 2018) y, por ende, con mayores pérdidas económicas ($OR = .64, p < .035$) ((Heiskanen y Toikka, 2016; Hing et al., 2018; Gainbury et al., 2015; Pitt et al, 2017).

Mujeres: Históricamente, se ha observado que las mujeres, dentro de los juegos de azar, han estado más vinculadas a las máquinas recreativas o al bingo (Gray et al., 2015; Håkansson, 2016; Heiskanen y Toikka, 2016; Marchica et al., 2017) que a las apuestas deportivas. Esto puede deberse, según indican autores como Winters y Derevensky (2019), al menor interés que han mostrado las mujeres por los deportes y la menor presión de grupo entre iguales tanto para conocer como para entender los eventos deportivos.

Existe, sin embargo, en los últimos años, un llamativo cambio de interés de las mujeres hacia las apuestas deportivas (McCarthy et al., 2018). Según autores como Hing et al. (2017a), la intimidad de los juegos *online*, el anonimato y, sobre todo, la, cada vez más frecuente, neutralidad de género en todas las cuestiones relacionadas con los deportes está propiciando que las mujeres vean las apuestas deportivas como una forma más de ocio. Esto explicaría por qué la investigación ha observado que las mujeres comienzan a participar en las apuestas a una edad más avanzada (Abolakale et al., 2023, Hing et al., 2018, Seal et al., 2022). A pesar de los nuevos hallazgos, las investigaciones más recientes no demuestran efectos significativos entre el género y la edad para las apuestas deportivas en mujeres (Seal et al., 2022).

Además, parece que las mujeres que participan en apuesta deportivas presentan ciertas características específicas como un juego más impulsivo (Hing et al., 2018). Estos autores observaron que esta impulsividad se daba, sobre todo, antes del inicio del evento deportivo ($t = 7.36, p < .001, F(15, 1792) = 15.40, p < .001$).

5.3.3. *Cómo Afecta el Género al Desarrollo de Problemas de Juego*

No solo existe evidencia de que hay una correlación entre el género y la realización de apuestas deportivas, sino que la investigación establece que el género es una de las variables que más correlaciona con los problemas derivados de estas (Mercier et al., 2018; Winters y Derevensky, 2019).

Sin embargo, la prevalencia del género varía en función de la problemática de juego. En población clínica, la prevalencia de juego patológico es significativamente superior en mujeres que en hombres (Abolakale et al., 2023; Håkansson, 2016; López-González et al., 2019). En esta línea McCarthy et al. (2018) observaron que el nivel de problemática de juego era mayor en las mujeres de más de 55 años que en las menores de 34 años ($F(2, 506) = 6.57, p = .001$).

En población no clínica, cuando nos centramos en problemas de juego observamos diferencias entre jugadores de riesgo y jugadores no problemáticos únicamente entre hombres (Hing et al., 2016a). Es decir, los hombres son más tendentes a ser jugadores de riesgo (25.4%) que no problemáticos (9.9%) ($\chi^2(1, 4511) = 65.4, p < .001, \Phi = .12$). Las mujeres no presentan diferencias significativas entre juego de riesgo (3.9%) y juego no problemático (2.6%).

Se observa así que, mientras los hombres son más tendentes a empezar a jugar de una manera más precoz y a desarrollar juego de riesgo y problemático; las mujeres comenzarían a edades más tardías, pero presentando una progresión más rápida hacia el juego patológico (Håkansson, 2016).

5.3.4. Cómo Influyen Otros Factores en Función del Género al Juego

Cuando se habla de apuestas deportivas, el género no actúa únicamente como un factor aislado, sino que se ha observado que puede actuar como modulador o mediador con otros factores. Los factores que se ha encontrado que se ven influidos por el género son: a nivel demográfico, la edad; a nivel cognitivo, las creencias, las actitudes y la motivación; y, a nivel comportamental, la impulsividad.

Factores demográficos: Dentro de los factores demográficos, se ha observado que, la variable género influye en la variable *edad*.

Autores como Castilla et al. (2013), Gainsbury et al. (2015), Hing et al. (2016b) han observado, a través de sus investigaciones, que los hombres suelen comenzar a jugar con menor edad que las mujeres, por lo que es más frecuente que los menores de edad que juegan sean varones. Con respecto a las mujeres, las investigaciones más recientes no demuestran efectos significativos entre ser mujer y la edad para las apuestas deportivas, a pesar de que, a partir de los 20 años, comienza a aumentar la proporción de mujeres que participan en apuestas deportivas disminuyéndose las diferencias entre ambos géneros (Seal et al., 2022).

Factores cognitivos: Se han encontrado que, dentro de los factores cognitivos, las creencias irracionales, la actitud y la motivación influyen en la realización de apuestas deportivas en función del género del jugador.

Con respecto a las *creencias irracionales*, la bibliografía establece que los hombres jóvenes tienen una mayor tendencia a generar creencias irracionales, sobre todo, de ilusión de control y predicción que las mujeres (Heiskanen y Toikka, 2016; Pitt et al., 2017). Esto, a su vez, les llevaría a pensar con mayor frecuencia que las apuestas deportivas no generan ningún tipo de problemática, ya que es una forma más de ocio que no genera perjuicio.

En lo relativo a las *actitudes hacia el juego*, autores como Hanss et al. (2014) y Seal et al. (2022) observaron que la variable género posee la segunda correlación más significativa con la actitud hacia el juego ($B (SE) = -2.34 (.36)$, $\beta = -.16$; $t = -6.51$, $p < .001$), por detrás de la aprobación familiar. Así, la investigación observa que son los hombres los

que poseerían una actitud más positiva hacia el juego. En esta dirección, se pueden encontrar estudios como los de Hanss et al. (2014) que corroboraron que son los hombres jóvenes, en este caso de 17 años ($r = -.25, p < .05$), los que tienen una mayor actitud positiva hacia el juego frente a las mujeres que poseerían una mayor actitud de rechazo. Otros autores como Ayandele et al. (2020) observó la misma diferencia entre hombres y las mujeres de 17 a 30 ($t = 5.41; df = 747; p < .001$). Estos mismos autores observaron que las mujeres poseían una correlación inversa débil entre las actitudes y la realización de apuestas deportivas ($r = -.19; p < .01$) en comparación con los hombres.

Finalmente, con respecto a la *motivación hacia el juego*, autores como Sánchez-Pardo et al. (2016) o Seal et al. (2022) han observado que también existen diferencias en la motivación al juego en función del género. Más específicamente que los hombres tenían más tendencia a comenzar a jugar por motivos externos como obtener un refuerzo (dinero, sensaciones positivas o aceptación social, entre otros), mientras las mujeres lo hacían por motivación interna, es decir, como una forma de lidiar con estados emocionales negativos.

Factores comportamentales: Se ha encontrado que, dentro de los factores comportamentales, el nivel de *impulsividad* influye en la realización de apuestas deportivas en función del género del jugador. En esta dirección, autores como Lin y Lu (2015) observaron que los hombres son más impulsivos a la hora de tomar decisiones de cara a realizar apuestas deportivas durante los partidos, mientras que las mujeres lo eran a la hora de realizar apuestas deportivas antes de estos (Hing et al., 2018).

A modo de **resumen**: se ha observado que, los hombres poseen, mayor tendencia a comenzar a jugar con menor edad, generar creencias de ilusión de control y una actitud positiva hacia el juego que las mujeres (Hanss et al., 2014; Heiskanen y Toikka, 2016; Kristiansen et al., 2014; Pitt et al., 2017, Sánchez-Pardo et al., 2016; Seal et al., 2022). Además, comenzarían a realizar apuestas deportivas por una motivación externa (Seal et al., 2022) y con una mayor tolerancia al riesgo e impulsividad durante los partidos (Lin y Lu, 2015; Seal et al., 2022).

5.4. Nivel Educativo

5.4.1. Definición

A pesar de que este factor sea uno de los menos estudiados, se ha observado en los últimos años, que esta variable está ganando cada vez más relevancia debido al cambio en el perfil del jugador. Esto se debe a dos factores: la aparición del juego *online* (Gainsbury et al., 2013) y normalización del juego entre los más jóvenes. De hecho, las últimas

investigaciones, como han establecido López-González et al. (2018a), establecen que muchos de los nuevos jugadores que comienzan a realizar apuestas deportivas son estudiantes que invierten cada vez más horas en la realización de esta práctica.

5.4.2. Cómo Afecta el Nivel Educativo a la Realización de Apuestas Deportivas

La aparición de internet ha supuesto un cambio en el perfil del jugador llegando a la población más joven. Este cambio ha supuesto, también, un cambio en el nivel educativo de aquellos que realizan apuestas deportivas.

En esta dirección la investigación realizada por Gainsbury et al. (2013) mostró que la variable nivel de estudios difería mucho en su influencia en el juego en función de si el patrón de juego predominantemente era *online* o presencial. Estos autores llegaron a la conclusión de que, si se consideraban únicamente las apuestas deportivas *online*, el patrón de juego entre jugadores con un mayor o menor nivel educativo no difería tanto. Sin embargo, en lo relativo al juego presencial, como han establecido López-González et al. (2018a), muchos de los nuevos jugadores que comienzan a realizar apuestas deportivas son estudiantes que invierten cada vez más horas en la realización de esta práctica. En esta misma línea, autores como Seal et al. (2022) han observado que, dentro de los estudiantes, serían más propensos a comenzar a realizar apuestas deportivas aquellos que no han completado sus estudios obligatorios (secundaria) que aquellos que poseen una educación universitaria. Por el contrario, autores como Cooper et al. (2022) observaron que, en población general, las personas que realizaban apuestas deportivas poseían un nivel educativo más elevado que las que no realizaban apuestas deportivas ($\chi^2(4) = 30.413, p < .001$)

Así, las características serían las de un estudiante de secundaria o universitario que prefiere jugar tanto presencialmente como *online* y que invierte cada vez más horas en realizar apuestas deportivas (Gainsbury et al., 2013; López-González et al., 2018a; Seal et al., 2022).

5.4.3. Cómo Afecta el Nivel Educativo al Desarrollo de Problemas de Juego

La influencia y correlación entre el nivel educativo y la problemática de juego a apuestas deportivas ha sido un tema que ha generado mucha discordancia entre autores. Esto puede ser explicado por la diferencia entre los sistemas educativos de cada país o por la diferencia en los instrumentos de medida utilizados.

Por un lado, autores como Buth et al. (2017) han obtenido en sus investigaciones que el juego problemático se correlaciona con un menor nivel educativo. Estos autores observaron una representación desproporcionada de jugadores sin estudios obligatorios entre los jugadores patológicos (OR = 4.9) frente a los jugadores de riesgo (OR = 1.1, $x^2 = 70.4$, $p < .001$). Otros autores como Afe et al. (2022), López-González et al. (2019) o Ofosu y Kotey (2019) han encontrado resultados similares en sus investigaciones llegando a la conclusión de que los niveles más altos de educación no se asocian en tanta medida con el juego patológico ($p < .005$).

Por el lado contrario, autores como Hing et al. (2016b) han observado diferencias significativas entre los diferentes niveles económicos (Kruskal-Wallis $\chi^2(4) = 9.84$, $p = .043$) en la dirección opuesta. Específicamente, observaron que, aquellos que no habían terminado los estudios obligatorios tenían menos nivel de problemática de juego que aquellos que sí que habían terminado los estudios obligatorios (Mann-Whitney U = 5579.5, $Z = -2.48$, $p = .013$), que los estudiantes universitarios (Mann-Whitney U = 5248.5, $Z = -2.07$, $p = .039$) y que los estudiantes de posgrado (Mann-Whitney U = 3326.5, $Z = -1.97$, $p = .049$). Observaron también que aquellos con los estudios obligatorios terminados tenían más nivel de problemática de juego que aquellos con una formación profesional (FP) (Mann-Whitney U = 11612.6, $Z = -2.1$, $p = .036$). En esta misma dirección, Russell et al. (2018) observó que los jugadores con niveles de estudio de postgrado poseían significativamente más puntuaciones de juego problemático ($t = -2.321$, $p = .02$) que los jugadores con otros niveles educativos menores.

Finalmente, otros como López-González et al., (2018a) han establecido que no existe correlación entre el nivel educativo y la problemática de juego (Mann-Whitney U = 39.394, $Z = -1.05$, $p = .294$)

Lo que sí parece destacar, según autores como Mestre-Bach et al., (2022) es que los jugadores problemáticos en las apuestas deportivas suelen tener un nivel educativo mayor que aquellos que poseen problemática relacionada con otros juegos de azar (Eta² = 55.36, $p < .001$). Se observaron diferencias similares, con respecto a la edad, en juego patológico y juego de riesgo (Eta² = 31.62, $p < .001$).

5.4.4. *Cómo Influyen Otros Factores en Función del Nivel Educativo al Juego*

Cuando se habla de apuestas deportivas, el nivel educativo no actúa únicamente como un factor aislado, sino que se ha observado que puede actuar como modulador o mediador con otros factores. Los factores que se ha encontrado que se ven influidos por el

nivel educativo son: a nivel cognitivo, la actitud hacia el juego y, a nivel comportamental, la impulsividad.

Factores cognitivos: Dentro de los factores cognitivos se ha encontrado una relación entre el nivel educativo y las *actitudes hacia el juego*.

Según autores como Gainsbury et al., (2013) o Lee et al. (2014b), en las apuestas deportivas, la actitud positiva asociada, sobre todo, a una ausencia de peligro o dificultad percibida por un sujeto a la hora de llevar a cabo una apuesta, se observó en aquellos sujetos que poseían más nivel educativo, recursos, dinero y tiempo.

Factores comportamentales: La investigación ha observado que existe una relación entre el nivel educativo de los jugadores y su *nivel de impulsividad* a la hora de realizar apuestas. Estas conductas impulsivas estarían asociadas, según Hing et al. (2017a), a aquellos jugadores que poseen un nivel de estudios mayor y sólo durante los eventos deportivos y no antes de ellos.

A modo de **resumen**: se ha observado que, los jugadores con mayor nivel educativo poseen actitudes más positivas hacia el juego y más impulsividad a la hora de apostar durante los eventos. Por otro lado, si bien es cierto que existe evidencia sobre la relación entre el nivel educativo y el juego problemático, las diferentes investigaciones no se ponen de acuerdo en la direccionalidad de estos hallazgos. Lo que sí que parece claro es que el nivel educativo de los que cumplen criterios de problemas de juego es mayor que en otros juegos de azar.

5.5. Nivel Económico

5.5.1. Definición

A pesar de que el nivel económico es una variable bastante estudiada con relación a los juegos de azar, este interés no ha sido tan evidente a la hora de realizar investigaciones relativas a las apuestas deportivas. Sin embargo, siguiendo las evidencias de los juegos de azar, se ha generalizado la opinión de que estas están más relacionadas con un nivel económico bajo.

En contra de esta opinión popular, en Madrid, un estudio realizado por la Universidad Carlos III (Gómez-Yáñez, 2022) observó que no existe correlación, al menos, entre el número de casas de apuestas y el nivel de renta ($R^2 = .04$). De hecho, observaron que los distritos con más salas de apuestas (por encima de lo que establece la ley) son

zonas de recursos más altos como: zona Centro, Chamberí, Arganzuela o Moncloa; frente a zonas de menos recursos como Carabanchel, Villaverde, Canillejas u Hortaleza. En el caso de la Comunidad de Madrid, también destacan Majadahonda y Pozuelo. Es decir, a nivel de distribución, las casas de apuestas se instalan donde hay más potenciales clientes, no donde hay menos recursos económicos.

5.5.2. *Cómo Afecta el Nivel Económico a la Realización de Apuestas Deportivas*

Si bien es cierto que las investigaciones que han estudiado la variable nivel económico no llegan a un consenso en sus resultados, sí que parece haber evidencia de la existencia de una relación entre el nivel económico y la plataforma utilizada. Así, los jugadores que realizan apuestas mediante internet tienden a ser, no sólo varones jóvenes con internet en casa y en el móvil, sino que parecen presentar un mayor nivel económico y un mayor gasto ($U = 77.035$, $p < .001$, $\eta = .176$) (Cooper et al., 2022; Gainsbury et al., 2015).

5.5.3. *Cómo Afecta el Nivel Económico al Desarrollo de Problemas de Juego*

Algunos autores como Castrén et al, (2013), Heiskanen y Toikka (2016) han observado que, en las últimas décadas, parece que las personas con un patrón de apuestas problemático se encuentran en un nivel socioeconómico bajo, en grupos minoritarios o en situación de exclusión social (desempleadas, con salarios mínimos o inmigrantes). Sin embargo, no parece existir consenso en la relación entre bajos ingresos y los problemas de juego como ponen de relieve autores como Russell et al., (2018).

5.5.4. *Cómo Influyen Otros Factores En Función Del Nivel Económico Al Juego*

Cuando se habla de apuestas deportivas, el nivel económico no actúa únicamente como un factor aislado, sino que se ha observado que puede actuar como modulador o mediador con otros factores. El factor que se ha encontrado que se ve influido por el nivel económico es: a nivel cognitivo, la actitud hacia el juego.

Factores cognitivos: Dentro de los factores cognitivos se ha encontrado una relación entre el nivel económico y las *actitudes hacia el juego*. Según autores como Lee et al. (2014b) la dificultad percibida por un sujeto a la hora de llevar a cabo una acción influye

A modo de **resumen**: se ha observado que no existen diferencias en la distribución de las casas de apuestas en base a los recursos económicos. Tampoco se ha observado consenso en la relación entre las apuestas deportivas o el desarrollo de problemas de juego y el nivel de renta. Sí que se ha observado que existiría una correlación entre un nivel más elevado de renta y una actitud positiva hacia el juego.

Resumen del capítulo: A nivel demográfico las apuestas deportivas presentan diferencias con otros juegos de azar. Estas diferencias se resumen en:

- **Edad:** Se observa una disminución en la edad para comenzar a jugar pasando de los 30-40 años a los 15-35 años, con mayor tendencia a usar internet.
 - *Jóvenes:* se caracterizan por comenzar a jugar con una motivación externa y una actitud positiva hacia el juego. A nivel de problemas de juego se observa que poseen 5 veces más probabilidades de desarrollar juego patológico que los mayores de 45 años
 - *Adolescentes:* mayoritariamente entre los 13 y los 17 años, con preferencia a las apuestas deportivas por encima de otros juegos de azar y mayor tendencia a comenzar a jugar por una motivación interna. También poseen una actitud positiva hacia las apuestas deportivas y mayores niveles de impulsividad y búsqueda de sensaciones. A nivel de problemas de juego se observa que poseen en mayor medida criterios de juego de riesgo y patológicos.
- **Género:** Se observa un recorte en las diferencias entre géneros, aunque sigue predominando el perfil del hombre joven.
 - *Hombre:* Se caracterizan por un patrón más precoz, intenso y frecuente de juego. Poseen, además, más tendencia a la ilusión de control, actitudes más positivas hacia el juego, motivación externa a la hora de comenzar a jugar y más tendencia a la impulsividad durante los eventos deportivos. Se observa mayor tendencia a desarrollar juego de riesgo o problemático.
 - *Mujer:* No existe relación significativa entre la edad y ser mujer, pero sí que se observa una motivación interna a la hora de comenzar a jugar y patrón más impulsivo antes de los eventos. Se observa una mayor tendencia a cumplir criterios de juego patológico, sobre todo, en población clínica.
- **Nivel educativo:** Se observa un aumento en la participación de estudiantes con el cambio de perfil de jugador, aunque es más significativa en el juego presencial que en el online.
 - *Más nivel educativo:* Se caracterizan por una actitud más positivas con respecto al juego y más tendencia a la impulsividad durante los eventos deportivos. A nivel de problemas de juego se observa mucha discrepancia entre estudios.
- **Nivel económico:** Se observa un perfil de jugador con más nivel económico y una actitud positiva hacia el juego en aquellos que realizan apuestas *online*. A nivel de problemas de juego se observa mucha discrepancia entre estudios.

Capítulo 6: Factores Cognitivos

6.1. Definición y Delimitación

Los factores cognitivos, en los juegos de azar, son todos aquellos procesos derivados de la atención, memoria y pensamiento que permiten a un jugador interpretar la información relacionada con las apuestas y emitir o dejar de emitir una acción o comportamiento (creencias irracionales, actitudes hacia el juego, motivos egosintónicos con su forma de pensar o sentir...). Estos factores varían en prevalencia e intensidad en función del tipo de juego de azar. Las apuestas deportivas se diferencian de otros juegos de azar como la lotería, la mayoría de las máquinas recreativas, la ruleta y el bingo en que están estructuradas como una combinación de habilidades y azar, similar al póquer o al blackjack. Esta combinación genera una percepción sobreestimada del poder que tiene el jugador en la obtención de ganancias e infraestima el importante papel del azar (Gökce et al., 2022; López-González et al., 2020b).

Así, autores como Lister et al. (2015) establecen que esta combinación entre habilidades y azar generan creencias irracionales, actitudes hacia el juego y motivaciones internas y/o externas que actúan generando una sensación de autenticidad por parte del jugador. Es decir, según estos autores, los factores cognitivos aparecerían como forma de contrarrestar el malestar generado por la pérdida de dinero y tiempo dotando a la acción de apostar de una función positiva para el jugador y acorde a sus valores. Así, al identificar la realización de apuestas como un comportamiento auténtico o acorde a sus valores el jugador comienza a sentir que su vida es satisfactoria y significativa siempre y cuando en ella exista ese sentimiento de autenticidad (Etuk et al., 2022; Lister et al., 2015). Esta sensación generaría bienestar en la persona al apostar haciéndola particularmente resistente al cambio y manteniendo estas actitudes y creencias. Este patrón mantenido a largo plazo es el que permitiría al jugador seguir con una cognición egosintónica de las apuestas, disminuyendo o anulando las evidencias relacionadas con la interferencia o problemática del juego, lo que, en un contexto como el de las adicciones a las apuestas deportivas, puede conllevar a consecuencias negativas.

Dentro de las investigaciones desarrolladas hasta el momento, se han observado como factores significativos de cara a la participación en apuestas deportivas las creencias irracionales, las actitudes hacia el juego y la motivación para comenzar a jugar y mantenerse en el juego (Etuk et al., 2022; Lister et al., 2015).

Para una mejor comprensión de cada uno de los factores cognitivos estos se expondrán, en orden, en función de la importancia que la investigación ha encontrado.

6.2. Creencias Irracionales

6.2.1. Definición

La capacidad del cerebro para procesar información es limitada. Según el modelo de Rothbaum et al. (1982) el control percibido sobre las situaciones es una dinámica que implica una estrategia de control primaria y una secundaria. El control primario ocurre cuando los individuos “intentan cambiar el mundo para que se ajuste a las necesidades del yo” (1982, p. 8). Sin embargo, cuando este cambio no es posible, los individuos se muestran adaptativos y desarrollan una estrategia de control secundaria que consiste en intentar “encajar en el mundo” (1982, p. 8). Es decir, cuando los individuos no logran cambiar el mundo para que se ajuste a sus necesidades, recurren a estrategias de control secundarias - o procesos internos- para proteger su propia percepción de control y sentirse en consonancia con sus valores (Hing et al., 2015a; López-González et al., 2017). Es por ello que, cuando las personas se enfrentan a situaciones que van a suponer mucha demanda atencional y mucha información recurren a *heurísticos*. Los heurísticos son atajos que permiten filtrar la información de manera que sea más accesible y que se puedan hacer predicciones más fácilmente (Mañoso et al., 2004). Las apuestas deportivas son situaciones complejas en las que la aplicación de estos atajos es habitual. Sin embargo, al utilizar información que está sesgada se corre el riesgo de que esta sea incorrecta. Es en ese momento cuando se habla de creencias irracionales (Cowie et al., 2017; Labrador y Labrador, 2020).

Las creencias irracionales más comunes entre los jugadores, independientemente del tipo de apuesta, son: la ilusión de control, la suerte como responsable de los resultados, las supersticiones, la creencia de “perder por poco” y la personificación de la máquina (Labrador y Labrador, 2020). Aunque no hay unanimidad entre los investigadores sobre qué sesgos se deben considerar, como llamarlos o qué los caracteriza (Labrador y Labrador, 2020), sí que se ha observado que existirían diferencias entre las creencias de los jugadores de azar, en general, y las de los jugadores a apuestas deportivas. En el caso de las apuestas deportivas los tipos de creencias irracionales que destacan son:

Tabla 4.

Principales sesgos cognitivos en las apuestas deportivas

Sesgo cognitivo	Caracterización	Ejemplos	Autores
Ilusión de control	Creencia de que los resultados del evento deportivo dependen más de la propia habilidad, conocimiento y análisis del jugador que del azar o la suerte.	<i>Soy muy seguidor del tenis y me lo conozco todo, así que sé quién va a ganar y cuando.</i>	Ayandale et al., (2020); López-González et al. (2020b), Phua et al., (2022); Winters y Derevensky, (2019)
Atribución flexible	Tendencia a atribuir los éxitos a los conocimientos propios y los fracasos a influencias externas de otro tipo. En el caso de las apuestas deportivas la externalización ante la pérdida se produce, especialmente, en base a un jugador (o su pareja), el árbitro o el tiempo.	<i>He perdido porque Lull está súper descentrado desde que se ha echado novia y no ha jugado nada bien</i>	Labrador y Labrador, (2020)
Fijación en frecuencias absolutas	Consiste en poner más atención en cuánto se gana y no en la proporción entre lo ganado y lo apostado	<i>Últimamente estoy en racha porque he ganado dos veces (sin contar con que ha apostado 20)</i>	Labrador y Labrador, (2020)
Perder por poco	Creencia de que “se ha estado cerca de ganar” y que a la próxima su equipo, el jugador o el caballo no volverá a cometer los mismos errores	<i>El equipo por el que he apostado ha perdido, pero en los penaltis, es decir, he estado a punto de ganar, y la próxima vez que apueste por este equipo ganaré.</i>	Labrador y Labrador, (2020); Leng et al., (2022)
Supersticiones o correlación ilusoria	Asociación entre dos eventos que no están relacionados. En el caso de las apuestas deportivas, este tipo de supersticiones están relacionadas con que juegue un determinado jugador o no, el tipo de árbitro, el tipo de pista, etc. y ganar o perder.	<i>Si no juega Messi el Barça no va a ganar</i>	Labrador y Labrador, (2020)
Falacia del jugador (tipo 2)	Creencia de que, a raíz de un número de observaciones reducido, se puede detectar un resultado. Es decir, creer que la acumulación de información o apuestas pasadas les otorgará ventaja en la siguiente tanda de apuestas. En el caso de las apuestas deportivas, en base a los resultados en los últimos eventos, estimar el resultado	<i>Nadal ha ganado los dos últimos partidos a Djokovic, por lo que el próximo también lo ganará</i>	Hing et al. (2015a); Labrador y Labrador, (2020), López-González et al. (2020b), Phua et al., (2022)

siguiente.

Sesgo de conformidad	Cambio en nuestra forma de pensar o de comportarnos para que estas coincidan con las de un determinado grupo, incluso cuando van en contra de nuestros valores.	<i>No soy de realizar apuestas deportivas, pero si todos mis amigos lo hacen, no será tan malo</i>	Cialdini (2001) Sherif (1937)
----------------------	---	--	-------------------------------

6.2.2. **Cómo Afectan las Creencias Irracionales a la Realización de Apuestas Deportivas**

Seyyed Masoomeh et al. (2019) han observado que, como se venía estableciendo con otros juegos de azar, existe una clara relación entre las creencias irracionales y la realización de apuestas deportivas ($\beta = -.309$, $p < .001$).

En esta dirección, autores como Cooper et al. (2022) o Leng et al., (2022), han observado que las personas que no apuestan poseen puntuaciones más bajas ($M = 2.82$, $dt = 1.04$) en el control percibido (ilusión de control) de las apuestas deportivas que los jugadores ($M = 3.34$, $dt = .92$) ($t [171] = 3.19$, $p < .01$). Estos mismos autores observaron que la ilusión de control era el mayor predictor de la intención de jugar ($\beta = .25$, $p < .01$, $R^2 = .43$) por parte de los jugadores.

Otros autores como Cooper et al. (2022) han encontrado que la creencia de perder por poco (suerte/perseverancia) también era significativamente más fuerte entre los apostadores deportivos que los no apostadores ($U = 110.030$, $p < .001$, $\eta = .396$). Estos mismos resultados se han encontrado también al comparar apuestas deportivas ($M = 3.819$, $dt = 5.268$, R^2 ajustada = $.216$, $p < .001$) con otros juegos de azar como la lotería ($M = 1.869$, $dt = 8.852$; R^2 ajustada = $.061$, $p < .001$) (Towfigh y Glöckner, 2011).

Finalmente, autores como Etuk et al., (2022) han observado que la correlación ilusoria y la falacia del jugador (tipo 2) se correlacionarían con la implicación en el juego ($r = .46$, $p < .001$) al generar una visión de las apuestas como algo acorde con los valores y habilidades propios del jugador (Heiskanen y Toikka, 2016). A su vez, tanto la correlación ilusoria y la falacia del jugador como la implicación en el juego correlacionan significativamente con el aumento de la frecuencia ($r = .51$, $p < .001$ y $r = .39$, $p < .01$, respectivamente) y las pérdidas en el juego ($r = .31$, $p < .05$ y $r = .28$, $p < .05$, respectivamente).

Así, las características de los jugadores que presentan creencias irracionales asociadas a la realización de apuestas deportivas parecen estar relacionadas con creencias de ilusión de control en la misma medida que otros juegos de azar; y de creencias de “perder por poco”, falacia del jugador (tipo 2) y correlación ilusoria, en mayor medida que en otros juegos de azar (Etuk et al., 2022; Leng et al., 2022; Towfigh y Glöckner, 2011).

6.2.3. *Cómo Afectan las Creencias Irracionales al Desarrollo de Problemas de Juego*

Las creencias irracionales han sido foco de mucha investigación debido, principalmente, a su influencia en todos los puntos del proceso de juego: inicio, mantenimiento y desarrollo de problemas de juego. Además, resulta interesante observar que tanto los jugadores con problemas como sin ellos poseen distorsiones cognitivas. Según Mañoso et al. (2004) la diferencia entre las creencias irracionales de los jugadores y no jugadores a apuestas deportivas radicaría en 3 factores. El primer factor diferenciador tendría que ver con las diferencias cuantitativas, es decir, con la frecuencia de estas distorsiones, sobre todo en relación con la implicación en el juego (Cowie et al., 2017). El segundo estaría relacionado con diferencias cualitativas, es decir, que todos los jugadores posean las mismas creencias irracionales, pero varíe el grado de irracionalidad que supone esa creencia para el jugador. Finalmente, el tercer factor estaría relacionado con que, aunque todos los jugadores tengan creencias irracionales, estas sean diferentes para cada tipo de jugador. En esta línea, la investigación realizada por López-González et al. (2020b) propone que las diferencias que existirían entre jugadores con problemas de juego y los que no recaerían en el nivel de procesamiento cognitivo.

Con respecto al juego problemático, autores como Phua et al. (2022) observaron que, aunque los no jugadores ($M = 27.19$, $dt = 11.81$) y los jugadores problemáticos ($M = 35.27$, $dt = 13.63$) ($F(2, 710) = 126.91$, $p < .01$, $\eta^2 = .26$), poseían creencias significativamente elevadas de la falacia del jugador, esta era mayor en los jugadores problemáticos que en los no jugadores. Lo mismo ocurrió con las creencias de ilusión de control ($F(2, 710) = 114.29$, $p < .01$, $\eta^2 = .24$). Según estos autores, mientras que los jugadores sin problemas presentarían predominantemente creencias de ilusión de control, los jugadores con problemas recurrirían más frecuentemente a mecanismos explicativos de los resultados y al control predictivo (“perder por poco”). Esta tendencia al procesamiento a través de creencias irracionales parece estar asociada con barreras internas que hacen que sea más difícil para los jugadores ser conscientes del poder que están teniendo sus creencias sobre sus conductas y percepciones (Etuk et al., 2022, Mestre-Bach et al., 2022).

Otros autores como López-González et al. (2020b) observaron, además, que la ilusión de control y el exceso de confianza asociado a este tipo de creencias, parecen tener una mayor relación con tasas más elevadas de problemática de juego en las apuestas deportivas que en otro tipo de juegos de azar.

6.2.4. *Cómo Influyen Otros Factores en Función de las Creencias Irracionales al Juego*

Cuando se habla de apuestas deportivas, las creencias irracionales no actúan únicamente como un factor aislado, sino que se ha observado que pueden actuar como modulador o mediador con otros factores. Los factores que se ha encontrado que se ven influidos por las creencias irracionales son: a nivel cognitivo, la actitud hacia el juego y, a nivel comportamental, la impulsividad.

Factores cognitivos: Dentro de los factores cognitivos se ha encontrado una relación positiva entre las creencias irracionales y las *actitudes hacia el juego*. Así, autores como Lee et al. (2014a) observaron que la dificultad percibida por un jugador a la hora de llevar a cabo una acción influye de cara a su actitud hacia ella. Es decir, cuantas más creencias de ilusión de control y mayores niveles de falacia del jugador más tendencia a tener una actitud positiva hacia el juego. En esta dirección, autores como Ayandale et al. (2020) han observado una clara relación entre las creencias irracionales, sobre todo la ilusión de control, con una actitud positiva hacia la realización de apuestas deportivas ($B = .38$, $t = 10.43$, $p < .01$).

Factores comportamentales: La investigación ha observado que existe una relación positiva entre las creencias irracionales y su *nivel de impulsividad* a la hora de realizar apuestas deportivas.

Según autores como Cowie et al. (2017) y Etuk et al. (2022) existe relación entre las creencias irracionales y ciertas conductas de riesgo como apostar más dinero y de manera más impulsiva, observándose una relación directa y positiva entre ambas ($r = .34$, $p < .05$). Es decir, los jugadores que presentan creencias irracionales más fuertes y persistentes son más tendentes a tomar decisiones sin tener en cuenta el factor azar o la peligrosidad de sus actos. Es decir, son más tendentes a realizar conductas impulsivas (Heiskanen y Toikka, 2016).

A modo de **resumen**: se ha observado que, los jugadores con mayor nivel creencias irracionales poseen actitudes más positivas hacia el juego y más impulsividad a la hora de apostar dinero. Por otro lado, se observa que los jugadores con problemas de juego a apuestas deportivas poseen más creencias irracionales, sobre todo internalización y control predictivo, que sus homólogos en otros juegos de azar.

6.3. Actitudes Hacia el Juego

6.3.1. Definición

Aunque la bibliografía difiere en su forma de entender y definir las actitudes hacia el juego, esta investigación va a centrarse en las actitudes de manera global. Es decir, entendiendo las actitudes como respuestas cognitivas -o elaborada a través de hechos-, afectivas -o basadas en una reacción emocional- o comportamentales -es decir, la tendencia a actuar de una u otra manera ante dichos eventos- (Ayandele et al., 2020). Esta respuesta puede ser favorable o desfavorable (Lee et al., 2014a).

Se van a considerar las actitudes dentro de un espectro que va desde la actitud de rechazo hasta la actitud positiva:

- **Actitud de rechazo:** Aquella en la cual un individuo tiene un sentimiento tan elevado de aversión contra las apuestas deportivas que excluye esta actividad de su vida deliberadamente.
- **Actitud desfavorable o negativa:** Aquella en la cual un individuo posee una visión conservadora o pesimista de las apuestas deportivas, maximizando los eventos aversivos o quitando valor a las características positivas que puedan presentar (Lee et al., 2014a).
- **Actitud neutra:** Aquella en la que un individuo no se posiciona hacia ningún extremo, mostrándose imparcial. Este tipo de actitud no suele ser común en las apuestas deportivas debido al aprendizaje vicario. Este aprendizaje permite a las personas generar una opinión de las apuestas deportivas independientemente de no haber tenido una experiencia directa con ellas.
- **Actitud favorable o positiva:** Aquella que favorece la interpretación optimista de la situación independientemente de las dificultades o problemáticas que se planteen. Este tipo de actitudes suelen tener la finalidad de acercar al sujeto a la acción (Hanss et al., 2014).

6.3.2. *Cómo Afectan las Actitudes a la Realización de Apuestas Deportivas*

La bibliografía ha observado que existe una relación positiva entre las actitudes hacia el juego y el inicio en las apuestas deportivas. Así, autores como Abu et al. (2022) observaron que más del 70% (71.7%) de las personas que realizaban apuestas deportivas poseían una actitud positiva hacia el juego. En esta misma dirección, autores como Cooper et al. (2022), Gathuru (2022) o Leng et al. (2022) observaron que las personas que no realizaban apuestas deportivas poseían puntuaciones más bajas ($M = 2.05$, $dt = .93$) en las actitudes favorables hacia las apuestas deportivas que los que sí realizaban apuestas ($M = 2.55$, $dt = .91$) ($t [171] = 3.33$, $p < .01$). Estos mismos autores observaron que la actitud de rechazo y la actitud negativa hacia el juego eran el mayor predictor de la no intención de jugar ($\beta = .55$, $p < .01$, $R^2 = .40$) por parte de los no jugadores.

Así, los jugadores de apuestas deportivas parecen presentar una actitud positiva a las apuestas deportivas, en mayor medida, que los no jugadores.

6.3.3. *Cómo Afectan Las Actitudes Al Desarrollo De Problemas De Juego*

Existe bastante consenso en la literatura con respecto a la influencia de las actitudes positivas en el mantenimiento y la problemática de juego. Investigaciones como las llevadas a cabo por Ayandele et al. (2020), Etuk et al. (2022), Hanss et al. (2014) o Sánchez-Pardo et al. (2016) establecen que las actitudes positivas hacia el juego son un gran predictor de su frecuencia y de su posible desarrollo de problemas de juego. En esta dirección, Abu et al. (2022) observaron que la probabilidad de desarrollar problemas de juego es 2.5 veces mayor (AOR = 2.57, IC 95% (1.49 - 4.44)) en aquellos jugadores que tienen una actitud positiva hacia las apuestas deportivas frente a aquellos que presentan actitudes negativas.

Por otro lado, también se ha observado que una actitud favorable hacia el juego también estaría asociada con problemas de juego, de manera comórbida, a otros juegos de azar (Ayandele et al., 2020).

6.3.4. *Cómo Influyen Otros Factores en Función de las Actitudes al Juego*

Cuando se habla de apuestas deportivas, las actitudes no actúan únicamente como un factor aislado. La investigación ha realizado muchos estudios con la intención de observar si la variable actitudes actúa como modulador o mediador con otros factores o si serían otras variables las que modulan las actitudes. En esta dirección, un estudio realizado por Hanss et al. (2014) evaluó si era la actitud hacia el juego quien generaba cambio en diferentes factores relevantes de cara a la realización de apuestas deportivas como el género, rasgos de personalidad (extraversión, agradabilidad, conciencia, neuroticismo,

inteligencia), impulsividad, búsqueda de sensaciones, aprobación familiar y social y la frecuencia de juego. Estos autores observaron que no era la actitud hacia el juego la que explicaba los diferentes factores, sino que eran estos quienes explicaban la actitud positiva hacia el juego. En concreto observaron que el género (ser hombre) ($B (SE) = -2.34 (.36)$, $\beta = -.16$; $t = -6.51$, $p < .001$), la ausencia de agradabilidad ($B (SE) = -.58 (.26)$, $\beta = -.05$; $t = -2.24$, $p = .03$), la búsqueda de sensaciones ($B (SE) = 1.19 (.5)$, $\beta = .06$; $t = 2.36$, $p = .02$) y el haber realizado apuestas deportivas alguna vez en la vida ($B (SE) = 1.14 (.51)$, $\beta = .05$; $t = 2.24$, $p = .03$) explicaban en un 29% las actitudes positivas hacia el juego (R^2 ajustada = .29; $F (15, 1762) = 48.89$, $p < .001$).

A modo de **resumen**: se ha observado que, los jugadores con mayor nivel de actitudes positivas presumiblemente serán hombres, con más frecuencia de juego y ciertos niveles de impulsividad y búsqueda de sensaciones. Por otro lado, aquellos que posean más actitudes positivas hacia el juego poseerán más tendencia a realizar apuestas deportivas y desarrollar problemas de juego que aquellos que posean actitudes negativas o de rechazo hacia el juego.

6.4. Motivación

6.4.1. Definición

La motivación para comenzar a jugar es un constructo ampliamente estudiado en los diferentes juegos de azar. Sin embargo, algunos autores como López-González et al. (2018b) establecen ciertas diferencias relevantes dentro de las apuestas deportivas. Estas diferencias parecen surgir en la conexión emocional con los equipos o personas por las que apuestan. Esta conexión emocional actuaría como potenciador de las creencias erróneas y de las motivaciones intrínsecas privando al jugador de un pensamiento racional y objetivo que le permita observar que sus acciones están conllevando la pérdida de cantidades de dinero más cuantiosas de lo que se puede permitir. Así, al hablar de motivación podemos observar dos tipos diferentes:

- **Motivación intrínseca o interna:** Dentro de la motivación intrínseca la bibliografía establece 4 motivos principales: *diversión* (sensaciones placenteras percibidas generadas por los resultados inciertos), *sensación de ganar* (sensación de refuerzo tras haberse implicado personal y económicamente), *probar las habilidades* (Deseo de demostrar competencia en las apuestas deportivas, incluyendo tanto el esfuerzo mostrado como los resultados percibidos) y *distraerse de los problemas* (Lamont y Hing, 2018, Lee et al, 2014b).

- **Motivación extrínseca o externa:** Dentro de la motivación extrínseca, Lamont y Hing, (2018) establecen 3 motivos principales: *Ganar dinero* (perspectiva de recompensa económica) (Lee et al. 2014b), *conocer gente* (percepción de recompensa social a través de la vinculación con otras personas en un entorno de ocio) y *estar con amigos* (percepción de pertenencia generada por los grupos de referencia inmediatos).

6.4.2. Cómo Afecta La Motivación A La Realización De Apuestas Deportivas

Si bien la motivación para comenzar a realizar apuestas deportivas es algo estudiado, no existe mucha bibliografía al respecto.

Con respecto a la *motivación interna*, autores como Lee et al. (2014b) observaron que las variables con más peso a la hora de realizar apuestas deportivas son la “diversión” ($\gamma_{21} = .398, t = 5.055, p < .001$), seguido de “evitación o distracción de los problemas” ($\gamma_{22} = .226, t = 2.942, p < .001$) y de “probar habilidades” ($\gamma_{23} = .268, t = 3.358, p < .001$). Estos mismos autores observaron que la motivación intrínseca estaba significativamente relacionada con las consecuencias positivas de la realización de apuestas deportivas ($\beta_{32} = .786, t = 11.626, p < .001$) y débilmente relacionada con las consecuencias negativas ($\beta_{42} = -.121, t = -2.052, p < .05$).

Con respecto a la *motivación externa*, autores como Abu et al. (2022) o Lee et al. (2014b) observaron que la variable con más peso, a la hora de realizar apuestas deportivas, era el dinero ($\gamma_{14} = .431, t = 5.494, p < .001$). El segundo motivo con más peso era el estar con amigos (N = 24%) (Abu et al., 2022). Estos mismos autores observaron que la motivación extrínseca estaba relacionada con las consecuencias negativas de la realización de apuestas deportivas ($\beta_{41} = .609, t = 8.531, p < .001$).

Así, parece ser que, tanto la motivación interna como la externa serían factores facilitadores del inicio del juego. Sin embargo, las investigaciones observan que la motivación externa posee una mayor relación con las consecuencias negativas del juego.

6.4.3. Cómo Afecta la Motivación al Desarrollo de Problemas de Juego

La investigación ha observado que los mecanismos motivacionales son un factor influyente en el desarrollo de problemas de juego. Lister et al. (2015) establecen que este tipo de motivaciones actúan directamente sobre la frecuencia de las apuestas disminuyendo la disonancia cognitiva producida por las pérdidas y aumentando la intensidad del refuerzo producido por la mejora (tanto del rendimiento de las apuestas como del malestar

emocional). Bajo esta luz, se evidencia una interacción entre el sentimiento egosintónico de realizar apuestas y la motivación derivada de la disminución del malestar o la aparición de bienestar que pueden ser particularmente importantes de cara al desarrollo de juego problemático.

Así, los mecanismos motivacionales que más influencia tienen en el desarrollo de problemáticas de juego serían: ganar dinero, evitación del malestar relacionado con problemas en el entorno o la búsqueda de adrenalina y aceptación (García-Ruiz et al., 2016; Nyemcsok et al., 2022). En esta línea, Gökce et al. (2022) no sólo observaron que ganar dinero ($\beta = .267, p < .01$), socializar ($\beta = .219, p < .01$) o estar en el juego ($\beta = .148, p < .01$) eran factores predictivos de la problemática de juego, si no que estos factores de la motivación externa explicaban aproximadamente el 25% ($\Delta R^2 = .247$) del riesgo a desarrollar juego patológico. Otros autores como Cooper et al. (2022) o López-González et al. (2020a) observaron que la motivación para escapar de los problemas era significativamente mayor entre los jugadores patológicos y los jugadores sin riesgo ($\chi^2(3) = 17.642, p < .001$).

6.4.4. Cómo Influyen Otros Factores en Función de la Motivación al Juego

Cuando se habla de apuestas deportivas, la motivación no actúa únicamente como un factor aislado, sino que se ha observado que puede actuar como modulador o mediador con otros factores. El factor que se ha encontrado que se ve influido por el tipo de motivación es: a nivel comportamental, la impulsividad.

Factores comportamentales: La investigación ha observado que existe una relación entre los mecanismos motivacionales y su *nivel de impulsividad* a la hora de realizar apuestas. En esta dirección, autores como Lee et al. (2014b) observaron que la motivación intrínseca (búsqueda de emociones, evitación...) se correlaciona, a largo plazo, con la implicación sana y no impulsiva ($R^2 = .376$); mientras que los factores de motivación extrínsecos (dinero) daban lugar, en mayor medida, a una implicación negativa e impulsiva ($R^2 = .185$).

A modo de **resumen**: se ha observado que los jugadores pueden comenzar a jugar tanto por una motivación interna como por una motivación externa. Dentro de la motivación interna los motivos de mayor peso son: diversión, distraerse de los problemas y mejorar las habilidades. Dentro de la motivación externa estaría ganar dinero. Así, la motivación interna se ve asociada con consecuencias más positivas de juego, mientras la motivación externa se ve más asociada a conductas negativas como distorsiones cognitivas, impulsividad y, en última instancia, más probabilidad de desarrollar juego patológico.

Resumen del capítulo: A nivel cognitivo las apuestas deportivas presentan diferencias con otros juegos de azar. Estas diferencias se resumen en:

- **Creencias irracionales:** Se observa un nivel similar de IC y un aumento de la PC y de la IB.
 - *IC:* Se observan diferencias en la ilusión de control entre los jugadores de apuestas deportivas y los no jugadores. Es decir, se observa relación entre la IC y la intención de realizar apuestas deportivas. También se observa un elevado nivel de ilusión de control en los jugadores problemáticos, superior al de los no jugadores o los jugadores de otros juegos de azar. Se ha detectado, además, una relación entre este tipo de creencias y las actitudes positivas hacia el juego y mayores niveles de impulsividad conductual y económica.
 - *PC:* Se observa un aumento de la PC en jugadores de apuestas deportivas en comparación con los no jugadores o los jugadores de otros juegos de azar. Lo mismo se observa con respecto al juego problemático. Se ha detectado, además, una relación entre este tipo de creencias y las actitudes positivas hacia el juego. También con mayores niveles de impulsividad conductual y económica.
 - *IB:* La investigación ha observado que los elevados niveles de internalización están relacionados con una mayor implicación de tiempo y dinero en el juego. No se ha observado relación directa con la problemática de juego, pero sí con los niveles de impulsividad.
- **Actitudes:** Se observan diferencias entre el nivel de actitud positiva hacia las apuestas deportivas en comparación con otros juegos de azar.
 - *Actitud positiva:* La bibliografía establece que las personas con una actitud positiva hacia el juego poseen 2.5 veces más probabilidad de desarrollar problemas de juego. También se ha observado que tener una actitud positiva hacia las apuestas deportivas favorece la comorbilidad con otros juegos de azar.
 - *Actitud negativa:* Se ha observado que es el mayor predictor para no jugar ni desarrollar problemas de juego.
- **Motivación:** Se observan diferencias entre las apuestas deportivas y los juegos de azar. En el caso de las apuestas deportivas sobresale una mayor conexión emocional con los eventos.
 - *Interna:* se observan que las motivaciones principales para comenzar a jugar son: diversión, distraerse de los problemas, ganar habilidades y tener sensación de ganar. Se ha visto, además, que está asociada con consecuencias positivas del juego. En el caso de los jugadores que comienzan a jugar para “distraerse de los problemas” se ha observado que presentan más niveles de juego patológico y sin riesgo.

- *Externa:* Las motivaciones principales para comenzar a jugar son: ganar dinero o estar con amigos. Se ha visto que está asociada con consecuencias negativas del juego. Además, las personas que comienzan a jugar por estos motivos presentan un 25% más de probabilidades de ser jugadores patológicos. También parecen presentar más niveles de impulsividad.

Capítulo 7: Factores Comportamentales

7.1. Definición y Delimitación

Se entienden por factores comportamentales al conjunto de acciones o a la ausencia de ellas, que presenta una persona en respuesta a estímulos de su entorno. Estas pueden ser conscientes o inconscientes y/o premeditadas o automáticas en función de las circunstancias.

En el caso de las adicciones comportamentales, el factor principal que ha encontrado la literatura es la impulsividad.

7.2. Impulsividad

7.2.1. Definición

La impulsividad es un constructo ampliamente relacionado con diferentes problemáticas psicológicas. Sin embargo, a pesar de haber sido estudiado exhaustivamente, en la actualidad, sigue sin existir consenso en su definición y categorización.

La acepción más aceptada es la resultante de las investigaciones neuropsicológicas que observan que la impulsividad se correlaciona con un problema en la corteza prefrontal dorsolateral que daría lugar a la incapacidad para no ejecutar una conducta que se considera inapropiada o no ajustada a las demandas del momento y va a suponer, por consiguiente, un problema para la persona (Fuster, 1997). Es por esto que se va a entender por impulsividad a las acciones emitidas de manera automática y sin premeditación, con la intención de obtener un refuerzo inmediato y sin calcular las consecuencias a medio y largo plazo (Evenden, 1999; Hing et al., 2017a; Hing et al., 2018).

Esta se divide en dos aspectos: el emocional, comprendido por la urgencia positiva, la urgencia negativa y la búsqueda de sensaciones; y el aspecto cognitivo, compuesto por la falta de perseverancia y premeditación (Whiteside et al., 2005):

- **Urgencia negativa:** Incapacidad para resistir tentaciones o deseos fuertes ante un estado emocional negativo. Se ha asociado con el tabaco, la adicción a estimulantes, al juego patológico, a compras compulsivas, al uso abusivo de Internet y a conductas sexuales de riesgo (Cooper et al., 2022; Navas et al., 2014).

- **Urgencia positiva:** Reacción automática ante un estado emocional positivo. Se ha asociado con el uso de sustancias, con las apuestas deportivas (Cooper et al., 2022) y con conductas sexuales de riesgo (Lynam et al., 2006; Navas et al., 2014; Whiteside y Lynam, 2001).
- **Búsqueda de sensaciones:** Tendencia a buscar actividades o refuerzos nuevos, intensos y placenteros. Estos pueden involucrar riesgos (Etuk et al., 2022). Se ha relacionado con adicción a sustancias y comportamentales (Cooper et al., 2022; Navas et al., 2014)
- **Falta de premeditación:** Incapacidad o dificultad para tomar una decisión teniendo en cuenta las consecuencias de dicha decisión. Se ha relacionado con la adicción a sustancias, más que con las adicciones comportamentales (Cooper et al., 2022; Navas et al., 2014).
- **Falta de perseverancia:** Incapacidad de una persona para mantenerse en una acción, sobre todo, cuando esta no reporta el refuerzo que se esperaba de ella. Se ha relacionado con la adicción a sustancias, más que con las adicciones comportamentales (Cooper et al., 2022; Navas et al., 2014).

7.2.2. *Cómo Afecta la Impulsividad a La Realización de Apuestas Deportivas*

La bibliografía ha observado que existe una clara relación positiva entre la impulsividad y la realización de apuestas deportivas ($\beta = -.354$, $p < .001$) (Seyyed Masoomeh et al., 2019).

En esta dirección, autores como Hing et al. (2017a) observaron que, más de $\frac{3}{4}$ de los sujetos de su estudio (78.4%) afirmaba haber realizado apuestas deportivas de manera impulsiva en los últimos 12 meses. Además, encontraron diferencias entre los jugadores que realizaban las apuestas deportivas de manera planificada y estudiada antes de los partidos, los que las realizaban impulsivamente antes de un partido y los que las realizaban impulsivamente durante los partidos. Así, observaron que las variables que predecían la realización de apuestas deportivas de manera planificada y estudiada antes de los partidos eran: ser hombre ($B (SE) = -.515 (.078)$, $\beta = -.154$, $t = -6.573$, $p < .001$), mayor ($B (SE) = .007 (.003)$, $\beta = .057$, $t = 2.113$, $p = .035$) y tener menos rasgos de impulsividad ($B (SE) = -.551 (.082)$, $\beta = -.185$, $t = -6.737$, $p < .001$). Las variables que predecían la realización de apuestas deportivas de forma impulsiva antes de un partido eran: ser mujer ($B (SE) = .493 (.083)$, $\beta = .137$, $t = 5.905$, $p < .001$) y tener elevada puntuación en impulsividad ($B (SE) = .649 (.087)$, $\beta = .203$, $t = 7.454$, $p < .001$). Finalmente, las variables que predecían la

realización de apuestas deportivas de forma impulsiva durante los partidos eran: tener un nivel más elevado de educación ($B (SE) = .056 (.022)$, $\beta = .044$, $t = 2.592$, $p = .01$), tener un corto historial de realización de apuestas deportivas (menor de un año) ($B (SE) = .008 (.004)$, $\beta = .041$, $t = 2.181$, $p = .029$), gastar más tiempo realizando apuestas deportivas al mes ($B (SE) = .012 (.004)$, $\beta = .055$, $t = 2.949$, $p = .003$) y tener elevadas puntuaciones en problemática de juego ($B (SE) = .0113 (.005)$, $\beta = .051$, $t = 2.098$, $p = .036$). La impulsividad como rasgo no parece ser significativa en este tipo de patrón de juego ($B (SE) = .031 (.062)$, $\beta = .01$, $t = .495$, $p = .620$) (Hing et al., 2018).

Más específicamente, autores como Cooper et al. (2022) observaron que, dentro de la impulsividad, los apostadores deportivos tenían puntuaciones significativamente más altas de urgencia negativa ($t = 4.538$, $p < .001$, $d = .255$), urgencia positiva ($t = 6.007$, $p < .001$, $d = .338$) y búsqueda de sensaciones ($t = 9.228$, $p < .001$, $d = .516$) que los apostadores no deportivos. Sin embargo, no se encontraron diferencias, en función del juego de azar, en lo relativo a la falta de perseverancia o a la falta de premeditación.

Así, las características de este tipo de jugador parecen estar relacionadas con mayores puntuaciones en urgencia positiva, negativa y búsqueda de sensaciones que otros jugadores de azar. También parecen presentar una mayor frecuencia de juego. En el caso de los jugadores con rasgos de impulsividad antes de los partidos se encontraría un perfil más de mujer. En el caso de los jugadores más planificadores o impulsivos durante el evento, nos encontraríamos con un perfil más de hombre, adulto, con elevado nivel educativo y corto pero problemático historial de juego a las apuestas deportivas.

7.2.3. *Cómo Afecta la Impulsividad al Desarrollo de Problemas de Juego*

La investigación ha observado que la impulsividad es un factor que influye en el desarrollo de problemas de juego. D'Astous y Di Gaspero (2013) establecen que esto se produce porque vivir experiencias estimulantes y variadas, relacionadas con conductas impulsivas, se asocia positivamente con la tendencia a realizar apuestas de riesgo con sumas de dinero más elevadas, fuera del alcance del jugador y con menor probabilidad de éxito. Así, Russell et al. (2018) observaron diferencias significativas en el nivel de impulsividad entre los jugadores patológicos ($t = -22.71$, $p < .017$), problemáticos ($t = -7.89$, $p < .017$) y los jugadores de riesgo ($t = -3.45$, $p < .017$) con respecto a los jugadores sin riesgo.

Dentro de la impulsividad, se ha observado que cada aspecto (urgencia positiva, negativa, búsqueda de sensaciones, falta de premeditación y falta de perseverancia) influye de manera diferente en el desarrollo o no de problemas de juego.

Con respecto a la *urgencia positiva*, autores como Cooper et al. (2022) observaron que esta es un predictor importante de la gravedad del problema de juego a apuestas deportivas ($B = .710$, $SE = .068$, $p < .001$), mientras que para otros jugadores de azar sería más la urgencia negativa ($B = .362$, $SE = .058$, $p < .001$). En esta línea, otros autores como López-González et al. (2020a) observaron, además, cambios significativos en la urgencia positiva en función del nivel de problema de juego ($\chi^2(3) = 10.828$, $p < .013$). Así, observaron que había diferencias entre los jugadores patológicos ($M = 2.76$, $dt = .62$) y los jugadores problemáticos ($M = 2.55$, $dt = .65$), los jugadores de riesgo ($M = 2.58$, $dt = .65$) y los jugadores sin problema ($M = 2.57$, $dt = .72$).

Con respecto a la *urgencia negativa*, autores como Cooper et al. (2022) observaron que esta actuaba como un predictor importante para los apostadores no deportivos ($B = .362$, $SE = .058$, $p < .001$).

Con respecto a la *búsqueda de sensaciones*, autores Etuk et al. (2022) observaron que esta se encontraría presente más en jugadores sin riesgo mientras que, a medida que el juego se convierte en problemático, los jugadores no presentarían tanta búsqueda de sensaciones sino menos autocontrol y más impulsividad. En esta misma línea, Cowie et al. (2017), observaron que, la búsqueda de sensaciones posee mayor correlación con el comportamiento de juego, sin que este sea necesariamente problemático ($r = .25$, $p < .01$). Es decir, la búsqueda de sensaciones estaría más relacionada con factores precipitantes de la conducta de juego y no con problemática de juego, por lo que sería mayor en los jugadores sin riesgo.

Con respecto a la *falta de perseverancia*, autores como Lorains et al. (2014a) observaron que los jugadores problemáticos presentan mayores niveles de falta de perseverancia en situaciones de ambigüedad y riesgo. Esta se vio caracterizada por un exceso de confianza, menos tiempo de respuesta para pensar en su siguiente acción, sobre todo en la toma de decisiones y en las respuestas motoras.

Con respecto a la *falta de premeditación*, autores como López-González et al. (2020a) observaron cambios significativos en función del nivel de problema de juego ($\chi^2(3) = 31.741$, $p < .001$). Así, observaron que había diferencias entre los jugadores patológicos ($M = 2.78$, $dt = .67$) y los jugadores problemáticos ($M = 2.36$, $dt = .87$), los jugadores de riesgo ($M = 2.48$, $dt = .9$) y los jugadores sin riesgo ($M = 2.25$, $dt = .91$). También observaron diferencias entre los jugadores de riesgo ($M = 2.48$, $dt = .9$) y los jugadores sin problema ($M = 2.25$, $dt = .91$).

7.2.4. *Cómo Influyen Otros Factores en Función de la Impulsividad al Juego*

Cuando se habla de apuestas deportivas, la impulsividad no actúa únicamente como un factor aislado, sino que se ha observado que puede actuar como modulador o mediador con otros factores. El factor que se ha encontrado que se ve influido por la impulsividad es: a nivel cognitivo, la actitud hacia el juego.

Factores cognitivos: Dentro de los factores cognitivos se ha encontrado una relación positiva entre la impulsividad y las *actitudes hacia el juego*. Según Etuk et al. (2022), la impulsividad actuaría como modulador de las actitudes positivas. En esta línea, un estudio realizado por Lee et al. (2014a) observó que las actitudes positivas hacia las apuestas deportivas estaban relacionadas positivamente con la búsqueda de sensaciones, es decir, que las actitudes positivas hacia el juego se encontraban relacionadas con niveles bajos de impulsividad ($\Upsilon = .52, t = 10.22, p < .001$).

A modo de **resumen del capítulo:** A nivel comportamental la impulsividad parece ser un factor relevante y diferenciador de cara a la realización de apuestas deportivas, sobre todo en comparación con otros juegos de azar. Estas diferencias se resumen en:

- Las *apuestas deportivas* presentan más niveles de urgencia positiva, urgencia negativa y búsqueda de sensaciones, es decir mayores niveles del aspecto emocional de la impulsividad que otros juegos de azar.
- 3/4 de las personas que realizan apuestas deportivas poseen conductas impulsivas. En el caso de las mujeres es más característico que ocurra antes de un evento deportivo; mientras que en hombres es más característico que se dé durante un evento. En este caso, suelen ser de más edad, con un nivel económico mayor y un historial de juego corto pero problemático.
- Con respecto a los problemas de juego, se observan diferencias en los niveles de impulsividad entre los jugadores patológicos y el resto de jugadores con y sin problemas. También se observan diferencias entre los diferentes constructos de la impulsividad:
 - Urgencia positiva: Destaca como indicador de la gravedad de la conducta en el caso de los jugadores a apuestas deportivas. Se observa que es superior en los jugadores patológicos frente al resto de jugadores con y sin problemas.
 - Urgencia negativa: se observa que es un indicador de problemas de juego en otros juegos de azar, pero no en las apuestas deportivas.
 - Búsqueda de sensaciones: Este constructo no correlaciona con la problemática de juego, pero sí con el inicio de este y con el juego sin riesgo.

- Falta de perseverancia: Se observa que es superior en los jugadores problema.
- Falta de premeditación: Se observa que es superior en los jugadores patológicos frente al resto de jugadores con y sin problemas. También se observan diferencias entre los jugadores de riesgo y los jugadores sin riesgo.
- Se observa una relación entre los jugadores que presentan actitudes positivas hacia el juego y los que presentan bajos niveles de impulsividad en todos los constructos, salvo en búsqueda de sensaciones.

Capítulo 8: Factores Publicitarios

8.1. Definición y Delimitación

La publicidad de los juegos de azar se ha considerado un estímulo que puede contribuir al inicio y la posible derivación en problemas de juego (López-González et al., 2017). Así, hasta la regulación de la publicidad por el Real Decreto 958/2020 de Comunicaciones Comerciales de las actividades de juego (BOE 291), no solo era una actividad que se encontraba totalmente integrada dentro de los eventos deportivos, sino que era una de las formas de incitación al juego más utilizada en España. En aquellos países en donde no está regulada sigue siendo uno de los principales factores de inicio del juego.

Las características que hacen a la publicidad tan buen recurso se dividen en dos: las características situacionales y las estructurales:

- Características situacionales: son las que, a través de la situación, facilitan el juego en primer lugar, proporcionando una alta accesibilidad, por un lado, a los deportes y, por otro, la posibilidad de apostar en ellos, tanto de manera presencial como *online* (Chóliz, 2014). Van desde la localización de las casas de apuestas (cerca de institutos, por ejemplo) hasta el número de locales o páginas web enfocados a las apuestas deportivas.
- Características estructurales: cómo la estructura del juego facilita, refuerza y mantiene el juego una vez que este ya se ha instaurado como conducta. Dentro de las características estructurales podemos categorizar: la frecuencia de los eventos, la publicidad, los anuncios, los bonos... (Heiskanen y Toikka, 2016).

Así, las casas de apuestas, en un intento de normalizarse dentro del ámbito deportivo y monetizar la lealtad de los aficionados, ha generado 3 estrategias principales a través de las cuales asociar la actividad de apostar con una actividad sana y no dañina (Hing et al., 2014; Russell et al., 2018):

- Anuncios publicitarios: mensajes que se transmiten a través de medios visuales y/o auditivos y cuya intención es que las personas tengan conocimiento sobre las casas de apuestas y los beneficios que pueden proporcionar. Pueden ser: anuncios de radio, televisión, prensa, marquesinas, vallas o redes sociales. También pueden conllevar el uso de celebridades o el uso de publicidad a través del discurso de los comentaristas del evento deportivo (Hing et al., 2014; López-González et al., 2018b; O'Loughlin y Blaszczynski, 2018).

- Patrocinio o esponsorización: Acuerdo entre una casa de apuestas y un equipo o jugador por el que este último recibe dinero o recursos materiales a cambio de dar visibilidad a la marca. Esta visibilidad puede ser a través de patrocinio de segmentos (patrocinan los anuncios en los tiempos de descanso), uso de logotipos o *claims* (frase pegadiza que se utiliza en publicidad para crear emociones en el consumidor), patrocinios en uniformes o en estadios (Hing et al., 2014)
- Bonos: Promoción de tiempo determinado, a través de algoritmos o páginas web, con la intención de atraer clientes o mantener a los que ya tienen. La obtención de estos incentivos implica cumplir una serie de requisitos, que varían en función de la casa de apuestas, como darse de alta en la página web, introducir determinado dinero antes o invitar a otros apostadores.

Debido a que ya se ha explicado la parte normativa y legal de la publicidad, se van a exponer, en orden, los factores publicitarios en función de la importancia que la investigación ha encontrado.

8.2. Anuncios Publicitarios

8.2.1. Definición

En este trabajo se va a entender por anuncio publicitario el mensaje que se hace, a través de medios visuales y/o auditivos, con la intención de que las personas puedan conocer un producto (en este caso relacionado con la posibilidad de realizar apuestas deportivas) y que tiene fines comerciales.

El caso de la publicidad de las apuestas deportivas es un caso especial ya que los anunciantes, a diferencia de otras formas de juego, no necesitan generar una imagen del futuro jugador como con habilidad para ganar, ya que los propios jugadores diana ya tienen esas creencias de conocimiento y creen poder importar lo que saben sobre deportes a las apuestas deportivas. Es decir, los anuncios sólo tienen que atender esas cogniciones autogeneradas y amplificarlas (López-González et al., 2020b), para acentuar la visión del jugador en el papel de controlador del resultado (Etuk et al., 2022).

Sin embargo, el mecanismo causal no está claro. Una de las hipótesis que se baraja con más fuerza es la influencia de la publicidad a través de narrativas, personajes y mensajes con los que los jugadores puedan empatizar y que promueven y naturalizan comportamientos de juego (López-González et al., 2017). Dentro de los anuncios publicitarios, la investigación se ha centrado, principalmente, en examinar el contenido de los anuncios publicitarios (Hing et al., 2017c), diferenciando sobre todo en función del

impacto en adultos y en menores (Russell et al., 2018):

- Contenido latente: entendiéndose por aquel contenido que no es explícito pero que se deja entrever en el anuncio. También aquel que no es avisado como anuncio pero que se encuentra dentro de otro evento, como por ejemplo cuando en un partido de fútbol se ven marcas dentro del estadio.
- La persuasión del mensaje: Cómo se establece el discurso del mensaje central. Si este intriga, informa, convence o llama a la acción. Los mensajes persuasivos a menudo buscan confrontar la razón con la emoción.
- Protagonistas del mensaje: en función de si el anuncio busca generar un impacto en los jugadores con problemas o sin ellos. Para ello utilizará un perfil u otro para su anuncio: jugadores de equipos de deporte, mujeres, población general....
- Finalidad del anuncio: si busca presentar su marca o si pretende asociarla con la normalización de la actividad de apostar y las características específicas de sus productos. En base a esta finalidad se pueden hacer anuncios para mostrar que se puede apostar en esa casa de apuestas o mostrar una situación social afín (p.ej.: un grupo de amigos pasándolo bien mientras apuestan).

A nivel internacional, a pesar de que en la mayoría de países las apuestas deportivas y su publicidad son legales, no siempre están reguladas (ver tabla 2). Sin embargo, en España, tras la aprobación del Real Decreto 958/2020 de Comunicaciones Comerciales (BOE 291), los anuncios publicitarios pasaron a estar regulados. En la actualidad, las comunicaciones comerciales de casas de apuestas deportivas sólo pueden emitirse entre las 01:00 y las 05:00, se deberá indicar que es publicidad (sobre todo en redes sociales) y no se podrá utilizar personajes o personas conocidas, entre otras restricciones. Esto ha dado lugar a la creación de nuevas formas de impacto publicitario a través de otras fuentes: anuncios en *youtube*, publicidad dentro de aplicaciones, juegos gratuitos o redes sociales, entre otros (Abu et al., 2022; Deans et al., 2017; O'Loughlin y Blaszczynski, 2018; Thomas et al., 2018).

8.2.2. *Cómo Afectan los Anuncios Publicitarios a la Realización de Apuestas Deportivas*

Autores como Clemens et al. (2017), Djohari et al. (2019) o Etuk et al. (2022) han observado que existe una relación positiva entre los anuncios publicitarios y la realización de apuestas deportivas (OR= 2.36 (95% CI 1.91, 2.92, $p < .005$)). Esto, según autores como

Etuk et al. (2022) se produciría debido a la influencia y persuasión que generarían los anuncios a través de mensajes que asociarían la realización de apuestas deportivas con diversión y/o recompensa económica (García-Ruiz et al., 2016; Pitt et al., 2017).

Según la *Gambling Commission Survey* realizada en Reino Unido (Killick y Griffiths, 2022) el 81% de los británicos afirma haber visto anuncios publicitarios de casas de apuestas y el 68% haber visto anuncios *online*. En esta línea, Djohari et al. (2019) observaron en su estudio que un poco menos de la mitad de los jóvenes (46 %) y más de dos tercios de los adultos (71 %) fueron capaces de nombrar al menos una casa de apuestas. El 14% de los jóvenes y un tercio de los adultos (33%) fueron capaces de nombrar tres o más marcas. También observaron que aquellos que se consideraban fans del deporte en el que apostaban tenían significativamente más probabilidades de recordar más casas de apuestas que sus iguales no aficionados a ese deporte ($p = 0,01$). Resultados similares han sido constatados por otros autores como Abu et al. (2022) o Hing et al. (2015b)

Con respecto a la plataforma, los jóvenes recordaron con mayor frecuencia haber visto anuncios de apuestas deportivas en la televisión (78%), seguidos de su dispositivo móvil (49%), equipos deportivos (43%) y casas de apuestas (15%) (Djohari et al., 2019). Con respecto a los adultos, estos recordaron con mayor frecuencia haber visto anuncios de apuestas deportivas en la televisión (43%), seguidos de su dispositivo móvil (16%) y equipos deportivos (16%). La mayoría de los adultos (80%) y de los jóvenes (62%) afirmaron que la publicidad de apuestas durante los partidos deportivos tenía un impacto en la intención de apostar (Djohari et al., 2019). Ambos grupos consideraron que el mayor foco de incentivación para los jóvenes eran las redes sociales y las nuevas tecnologías (Djohari et al., 2019). En el caso de los adultos, fueron los comentarios previos al partido sobre las probabilidades de apuestas (JP: $M = 3.5$, $dt = .9$ vs. NJR: $M = 3$, $dt = 1.1$; $F = 7.18$ $p < .001$) (Hing et al., 2015b).

Así, los anuncios publicitarios parecen estar adaptándose a las necesidades de sus jugadores diana, generando más influencia en los jóvenes a través de redes sociales y aparatos electrónicos; y en los adultos a través anuncios durante la retransmisión deportiva.

8.2.3. Cómo Afectan los Anuncios Publicitarios al Desarrollo de Problemas de Juego

La relación entre la exposición al mercado de las apuestas deportivas a través de la publicidad y la problemática de juego no ha sido aún bien establecida debido a la complejidad que la rodea. No existe unanimidad sobre si es el mensaje publicitario el que actúa directamente sobre el jugador o si, por el contrario, es sólo un factor más que interactúa con otros en el desarrollo de la patología una vez que el jugador ya realiza apuestas deportivas (Buil et al., 2015). Lo que sí se sabe es que existen diferencias entre los jugadores con problemas (de riesgo, problemático y patológico) y los no jugadores a la hora de responder a los mensajes publicitarios (Hing et al., 2015b; Hing et al., 2015c). En esta línea, Lole et al. (2020) y Russell et al. (2018) observaron que la respuesta a los anuncios publicitarios de los jugadores con problemas de juego a las apuestas deportivas ($M = 3.93$, $dt = 3.04$) fue significativamente mayor que la respuesta de los no jugadores ($M = 1.41$, $dt = 1.03$, $p = .019$). Es decir, los jugadores con problemas poseían más tasa de recuerdo y se veían más influenciados por la publicidad que los no jugadores (Russell et al., 2018).

Otros autores como Clemens et al. (2017) o Russell et al. (2018) han observado que, de manera más específica, existe una correlación positiva entre la influencia de la publicidad y el juego patológico ($OR_{ajustada} = 3.23$ (95% CI 1.60, 6.54, $p < .05$)). También que esta influencia sería mayor en los jugadores patológicos ($M = 3.2$, $dt = 1.4$) que en los jugadores problemáticos y de riesgo ($M = 2.5$, $dt = 1.1$, ambos) (Hing et al., 2015c). En el caso del juego problemático y de riesgo, según autores como Clemens et al. (2017), Gainsbury et al. (2013), Hing et al. (2017b) o Russell et al. (2018), la publicidad actuaría como un desencadenante de la realización de apuestas deportivas a través de recordatorios constantes para apostar. En esta línea Hing et al. (2015b) observó que los jugadores problemáticos se mostraban más de acuerdo en que todos los tipos de anuncios publicitarios (promoción pre-partido, durante partido, comentaristas...) les animaban a apostar en los deportes ($F = 30.99$, $p < .001$). Por el contrario, los grupos de jugadores sin problemas y de bajo riesgo, en promedio, no estaban de acuerdo con que los anuncios los alentaran a realizar apuestas deportivas.

Por otro lado, parece también observarse que existen diferencias en el potencial de facilitación de problemas de juego a apuestas deportivas en función del formato en el que se presenta la publicidad. Así, un estudio realizado por Abu et al. (2022) observó que aquellos que recibían la publicidad a través de redes sociales tenían 3.6 veces más probabilidades de desarrollar problemas de juego que los que recibían la publicidad por

medios tradicionales (periódico...) (AOR = 3.58, IC 95% (1.46-8.8)). A su vez, los jugadores que recibían mayoritariamente la publicidad a través de televisión poseían 3 veces más probabilidades de desarrollar problemática de juego que los que la recibían a través de medios escritos (AOR = 3.15 IC 95% (1.78-5.56)).

8.2.4. Cómo Influyen Otros Factores En Función De Los Anuncios Publicitarios

Cuando se habla de apuestas deportivas, los anuncios publicitarios no actúan únicamente como un factor aislado, sino que se ha observado que pueden actuar como modulador o mediador con otros factores. Los factores que se ha encontrado que se ven influidos por los anuncios publicitarios son: a nivel demográfico, la edad y el género; a nivel cognitivo, las creencias irracionales y la actitud hacia el juego. A nivel comportamental, la impulsividad.

Factores demográficos: Dentro de los factores demográficos se ha encontrado una relación entre los anuncios publicitarios y la *edad* y el *género*.

Con respecto a la *edad*, autores como Abu et al. (2022) observaron que casi la mitad (49.8%) de los jóvenes entre 25 y 31 años habían recibido publicidad a través de la televisión, el 36.2% habría visto publicidad impresa, el 9.4% a través de redes sociales como *Facebook* o *Telegram* y el 4.6% a través de la radio. En esta misma línea, en población adolescente, Hing et al. (2014) o Hing et al. (2015b) observaron que al menos un 42% de su muestra recordaba haber visto alguna marca de apuestas deportivas durante un partido y mostraron una actitud general negativa (“poco interesante”, “mala”, “ofensiva” o “inapropiada”) hacia los anuncios durante los deportes televisados ($M = 2$, $dt = .9$). Sin embargo, observaron, también, que más de uno de cada seis adolescentes se sintió animado por los anuncios a realizar apuestas y casi uno de cada ocho adolescentes se sintió alentado por los comentaristas para apostar y se identificó con alguna casa de apuestas incluso antes de tener edad legal para apostar (Thomas et al., 2018). Según autores como García Ruíz et al. (2016), Hing et al. (2017c) o Pitt et al. (2017) esto ocurriría en mayor medida cuando los anuncios se centran en un mensaje de diversión o de recompensa económica. También cuando asocian la realización de apuestas deportivas con una visión de que apostar es divertido, inofensivo, saludable y seguro (Djohari et al., 2019; Hing et al., 2014; Hing et al., 2015c; Pitt et al., 2017; Seal et al., 2022).

Con respecto al *género*, autores como Djohari et al. (2019) observaron que los hombres tenían una tasa de recuerdo significativamente mayor de las marcas de apuestas deportivas que las mujeres ($p = .02$).

Factores cognitivos: Dentro de los factores cognitivos se ha encontrado una relación positiva entre los anuncios publicitarios y dos factores: las creencias irracionales y las actitudes hacia el juego.

Con respecto a las *creencias irracionales* autores como Deans et al. (2017), Nyemcsok et al. (2022), Rubio-García (2018) han establecido, a través de sus estudios, la relación positiva entre los anuncios publicitarios y las creencias irracionales. Así, el primero potenciaría esquemas erróneos sobre las apuestas deportivas, promoviendo creencias positivas del juego como actividad inocua (Djohari et al, 2019; García Ruíz et al., 2016). Según Clemens et al., (2017) esta probabilidad es de $OR = 2.36$ (95% CI 1.91, 2.92, $p < .005$). Por otro lado, Hing et al. (2015c) han observado que, más explícitamente, la exposición a la publicidad de las apuestas deportivas es mucho más efectiva a la hora de generar creencias de ilusión de control ($F = 6.72$, $p < .01$) en jugadores con riesgo leve y moderado de problemas de juego frente a aquellos que no presentan riesgo.

Con respecto a las *actitudes hacia el juego*, autores como Hing et al. (2015c) han observado que la exposición a la publicidad de las apuestas deportivas se correlaciona positivamente con las actitudes hacia el juego ($F = 10.58$, $p < .01$). En esta dirección, observaron que las actitudes hacia la publicidad y el efecto de esta era diferente en función de los problemas de juego que presentaban los sujetos. Observaron que los jugadores patológicos ($M = 2.8$, $dt = 1.1$), problemáticos ($M = 2.5$, $dt = 1.1$) y de riesgo ($M = 2.3$, $dt = 1$) poseían actitudes más positivas hacia el juego tras la exposición a la publicidad que los jugadores sin riesgo ($M = 1.9$, $dt = .9$) ($F = 28.75$, $p < .01$). También observaron esas diferencias entre los jugadores patológicos ($M = 2.8$, $dt = 1.1$) y los de riesgo ($M = 2.3$, $dt = 1$) ($F = 28.75$, $p < .01$). En el caso de la población adolescente, autores como Li et al. (2018) han establecido que la publicidad de las apuestas deportivas sólo influiría en la intención de jugar en aquellos jugadores que previamente presentasen una actitud positiva hacia el juego ($b = .028$, $p = .039$).

Factores comportamentales: Dentro de los factores comportamentales se ha encontrado una relación positiva entre los anuncios publicitarios y la *impulsividad*.

Así, Russell et al. (2018) observaron que, bajo la influencia de los anuncios de apuestas deportivas, los jugadores con problemas de juego presentaban más impulsividad que los jugadores sin riesgo. Así, observaron diferencias significativas entre el nivel de impulsividad de los jugadores patológicos ($t = -22.71$, $p < .017$), problemáticos ($t = -7.89$, $p < .017$) y de riesgo ($t = -3.45$, $p < .017$) frente a los no problemáticos.

A modo de **resumen**: se ha observado que, los anuncios publicitarios afectan más a hombres que a mujeres e incitan a jugar a los más jóvenes y adolescentes, en especial cuando utilizan mensajes de diversión y/o recompensa económica. Además, favorecen las creencias irracionales, sobre todo la ilusión de control, la actitud positiva hacia el juego y la impulsividad. Sobre todo, en jugadores que poseen problemas de juego.

Con respecto a los problemas de juego, se ha observado que la publicidad afecta de manera diferente a los que poseen juego de riesgo, problemático y patológico que a los que no poseen criterios. A medida que se presenta un juego más problemático, la publicidad actúa en mayor medida influyendo en la acción de apostar y en la tasa de recuerdo de casas de apuestas de los jugadores. Esta influencia varía en función del formato en el que se presente, siendo 3.6 veces más si es a través de redes sociales y 3 veces más si es a través de la televisión.

8.3. Esponsorización O Patrocinio

8.3.1. Definición

Se entiende por esponsorización cuando una casa de apuestas patrocina, apoya o financia a un equipo, evento o actividad, con fines publicitarios. Este tipo de prácticas se dividen en 5:

- Esponsorización económica: Es el patrocinio más habitual. Consiste en el pago de una cantidad de dinero acordada a cambio de visibilidad (en camisetas, estadios, eventos...). Un ejemplo de esto sería el patrocinio del Real Madrid por parte de Bwin (antes de la regulación de la publicidad en España).
- Esponsorización material: Consiste en la aportación de material a cambio de visibilidad (aportar la equipación a cambio de que se vea su logo). En el caso de las casas de apuestas este tipo de esponsorización no se produce.
- Esponsorización mediática: Específica de los medios de comunicación. Consiste en la aportación de dinero a cambio de información privilegiada o de la cobertura del evento deportivo. En el caso de las casas de apuestas este tipo de esponsorización no se produce.
- Esponsorización nominativa: Consiste en la aportación de dinero con la finalidad de que un evento o estadio lleve el nombre de la marca. Un ejemplo claro en España sería el de La Liga de fútbol, cuyo nombre actual es La Liga Santander (por el banco Santander), sin embargo, en el caso de las casas de apuestas esto no se ha

producido.

- Esponsorización personal: Consiste en la aportación de dinero a una persona en específico no sólo en su faceta deportiva, sino también en su faceta personal. Un ejemplo de esto sería el patrocinio de Rafa Nadal por Mapfre. En el caso de las casas de apuestas esto no se ha producido.

8.3.2. Cómo Afectan los Patrocinios a la Realización de Apuestas Deportivas

Existe una relación positiva entre los patrocinios y el inicio de juego a apuestas deportivas (Etuk et al., 2022). Esto es debido a dos factores: la asociación de las marcas de casas de apuestas deportivas con algo que es sano y bueno para la salud, como es el deporte (Deans et al., 2017; Hing et al., 2016b; Li et al., 2018); y, en segundo lugar, a la exposición a la que están sometidos los fans de los deportes como resultado de la normalización que existe alrededor de la esponsorización de los eventos deportivos (Rubio-García, 2018).

Así, según la Encuesta de la Comisión de Juego (*Gambling Commission Survey*) de Reino Unido (Killick y Griffiths, 2022), el 78% de los encuestados se ha sentido influidos para realizar apuestas deportivas tras ver un evento deportivo patrocinado.

8.3.3. Cómo Afectan los Patrocinios al Desarrollo de Problemas de Juego

Autores como Rubio García (2018) o Sarabia et al. (2014) han observado en sus investigaciones que el patrocinio deportivo aumenta la vulnerabilidad a desarrollar problemas de juego. Otros autores como Hing et al. (2017b) han especificado que esta influencia indirecta del patrocinio de equipos surte más efecto en aquellos que ya son jugadores problemáticos que en aquellos que son jugadores sin riesgo ($M = 2.1$, $dt = 1$) ($F = 23.93$, $p < .01$).

En esta línea, las investigaciones llevadas a cabo por Hing et al. (2015c; 2017b) observaron que la influencia de la esponsorización era mucho mayor en jugadores patológicos ($M = 3.2$, $dt = 1.4$), frente a jugadores problemáticos y de riesgo ($M = 2.5$, $dt = 1.1$, ambos).

8.3.4. Cómo Influyen Otros Factores en Función de los Patrocinios

Cuando se habla de apuestas deportivas, los patrocinios no actúan únicamente como un factor aislado, sino que se ha observado que pueden actuar como modulador o mediador con otros factores. Los factores que se ha encontrado que se ven influidos por los patrocinios son: a nivel demográfico, la edad; a nivel cognitivo, las actitudes hacia el juego

y, a nivel comportamental, la impulsividad.

Factores demográficos: Dentro de los factores demográficos se ha encontrado una relación negativa entre los patrocinios y la *edad*.

Así, se ha observado que mientras en los adultos la esponsorización actuaría más como un factor de mantenimiento, en las personas jóvenes, sobre todo, menores de edad aumentaría la probabilidad de comenzar a jugar ($F = 12.412, p < .001$) (Djohari et al., 2019; Li et al., 2018). Esto ocurriría especialmente en aquellos que son fans de los deportes. En esta misma dirección Hing et al. (2015b) observaron, con una muestra de menores entre 4 y 15 años, que el 75% era capaz de asociar un equipo con su espónsor. Según otros autores como López-González et al. (2020a) el 77% de los australianos entre 5 y 12 años eran capaces de recordar productos peligrosos (como ofertas de apuestas) asociados a los patrocinios de sus equipos favoritos.

Así, Hing et al. (2014) observaron que, a pesar de que, más del 65% de los adolescentes desaprobaron los logotipos de apuestas en los uniformes de los jugadores (44.3% lo desaprobó totalmente), el patrocinio en el estadio (49.6%) y segmentos patrocinados por empresas de juegos de azar (48%); el 11% de los adolescentes aprobaron cualquier técnica de promoción del juego. Es decir, más de 1 de cada 10 se sintieron animados a apostar a través de las técnicas de esponsorización.

Factores cognitivos: Dentro de los factores cognitivos se ha encontrado una relación positiva entre los patrocinios y las *actitudes hacia el juego*, sobre todo en aquellos jugadores que ya presentaban problemas de juego (Spearman's $\rho = .5, p < .001$) (Hing et al., 2017b).

Así, autores como Hing et al. (2015c) observaron diferencias positivas significativas en las actitudes a los patrocinios entre los jugadores patológicos ($M = 50.2, dt = 23.7$), problemáticos ($M = 33.1, dt = 22.36$) o de riesgo ($M = 29.1, dt = 22.3$) frente a los jugadores sin riesgo ($M = 16.3, dt = 19.2$) ($F = 58.9, p < .01$). También se observó una diferencia significativa entre los jugadores patológicos ($M = 50.2, dt = 23.7$) frente a los jugadores problemáticos ($M = 33.1, dt = 22.36$) y de riesgo ($M = 29.1, dt = 22.3$) ($F = 58.9, p < .01$).

Factores comportamentales: Dentro de los factores comportamentales se ha encontrado una relación positiva entre los patrocinios y la *impulsividad*, sobre todo en aquellos jugadores que ya presentaban problemas de juego. Así, según autores como Russell et al. (2018) existen diferencias significativas entre los jugadores patológicos ($t = -22.71, p < .017$), problemáticos ($t = -7.89, p < .017$) y de riesgo ($t = -3.45, p < .017$) frente a los jugadores no problemáticos que habían estado bajo la influencia de promociones deportivas.

A modo de **resumen**: se ha observado que los patrocinios deportivos afectan más a:

- Menores de edad y jóvenes que a adultos. Se observa que mientras en los adultos actuaría como una forma de mantenimiento del juego, en los jóvenes y adolescentes, sobre todo, fans, actuaría animándoles a jugar (75% de menores recuerdan patrocinios y 11% se ven influidos)
- También afectan más a las personas que presentan problemas de juego, sobre todo influyendo en las actitudes y la impulsividad a la hora de apostar. Estas diferencias son significativas entre los jugadores con problemas y los que no presentan problemas. En el caso de la actitud hacia el juego también entre los jugadores patológicos y los que presentan problemática o riesgo.

8.4. Bonos

8.4.1. Definición

Se entiende que un bono deportivo o código promocional es un tipo de promoción especial que, al emplearse, permitirá al jugador ahorrar dinero. La finalidad de estas estrategias de afiliación es la de aumentar las ventas y/o mantener el número de jugadores con cuenta dentro de la casa de apuestas (Lole et al., 2020; Russell et al., 2018). Según autores como Deans et al. (2017) se trata de la estrategia que predomina y mejor funciona a la hora de captar nuevos jugadores. Existen varios tipos de bonos entre los que destacan, dentro de las apuestas deportivas (Hing et al., 2017c; Rockloff et al., 2019; Rubio García, 2018):

- Bono de bienvenida o *Freebets*: Es uno de los más comunes para captar nuevos jugadores. Consiste en ofrecer, una cantidad de dinero proporcional al depósito realizado para comenzar a jugar. Este tipo de bonos están prohibidos en España desde la aprobación del Real Decreto 958/2020 de Comunicaciones Comerciales.
- Bono de devolución o *Cashback*: Consiste en premiar los primeros depósitos que hace un jugador ofreciéndole la devolución de una parte del dinero, en el caso de

perderlo.

- **Combo *boost***: Este tipo de bono potencia la realización de apuestas combinadas. La casa de apuestas pondrá una serie de criterios de realización de apuestas combinadas que, si el jugador cumple, le permitirá obtener más beneficios en el caso de que gane.

Según Seal et al. (2022), normalmente, los propios jugadores perciben estos bonos como sujetos a numerosos términos y condiciones difíciles de entender (Hing et al., 2017c) lo que lleva al jugador a tener dificultades para interpretarlos y a subestimar los verdaderos costes de los incentivos ya que no incluyen ningún tipo de señal o advertencia (García Ruíz et al., 2016; Seal et al., 2022).

8.4.2. Cómo Afectan los Bonos a la Realización de Apuestas Deportivas

Según autores como Ayandele et al. (2020), Cantero y Bertolín (2015) o Heiskanen y Toikka (2016) uno de los factores que más peso tiene en el inicio y mantenimiento de las apuestas deportivas son los llamativos bonos regalo que permiten jugar sin invertir, aparentemente, dinero propio. En esta dirección, según un estudio realizado por Lole et al. (2020) comparando la preferencia de los tipos de bonos por parte de jugadores obtuvieron que los incentivos que mostraron mayor preferencia fueron las *freebets*, al ser incentivos de riesgo reducido ($M = 4.69$, $dt = .39$, $p < .001$), y los *cashback* ($M = 4.24$, $dt = .36$, $p < .001$), por encima de los *combo boost* ($M = 2.77$, $dt = .31$, $p < .001$). No se encontraron diferencias significativas entre las *freebets* y los *cashback*.

8.4.3. Cómo Afectan los Bonos al Desarrollo de Problemas de Juego

Existe una relación entre la promoción de apuestas deportivas a través de bonos y la realización de estas, especialmente en los jugadores con problemas de juego (Etuk et al., 2022; Gainsbury et al., 2013; Hing et al., 2017c; Lole et al., 2020; Russell et al., 2018). Esto ocurriría debido a que actuarían como recordatorios para apostar activando el impulso y la necesidad de aprovechar la oportunidad que brinda el bono (Etuk et al., 2022).

Dentro de los jugadores con problemas, se ha observado que los bonos surten más efecto en aquellos con juego patológico ($M = 2.9$, $dt = .9$), problemático ($M = 2.5$, $dt = .9$) y de riesgo ($M = 2.4$, $dt = .8$) frente a los jugadores sin riesgo ($M = 2$, $dt = .9$) ($F = 26.24$, $p < .01$). Esta diferencia también se observaría entre los jugadores patológicos ($M = 2.9$, $dt = .9$) en comparación con los jugadores de riesgo ($M = 2.4$, $dt = .8$) ($F = 26.24$, $p < .01$) (Hing et al., 2015c). En esta misma línea, Russell et al., (2018), también observaron diferencias significativas en el uso de bonos entre los jugadores patológicos ($t = -36.22$, $p < .017$), los

problemáticos ($t = -11.67, p < .017$) y los de riesgo ($t = -6.82, p < .017$) en comparación con los jugadores sin riesgo. También en su influencia en las recaídas de jugadores patológicos (Hing et al., 2017b).

8.4.4. Cómo Influyen Otros Factores en Función de los Bonos

Cuando se habla de apuestas deportivas, los bonos no actúan únicamente como un factor aislado, sino que se ha observado que pueden actuar como modulador o mediador con otros factores. El factor que se ha encontrado que se ve influido por los bonos es, a nivel comportamental, la impulsividad.

Factores comportamentales: Dentro de los factores comportamentales se ha encontrado una relación entre los bonos y la *impulsividad*, específicamente, en aquellos jugadores que presentan problemas de juego. Así autores como Hing et al. (2017c; 2018) afirman que los bonos y las ofertas relámpago son un tipo de incentivo que predice una reacción más instantánea e irreflexiva durante el juego. Estos autores observaron diferencias significativas en el nivel de impulsividad entre los jugadores patológicos ($t = -22.71, p < .017$), problemáticos ($t = -7.89, p < .017$) y jugadores de riesgo ($t = -3.45, p < .017$) en comparación con los no problemáticos.

A modo de **resumen**: se ha observado que los bonos son un medio llamativo pero difícil de entender para los jugadores que los usan para aprovechar la oferta que se les ofrece. Dentro de los bonos destacan las *freebets* y los *cashback*. Además, se ha observado que los bonos tienen más efecto y son más utilizados si la persona presenta previamente problemas de juego. También tienen una elevada influencia en las recaídas. Además, se ha observado que también influyen en los niveles de impulsividad de los jugadores con problemas.

A modo de **resumen del capítulo**: A nivel publicitario las apuestas deportivas presentan diferencias con otros juegos de azar. Estas diferencias se resumen en:

- Las casas de apuestas deportivas y los deportes presentan una asociación que genera una visión de las apuestas como algo sano y natural.
- *Anuncios*: Generan influencia y persuasión a través de mensajes asociados con la diversión y las ganancias económicas que afectan al 50% de los jóvenes y al 75% de los adultos que los ven. En el caso de los jóvenes estos anuncios son más efectivos a través de las redes sociales y en el caso de los adultos a través de comentaristas deportivos. Además, presentan mayor tasa de recuerdo aquellos jugadores que presentan problemas de juego, especialmente, juego patológico. El perfil de jugador es el de un hombre joven con problemas de juego que presenta más creencias irracionales, una actitud más positiva hacia el juego y mayor impulsividad fomentado por los anuncios.
- *Patrocinios*: Relacionado con el inicio del juego y el conocimiento de las casas de apuestas. El 75% de los menores y el 78% de los adultos confirman recordar al menos un patrocinio deportivo. El 11% de los menores afirma sentirse influenciado para apostar, en especial si se consideran fans del deporte o poseen criterios de juego patológico. El perfil de jugador es el de un hombre joven con problemas de juego que presenta una actitud más positiva hacia el juego y mayor impulsividad tras ver un evento deportivo patrocinado.
- *Bonos*: Relacionado con el inicio del juego y el mantenimiento en el juego. Destacan las *freebets* y los *cashback* como bonos preferidos por los jugadores. Posee más influencia en aquellos jugadores que tienen problemas de juego aumentando su efecto, su uso y la influencia en las recaídas. El perfil de jugador es el de un jugador con problemas de juego que presenta mayores niveles de impulsividad tras ver un bono de juego.

PARTE III: METODOLOGÍA



Parte III: Metodología

Capítulo 9: Objetivos e Hipótesis

9.1. Justificación del Estudio

En los estudios relacionados con las apuestas deportivas se han observado ciertas limitaciones que pueden afectar a los resultados y/o sus conclusiones, entre ellas:

- Limitación muestral: Algunos de los estudios utilizan muestras relativamente pequeñas (p.e: Afe et al., 2022; Cowie et al., 2017, Deans et al., 2017, Djohari et al., 2019...), aunque también hay estudios con muestras más representativas (p.e: Buth et al., 2017, Clemens et al., 2017, Gainsbury et al., 2015, Hing et al., 2016a...).
- Muestra general: Una porción elevada de las muestras de los estudios no son específicas de las apuestas deportivas, sino que analizan este tipo de apuestas junto con otros juegos de azar como los e-sports o el casino, entre otros (p.e.: Afe et al., 2022; Buth et al., 2017; Calado et al., 2017; Castren et al., 2013; Clemens et al., 2017...)
- Estudio parcial: Algunos estudios, si bien son específicos de las apuestas deportivas, miden sólo una variable o un conjunto pequeño de variables relacionadas con este tipo de apuestas (cogniciones o actitudes o publicidad), lo que no permite saber con exactitud si las variables se relacionan entre sí (p.e.: Abu et al., 2022; Ayandele et al., 2022; Cowie et al., 2017, Deans et al., 2017...) (véase el apéndice 1).
- Diferentes instrumentos de medida: Uso de diferentes instrumentos de medida para cada una de las variables en los diferentes estudios. Así, para identificar problemas de juego se han utilizado: PGSI (Castren et al., 2013; Cooper et al., 2022...), SOGS (Abu et al., 2022; Alfe et al., 2022; Clemens et al., 2017...), BATQ (Abolakale et al. 2023...), instrumentos ad hoc (Afe et al., 2022; Buth et al., 2017, Granero et al., 2020...). Lo mismo ocurre con el resto de variables (véase el apéndice 1). Además, se observa el uso de instrumentos de evaluación creados para juegos de azar de forma genérica y que, en ocasiones, no se ajustan a las características de las apuestas deportivas.
- Conflicto de intereses: Algunos de los estudios con más muestra y más específicos han sido realizados con financiación de casas de apuestas deportivas como la Fundación Codere (DGOJ, 2017; 2018; 2019; 2020; 2021;2022; Gómez-Yáñez,

2013; 2014; 2015; 2016; 2017).

- Diferencias intermuestras: las apuestas deportivas son uno de los juegos de azar más nuevos tanto a nivel social como legislativo. Esto supone estudios se han realizado en países donde la realización de apuestas deportivas es legal, y otros en países en los que las apuestas deportivas no están reguladas o son ilegales (véase gráficos 1 al 5).

Todas las limitaciones presentadas anteriormente dificultan el establecimiento, con precisión, del alcance y la generalización de los resultados.

Una alternativa a todas estas limitaciones es realizar un estudio en población general (no clínica) con una muestra amplia y representativa, y utilizando instrumentos de cribado adecuados. En este sentido, sería interesante poder establecer instrumentos específicos de evaluación para más tarde poder realizar una primera descripción en función de la intensidad del juego, siguiendo clasificaciones diagnósticas (DSM-5) y los problemas de juego. Por otro lado, con una muestra así se podrán estudiar también las variables más relevantes relacionadas con la realización de apuestas deportivas, como son las variables demográficas (género, edad, nivel educativo), cognitivas (creencias, actitudes, motivación), comportamentales (conducta de apuesta, impulsividad) y publicitarias (anuncios, patrocinios o bonos); así como otras variables de interés como el tipo de plataforma, la compañía, la frecuencia o la cantidad de dinero invertida. Complementariamente, se puede observar si estas variables, aparte de relacionarse con el juego o sus problemas, se relacionan entre sí.

9.2. Objetivos e Hipótesis del Primer Estudio

El objetivo general de la **primera parte** del estudio está centrado en un estudio exploratorio de las apuestas deportivas y su prevalencia en una población general de jóvenes entre 18 y 25 años. El objetivo es identificar, describir y analizar las características demográficas, topográficas y publicitarias relacionadas con el inicio de la conducta de juego. Además, se pretende conocer si estas características son relevantes de cara a la realización de apuestas deportivas. Es decir, este estudio quiere responder a la pregunta de: *¿Qué características presenta la población joven que realiza apuestas deportivas? ¿Qué variables demográficas, topográficas y publicitarias están más relacionadas con esta actividad? ¿En qué dirección apuntan estas variables?*

Se establecen las siguientes hipótesis:

1. Los factores demográficos pueden actuar como variables facilitadoras o protectoras

del inicio de juego a apuestas deportivas, tal y como se ha encontrado en la literatura científica.

2. Los factores publicitarios actúan como variables facilitadoras del inicio de juego a apuestas deportivas, tal y como se ha encontrado en la literatura científica.
3. Los factores topográficos orientan la actividad de juego hacia una conducta en línea y social con iguales.

9.3. Objetivos e Hipótesis del Segundo Estudio

El objetivo general de la **segunda parte** es establecer cuestionarios de evaluación y cribado específicos para las apuestas deportivas en población española joven que permitan evaluar las variables más relevantes relacionadas con este tipo de apuestas, en concreto: cogniciones, actitudes e impulsividad. Para ello se intentan analizar las propiedades psicométricas básicas de tres cuestionarios: GRCS-Reducido (adaptación reducida del *Gambling related cognitions scale*, GRCS-S (Del Prete et al., 2017)), el Cuestionario Breve de Actitudes a Apuestas Deportivas (adaptación del Cuestionario de Actitudes del *Gamertest* (Labrador et al., 2019) y el UPPS-Screening (adaptación reducida del B-UPPS-P (Cándido et al., 2012)) en una muestra española de jóvenes. Las propiedades básicas que se pretenden analizar en esta primera parte del estudio son: validez factorial y fiabilidad de la consistencia interna. Este estudio quiere responder a las preguntas: *¿Es viable un cuestionario de cribado de creencias irracionales que permita medir las cogniciones de las personas que realizan apuestas deportivas sin perder sus características psicométricas? ¿Y en el caso de las actitudes hacia el juego? ¿y en el caso de la impulsividad?*

Se establecen las siguientes hipótesis:

1. La versión reducida española del GRCS-S (Del Prete et al., 2017), denominada GRCS-Reducida, en una muestra de sujetos jóvenes españoles obtendrá una solución de 4 factores similar a la encontrada en la literatura al respecto.
2. La versión reducida española del GRCS-S (Del Prete et al., 2017), denominada GRCS-Reducida, en una muestra de sujetos jóvenes españoles presentará índices similares de fiabilidad y consistencia interna a los encontrados en la bibliografía ($\alpha = .68-1.00$ (Del Prete et al., 2017); $\alpha = .73 - .84$ (Billieux et al., 2012)).
3. El Cuestionario Breve de Actitudes a Apuestas Deportivas en una muestra de sujetos jóvenes españoles presentará índices buenos de fiabilidad (entre $\alpha = .7- .9$) (Campo-Arias y Oviedo, 2008).

4. La versión reducida española del B-UPPS-P (Cándido et al., 2012), denominado UPPS-Screening, en una muestra de sujetos jóvenes españoles obtendrá una solución unifactorial buena ($KMO > .6$, $RMSEA < .07$ y $p < .001$).
5. La versión reducida española del B-UPPS-P (Cándido et al., 2012), el UPPS-Screening, en una muestra de sujetos jóvenes españoles presentará índices buenos de fiabilidad (entre $\alpha = .7- .9$) (Campo-Arias y Oviedo, 2008).

9.4. Objetivos e Hipótesis del Tercer Estudio

El objetivo general de la **tercera parte del estudio** es, evaluar los factores relevantes relacionados con el desarrollo de la problemática de juego a las apuestas deportivas y si existe una correlación o modulación que explique estas diferencias. Los factores considerados de interés son: cognitivos, comportamentales y criterios diagnósticos. Este estudio pretende responder a las siguientes preguntas: *¿Cómo se configura la problemática de juego? ¿Existen determinados factores que permitan explicar la varianza en la problemática de juego? De ser así, ¿cuáles son y en qué orden se configuran?*

Se establecen las siguientes hipótesis:

1. Dentro de los factores cognitivos, la motivación al juego actúa como variable facilitadora o protectoras de las cogniciones, las actitudes al juego y la impulsividad, tal y como se ha encontrado en la literatura científica.
2. Dentro de los factores cognitivos, las creencias irracionales actúan como variable moduladora de las actitudes y la impulsividad, tal y como se ha encontrado en la literatura científica.
3. Dentro de los factores cognitivos, las actitudes hacia el juego actúan como variable moduladora de la impulsividad, tal y como se ha encontrado en la literatura científica.
4. Las creencias irracionales y la impulsividad actúan como variables moduladoras de la problemática de juego, tal y como se ha encontrado en la literatura científica.

**PARTE IV:
ESTUDIO I. PROPIEDADES
DEMOGRÁFICAS Y
TOPOGRÁFICAS DEL
ESTUDIO**



Parte IV: Estudio I. Propiedades Demográficas y Topográficas de la realización de Apuestas Deportivas

Capítulo 10: Propiedades Demográficas y Topográficas del Estudio

10.1. Introducción

10.1.1. Análisis Demográfico Actual de las Apuestas Deportivas

La situación actual de las apuestas deportivas sigue en continuo cambio y la elaboración de un perfil específico de jugador es cada vez más difícil. A pesar de que las investigaciones están generando nuevos campos de información y ampliando los anteriores, se ha observado una dificultad para establecer un consenso. A continuación, se va a realizar un resumen de los hallazgos demográficos realizados en la literatura de los últimos 10 años (véase el capítulo 5 o el apéndice 1 para una información más desarrollada).

Con respecto a la **edad** se ha observado como el perfil del jugador ha disminuido en los últimos 10 años (Chóliz, 2014). Mientras antes se encontraba en un promedio de edad entre los 30 y los 40 años, en la actualidad hablamos de jugadores entre los 15 y los 35 años (Castilla et al., 2013; Gainsbury et al., 2015; Seal et al. 2022). Además, el porcentaje de jugadores jóvenes que realizan apuestas deportivas ha aumentado, sobre todo *online*, llegando los jóvenes a ser el 63,18% de los jugadores activos *online* en 2021 (DGOJ, 2021). A nivel tanto presencial como *online* más de 440 mil jugadores en España poseen entre 18 y 25 años, un 8.45% más que en 2020 (DGOJ, 2021). Destaca, así, la clara preferencia de este tipo de jugadores por realizar apuestas deportivas *online* con la finalidad de ganar dinero (Gainsbury et al., 2015; Winters y Derevensky, 2019). Por otro lado, se ha observado que, a menor edad, mayor impacto publicitario (Abu et al., 2022), sobre todo durante un evento deportivo (Hing et al., 2014; Hing et al., 2015b) o a través de redes sociales (Abu et al., 2022).

En lo relativo al **género**, el 85%-90% de las personas que afirman realizar apuestas deportivas son hombres (Gómez-Yáñez, 2018). Es decir, el género una de las variables más relevantes para el inicio en las apuestas deportivas (Kristiansen et al., 2014; Mercier et al., 2018; Winters y Derevensky, 2019). Según autores como Gray et al. (2015) o Håkansson (2016) los hombres tendrían mayor tendencia a realizar apuestas deportivas en más eventos y más tipos deportes a la vez, comenzar a jugar con menor edad, apostando más dinero y con más frecuencia que las mujeres (Hanss et al., 2014; Wardle et al., 2021). También tienen mayor tendencia a tener una tasa de recuerdo de la publicidad mayor (Djohari et al., 2019). Sin embargo, en los últimos años se ha observado que, aunque las

mujeres han tenido preferencia por otros juegos de azar, como el bingo, (Gray et al., 2015; Håkansson, 2016; Heiskanen y Toikka, 2016; Marchica et al., 2017), la horquilla entre los hombres y las mujeres se ha visto reducida en lo que respecta a las apuestas deportivas, sobre todo con el aumento de la visibilización de los deportes femeninos (McCarthy et al., 2018; Seal et al., 2022; Winters y Derevensky, 2019). Estas preferirían realizar apuestas *online* atraídas por el anonimato de este formato (Hing et al., 2017a) y comenzarían a hacerlo con más edad que los hombres (Seal et al., 2022).

El **nivel educativo** es otra de las variables más estudiadas por la literatura. Si bien en un inicio no ha sido tan relevante en otros tipos de juegos de azar, en el caso de las apuestas deportivas, al bajar el promedio de edad ha comenzado a generar un interés creciente. Así, autores como Gainsbury et al. (2013) establecen que la mayor diferencia en el nivel de estudios se observa al comparar a los jugadores *online* con los presenciales. En el caso de los jugadores en línea observaron que el perfil educativo no variaba tanto, mientras que, con respecto a los jugadores presenciales, destacaba el perfil de un estudiante con una inversión temporal cada vez mayor (López-González et al., 2018a). Dentro del nivel de estudios, cabe destacar, que existe cierta discrepancia entre autores (por ejemplo: Seal et al., 2022 vs. Cooper et al., 2022).

Finalmente, con respecto al **nivel económico** la literatura tampoco parece llegar a ningún consenso, aunque sí que parece existir mayor acuerdo en que los jugadores en línea presentan un nivel económico superior y una mayor inversión monetaria (Cooper et al., 2022; Gainsbury et al., 2015).

10.1.2. Análisis Topográfico Actual de las Apuestas Deportivas

La situación y topografía de las apuestas deportivas varía mucho en función de las leyes que gobiernan cada país. Así, en el 71.5% de los países las apuestas deportivas son legales (143 de 200) frente a 50 en las que son ilegales, 4 en las que no están reguladas y 3 de los que no se posee información. La prevalencia del juego, en adultos, oscila entre el 17% y el 45% en América (Grubss y Kraus, 2022; Winter y Derevensky, 2019); el 56% en Asia (Leng et al., 2022); en torno al 76% en África (Gathuru, 2022); y alrededor del 80% en Oceanía (López-González et al., 2019). En el caso de Europa oscila entre el 11.1% y el 58.6% (Cooper et al., 2022). Es decir, la prevalencia a nivel mundial se encuentra entre el 17% y el 80%, ratio que destaca por ser extremadamente elevado y con una elevada variabilidad entre estudios.

Con respecto a España esta disparidad en los datos sigue la misma dinámica, estando la ratio de prevalencia entre el 3.7% (DGOJ, 2021) y el 42.6% (Labrador y Vallejo-Achón, 2020). Con respecto a la cantidad de juego, se observa que esta ha llegado a una meseta entre 2019 y 2021, observándose un GGR, en 2021, de 612 millones de € (DGOJ, 2021).

Otros datos topográficos como la cantidad de dinero invertida, el tiempo empleado o los deportes de preferencia a la hora de realizar apuestas, apenas se observan en investigaciones. Es posible que esto se deba a la poca generalización de estos datos y la poca aplicabilidad en otras investigaciones ya que depende de factores sociales, en función del país, como los deportes más comunes, el nivel económico medio del país, etc. La poca información encontrada hace referencia a datos dispares.

Con respecto a la **cantidad de tiempo invertida** algunos autores como Hing et al. (2017a) o Russell et al. (2019) observaron que, dentro de su muestra, el 39.7% afirmaba realizar apuestas deportivas semanalmente (el 21% de ellos más de una vez a la semana). Más bajos fueron los resultados obtenidos por Hing et al., (2015c) en donde un 30.5% de su muestra apostaba semanalmente frente a un 66% que lo hacía mensualmente, con una media de 8.51 días al mes; o los de Labrador y Vallejo-Achón (2020) que observaron que el 38.1% de su muestra apostaba más de 3 veces al mes, con una media de casi 6h.

En lo relativo a la **cantidad de dinero empleada**, Hing et al. (2017a) también observaron que más de la mitad de la muestra (55.1%, N = 1000) gastaba semanalmente entre 1 y 250€ y que el 13.8% (N = 250) afirmaba gastar más de 751€ a la semana. Por su parte, Labrador y Vallejo-Achón (2020), observaron un gasto medio al mes casi 7€ (M = 6.799), siendo superior esta inversión en hombres (M = 7.067) que en mujeres (M = 2.975).

Finalmente, con respecto a los **deportes de preferencia**, autores como Hing et al. (2015a) y (2017a) observaron una clara preferencia por el fútbol americano (71.5%), rugby (67.2% vs. 51.8%), fútbol (61.5% vs. 44.7%) y cricket (51.7%). En población española, la investigación llevada a cabo por Labrador y Vallejo-Achón (2020) observó una mayor preferencia por el fútbol (94.6%), seguido del baloncesto (34.5%) y el tenis (27.5%). Estas diferencias entre poblaciones se deben a las preferencias deportivas y eventos más televisados de cada país.

10.1.3. Objetivo

El objetivo de este estudio es identificar las características demográficas en los diferentes jugadores a apuestas deportivas, así como las características topográficas del juego, las preferencias dentro del acto de apostar (deporte, plataforma...) y la tasa de recuerdo de la publicidad, en una población joven de entre 18 y 25 años de la Comunidad de Madrid. Para ello se va a evaluar si los factores demográficos o publicitarios pueden actuar como variables facilitadoras del juego a las apuestas deportivas, tal y como se ha encontrado en la literatura científica.

10.2. Método

10.2.1. Diseño

Estudio exploratorio de un grupo de conveniencia con medidas en una sola condición.

10.2.2. Participantes

Para la realización de esta Tesis Doctoral se seleccionó una muestra de conveniencia de 2120 jóvenes residentes en la Comunidad Autónoma de Madrid con edades comprendidas entre los 18 y los 25 años. Para ello se realizó una búsqueda de todas universidades, facultades y centros de formación profesional de la Comunidad de Madrid y se envió un email a cada uno de ellos explicando el objetivo del estudio. Se seleccionó aquellas formaciones o facultades que mostraron interés teniendo en cuenta que hubiera siempre representación de las distintas universidades y de los diferentes distritos de la Comunidad Autónoma de Madrid (CAM). También se contactó con centros de formación de diferentes distritos de la CAM, siempre considerando edades entre los 18 y los 25 años. Por otro lado, se realizó un muestreo por bola de nieve a través de las redes sociales *Linkedin*, *Instragram* y *Whatsapp*. La recogida de información, en todos los casos, fue a través de un cuestionario *online* y de acuerdo con la Comisión Deontológica de la Universidad Complutense de Madrid, la Declaración de Helsinki y a las leyes locales y nacionales de protección de datos. La muestra se obtuvo tras la firma del consentimiento informado, incorporado al principio del cuestionario. La obtención de muestra se realizó entre septiembre del 2021 y septiembre del 2022.

Criterios de Inclusión:

- Tener una edad comprendida entre los 18 y 25 años.
 - Tener nacionalidad española o haber residido en España más de la mitad de su vida.
 - Poseer un desarrollo cognitivo suficiente para entender las preguntas y ser capaz de dar una respuesta de manera autónoma.
 - Ausencia de consumo de sustancias psicoactivas desde, al menos, 24h antes de realizar el cuestionario.
 - Ausencia de tratamiento psicológico relacionado con la adicción a las apuestas deportivas.
 - Firma previa del consentimiento informado.
- Finalización del cuestionario habiendo respondido a todos los ítems obligatorios

10.2.3. Instrumento

La evaluación se llevó a cabo mediante la elaboración de un instrumento de evaluación compuesto por varios cuestionarios, instrumentos y variables de interés.

Dentro de los factores demográficos se evaluó la “*edad*”, con 8 categorías (18 a 25 años); el “*género*”, con dos categorías (hombre, mujer); el “*nivel de estudios*”, con 5 categorías (Estudios primarios incompletos, estudios primarios, estudios secundarios, estudios universitarios, formación profesional) y el “*nivel económico*”, con otras 5 categorías (bajo, medio-bajo, medio, medio-alto, alto).

Con respecto a los factores publicitarios se evaluó la *influencia de la publicidad*, los patrocinios y los bonos mediante la tasa de recuerdo a casas de apuestas con 9 categorías: 888 sports, Bet365, Betfair, Bwin, Codere, Betway, Sportium, William Hill, otros. Así como la *cantidad de casas de apuestas* a las que habían apostado, también con 9 categorías y respuesta dicotómica.

En lo relativo a las variables topográficas se evaluó: la *plataforma*, con 2 categorías (*online/ presencial*); el *formato*, con 5 categorías (casa de apuestas en directo, casa de apuestas *online*, ordenador, tablet, móvil); *última vez* de la realización de la apuesta, con 5 categorías (ayer, hace 1 semana, hace 2 semanas, hace 3 semanas, hace 1 mes o más); el *promedio de días* a la semana, con 7 categorías (cada día de la semana); *apuestas al mes* con una variable continua que se agrupó en 7 categorías (menos de una, 1-5, 6-10, 11-15, 16-20, 21-25, 26-30, más de 30); *horas por semana*, variable continua que se agrupó en 7 categorías (menos de una, 1-5, 6-10, 11-15, 16-20, 21-25, 26-30, más de 30); *horas al mes*,

variable continua que se agrupó en 7 categorías (menos de una, 1-5, 6-10, 11-15, 16-20, 21-25, 26-30, más de 30); *dinero al mes*, variable continua que se agrupó en 7 categorías (menos de una, 1-5, 6-10, 11-15, 16-20, 21-25, 26-30, más de 30); *dinero por apuesta* variable continua que se agrupó en 7 categorías (menos de una, 1-5, 6-10, 11-15, 16-20, 21-25, 26-30, más de 30); *tipo de apuesta*, en 12 categorías (resultado exacto final, resultado exacto al descanso, ganador, ganador en el descanso, sobre estadística, hándicap, *over/under*, prepartido, en directo, largo plazo, combinadas, otros); *tipo de deporte*, en 11 categorías (fútbol, baloncesto, tenis, hockey, boxeo, rugby, fútbol americano, baseball, ciclismo, carreras de caballos, otros deportes).

Puede consultar el cuestionario en el Apéndice 3.

10.2.4. Procedimiento

El primer diseño de este cuestionario se llevó a cabo en 2018. Este no incluía todos los apartados del cuestionario actual. Se trataba de un cuestionario más sencillo y menos depurado que el actual en el que las variables de mayor interés se encontraban menos desarrolladas. Este cuestionario se aplicó sobre una prueba piloto de 120 jóvenes de ambos géneros y diversas edades. Tras realizarse los cambios pertinentes para facilitar la realización de la prueba, esta se pasó a una muestra de 1966 jóvenes.

Tras el primer año de investigación y el sometimiento a revisión por parte del tribunal del programa del doctorado y del PhD, se procedió a realizar algunos cambios de relevancia en el cuestionario, como la incorporación de algunos instrumentos de evaluación que se encuentran recogidos en el capítulo 11, 12 y 13. Aprovechando este cambio en el cuestionario y la necesidad de volver a realizar la parte empírica de la investigación desde cero, se decidió cambiar la forma de obtención de la muestra que, hasta ahora había sido presencial y en línea a una recogida a través de un cuestionario *online* únicamente. Se volvió a realizar una prueba piloto con una muestra de 112 sujetos. Tras hacer los ajustes pertinentes este cuestionario se pasó a una muestra de 1100 participantes.

Finalmente, el cambio en la publicidad de las apuestas deportivas con la entrada del Real Decreto 958/2020 del 3 de noviembre del 2020 de Comunicaciones Comerciales de las actividades de juego, supuso, de nuevo, la necesidad de actualizar los resultados que quedaban obsoletos. Tras disponer del cuestionario definitivo se aplicó una prueba piloto *online* durante el confinamiento a 179 sujetos. Tras la vuelta a la “normalidad” se procedió, de nuevo, a la obtención de muestra con un total de 2120 sujetos. Toda la información obtenida a través de los diferentes cuestionarios fue volcada a una base de datos y depurada para la obtención de datos que se presentan en este trabajo.

10.2.5. *Análisis de datos*

El análisis de datos se realizó con el *Statistics Package for Social Sciences* (SPSS-26). Con la intención de realizar un primer acercamiento a las distintas variables objeto del estudio, se utilizaron:

- ***Descriptiva de variables cualitativas*** con tablas de frecuencias y porcentajes. Para las variables cuantitativas se ha empleado el análisis exploratorio pertinente. En primer lugar, se ha estudiado la forma con los valores de asimetría y curtosis, así como, test de normalidad de Kolmogorov-Smirnov en todos los casos (ya que el tamaño muestral es superior a 50). Se han estudiado, también, los valores de centralidad, media y mediana y, por último, los valores de variabilidad, valores del rango mínimo y máximo, la desviación estándar y el rango Intercuartílico.

- Se expresan, a partir de las ***Tablas de contingencia***, los cruces entre variables de carácter nominal u ordinal. Se añaden las proporciones y valores absolutos y relativos para cada uno de los cruces. Para estudiar la significatividad o no de los mismos se emplea el test Chi-Cuadrado. Respecto al tamaño de efecto se emplea la V de Cramer. Para el contraste de variables cuantitativas y tras realizar las pruebas de normalidad, se emplea la Prueba T de Student en caso de comparar dos muestras independientes bajo el supuesto de normalidad (paramétricos), la Prueba U de Mann-Whitney en caso de comparar dos muestras independientes bajo el supuesto de no normalidad (no paramétricos) y Kruskal-Wallis en el caso de comparar más de dos grupos considerando independencia en las muestras bajo el supuesto de no normalidad. Su homólogo paramétrico sería ANOVA para medidas independientes. Además, se añaden, en aquellas pruebas que así lo requieran, los correspondientes tamaños de efecto, para indicar la fuerza o magnitud del fenómeno.

10.3. Resultados

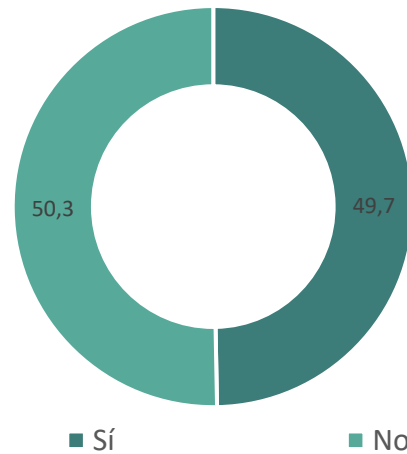
10.3.1. *Descripción General de la Muestra*

Como análisis preliminar, se llevó a cabo un análisis exploratorio descriptivo de las distintas variables con la intención de describir las características sociodemográficas más habituales.

El diseño inicial es equilibrado, con un número similar de sujetos que niegan realizar apuestas deportivas (50.3%) frente a los que afirman realizarlas (49.7%) (véase figura 7). Dentro de los que afirman realizar apuestas deportivas, el 58,7% (29.2% de la muestra total) no presentarían criterios de riesgo a lo largo de la vida y el 56.1% (27.9% de la muestra total) en el último año. A su vez, el 8.9% (4.4% de la muestra total) presentaría juego patológico a lo largo de la vida y el 15.5% (7.7% de la muestra total) en el último año.

Figura 7

Porcentaje de sujetos que realizan apuestas deportivas



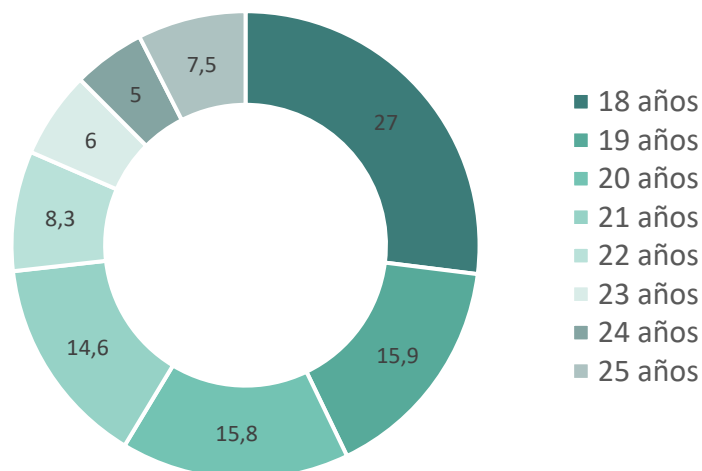
10.3.1.1. Variables Demográficas

Edad: La muestra presenta una media de 20.36 años ($dt = 2.19$) y una mediana de 20 años (IC: 18-25 años). El análisis de la forma de esta variable indica una asimetría (0.70) y curtosis (-0.57) moderadas. El test de normalidad (Kolmogorov-Smirnov) indica un resultado significativo ($p < .01$) por lo que se rechaza la hipótesis nula de que la variable se ajusta a una distribución normal.

Del total de 2120 sujetos, el 27% fueron participantes de 18 años, el 15.9% de 19 años, el 15.8% de 20 años, el 14.6% de 21 años, el 8.3% de 22 años, el 6% de 23 años, el 5% de 24 años y el 7.5% de 25 años (ver figura 8).

Figura 8

Porcentaje de sujetos que realizan apuestas deportivas, por edad.



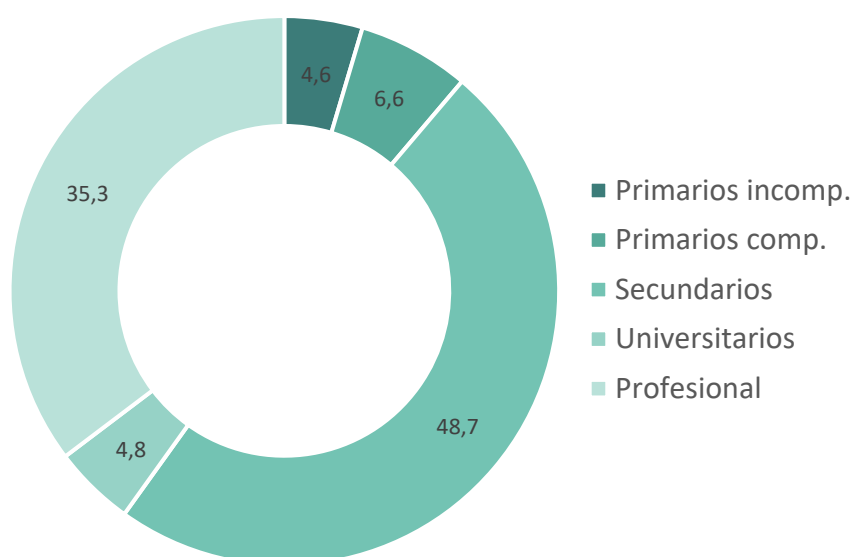
Género: De la muestra, el 59.4% (N = 1260) son hombres frente a un 40.6% (N = 860) de mujeres.

Nivel educativo: en intervalos que incluyen estudios primarios incompletos, estudios primarios, estudios secundarios, estudios universitarios y formación profesional. El análisis de la forma de esta variable indica una asimetría negativa (-0.123) y curtosis (-0.847) moderadas. El test de normalidad (Kolmogorov-Smirnov) indica un resultado significativo ($p < .01$) por lo que se rechaza la hipótesis nula de que la variable se ajusta a una distribución normal.

Con respecto al análisis descriptivo, del total de 2120 sujetos, el 4.6% (N = 97) no poseían los estudios primarios completos, el 6.6% (N = 140) tenían los estudios primarios completos, el 48.7% (N = 1033) poseían estudios secundarios, el 4.8% (N = 102) estudios universitarios y el 35.3% (N = 748) formación profesional (ver figura 9).

Figura 9

Porcentaje de sujetos que realizan apuestas deportivas, por nivel educativo.

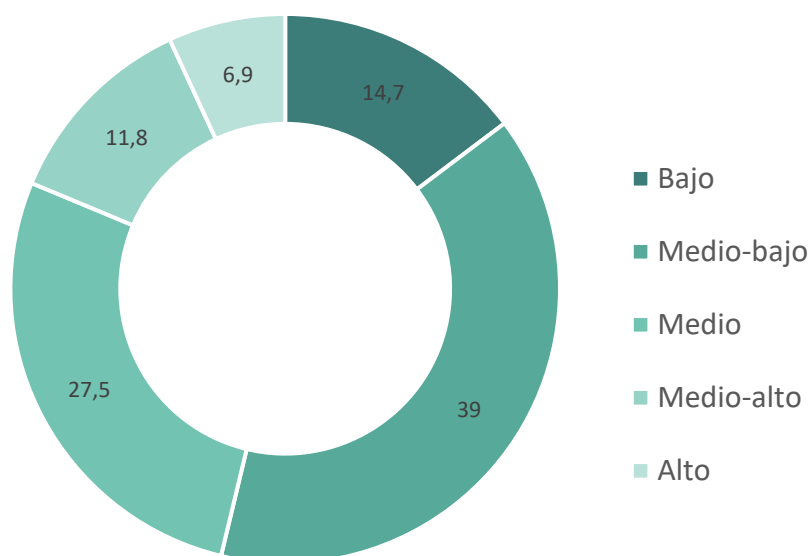


Nivel económico: presenta un intervalo que va desde bajo, medio-bajo, medio, medio-alto y alto. El análisis de la forma de esta variable indica una asimetría positiva (0.547) y curtosis (-0.287) leve. El test de normalidad (Kolmogorov-Smirnov) indica un resultado significativo ($p < .01$) por lo que se rechaza la hipótesis nula de que la variable se ajusta a una distribución normal.

Con respecto al análisis descriptivo, del total de 2120 sujetos, el 14.7% (N = 311) presentan un nivel económico bajo, el 39% (N = 827) un nivel medio-bajo, el 27.5% (N = 584) un nivel económico medio, el 11.8% (N = 251) un nivel medio-alto y el 6.9% (N = 147) un nivel alto (ver figura 10).

Figura 10

Porcentaje de sujetos que realizan apuestas deportivas, por nivel económico.



10.3.1.2. Variables Publicitarias

Tasa de recuerdo: Se analizó la tasa de recuerdo de las siguientes casas de apuestas: 888sport, Bet365, Betfair, Bwin, Codere, Betway, Sportium, WilliamHill y otros. La tasa de recuerdo presenta una media de 4.79 puntos ($dt = 1.77$), lo que implica que, de media, los sujetos recuerdan 5 anuncios o casas de apuestas. En cuanto a la forma de la variable, se observan unos niveles normales de asimetría (-0.24) y curtosis (-0.152). Sin embargo, el carácter discontinuo de la variable hace que no se pueda considerar normal, como así indica el resultado del test de normalidad ($p < .01$). Las más recordadas por los jugadores fueron: WilliamHill (77.8%), Sportium (75.9%) y 888 sport (67.4%).

10.3.2. Descripción de la Muestra en Función del Juego

10.3.2.1. Variables Demográficas

Edad: se ven claras diferencias entre las personas que apuestan y las que no, que tienen medidas de centralidad distintas. Entre los no jugadores, la media de edad es de 20.85 años ($dt = 2.35$), mientras que entre los jugadores desciende hasta 19.87 años ($dt = 1.89$). Lo mismo sucede con la mediana, que es mayor entre los no jugadores ($Mdn = 21$) que entre los jugadores ($Mdn = 19$). Ambos grupos presentan distribuciones no normales.

Con respecto al análisis descriptivo, se observa cómo la variable edad influye sobre las apuestas deportivas de manera significativa y con un tamaño del efecto pequeño ($\chi^2 = 90.25$, $p < .001$; $v = .206$). Las personas de 18-19 años presentan una frecuencia relativa de jugadores (58.6%) mucho más alta que en los otros dos segmentos de edad (38.6% y 18.4% respectivamente) (ver tabla 5).

Tabla 5.

Tabla de Contingencias. Relación entre Edad y Apuestas Deportivas

Apuestas deportivas	Edad			Total	χ^2	Est
	18-19	20-22	23-25			
No	41.4% (377)	50.9% (416)	70.1% (274)	50.3% (1067)	90.25**	Valor .206 Pequeño
Si	58.6% (534)	49.1% (402)	29.9% (117)	49.7% (1053)		
Total	43.0% (911)	38.6% (818)	18.4% (391)	(2120)		

Nota. ** $p < .01$

Género: se ven claras diferencias entre las personas que apuestan y las que no. Entre los no jugadores, la categoría más frecuente es "Femenino" con 658 casos (61.7%), seguido de "Masculino" con 409 casos (38.3%). En el caso de los jugadores, la categoría más frecuente es "Masculino" con 851 sujetos (80.8%) frente a los 202 sujetos de "Femenino" (19.2%).

El análisis descriptivo muestra que existe una relación entre el género y la realización de apuestas deportivas. Se observa cómo la proporción de hombres (80.8%) que apuestan es mucho más alta que la de mujeres (19.2%) ($\chi^2 = 396.76$, $p < .001$; $V = .433$). Este efecto es moderado.

Nivel de estudios: Se ven diferencias entre las personas que apuestan y las que no en cuanto al nivel de estudio. Entre los no jugadores, la categoría más frecuente es "Estudios secundarios" con 579 casos (54.3%), seguida de "Formación profesional" con 237 casos (22.2%), "Estudios primarios" con 107 casos (10%), "Estudios universitarios" con 94

casos (8.8%) y, finalmente, “Estudios primarios incompletos” con 50 casos (4.7%). Cabe destacar que la población con estudios secundarios se encuentra sobrerrepresentada en el estudio debido al rango de edades que se analiza.

En el caso de los jugadores, la categoría más frecuente es “Formación profesional” con 511 casos (48.5%), seguido de “Estudios secundarios” con 454 casos (43.1%). En menor proporción se encuentran “Estudios primarios incompletos” con 47 casos (4.5%), “Estudios primarios” con 33 casos (3.1%) y, finalmente, “Estudios universitarios” con 8 casos (.8%).

El nivel educativo se relaciona de manera significativa con las apuestas deportivas, con un tamaño del efecto moderado. Los participantes de FP (48.5%) y estudios secundarios (43.1%) son los que engloban a una mayor proporción de jugadores. Son los estudiantes de FP los que tienen mayor tendencia a realizar apuestas deportivas ($\chi^2 = 227.13$, $p < .001$; $V = .327$) (ver tabla 6).

Tabla 6.

Tabla de Contingencias. Relación entre Nivel Educativo y Apuestas Deportivas

Nivel Educativo	Apuestas deportivas			χ^2	Est
	No	Si	Total		
Primarios incom.	4.7% (50)	4.5% (47)	4.6% (97)	V	227.13**
Primarios compl.	10% (107)	3.1% (33)	6.6% (140)		Valor
Secundarios	54.3% (579)	43.1% (454)	48.7% (1033)		.327
Universitarios	8.8% (94)	0.8% (8)	4.8% (102)		Moderado
FP	22.2% (237)	48.5% (511)	35.3% (748)		
Total	50.3% (1067)	49.7% (1053)	(2120)		

Nota. ** $p < .01$

Nivel económico: Se ven claras diferencias entre las personas que apuestan y las que no. Entre los no jugadores, la categoría más frecuente es “medio-bajo” con 511 casos (47.9%), seguida, con bastante diferencia, de “bajo” con 237 casos (22.2%), “medio-alto” con 196 casos (18.4%), “medio” con 112 casos (10.5%) y, finalmente, “alto” con 11 casos (1%).

En el caso de los jugadores, la categoría más frecuente es “medio” con 472 casos (44.8%), seguida, de “medio-bajo” con 316 casos (30%). El resto de categorías poseen menos presencia: nivel económico “alto” con 136 casos (12.9%), “bajo” con 74 casos (7%) y, finalmente, “medio-alto” con 55 casos (5.2%).

El nivel económico se relaciona de manera significativa con las apuestas deportivas, con un tamaño del efecto moderado. Los participantes de nivel económico medio (44.8%) y medio-bajo (30%) son los que engloban a una mayor proporción de jugadores, seguidos de los de nivel económico alto (12.9%) ($\chi^2 = 538.76$, $p < .001$; $v = .504$) (ver tabla 7). Dentro del nivel económico, los jugadores de nivel medio y alto presentan significativamente más tendencia a realizar apuestas deportivas que a no hacerlo.

Tabla 7.

Tabla de Contingencias. Relación entre Nivel Económico y Apuestas Deportivas.

Nivel Economico	Apuestas deportivas			χ^2	Est 538.76**
	No	Si	Total		
Bajo	22.2% (237)	7.0% (74)	14.7% (311)	V	Valor .504 Moderado
Medio-Bajo	47.9% (511)	30.0% (316)	39.0% (827)		
Medio	10.5% (112)	44.8% (472)	27.5% (584)		
Medio-Alto	18.4% (196)	5.2% (55)	11.8% (251)		
Alto	1.0% (11)	12.9% (136)	6.9% (147)		
Total	50.3% (1067)	49.7% (1053)	(2120)		

** $p < .01$

10.3.2.2. Variables Publicitarias

Tasa de recuerdo de anuncios: Tanto los jugadores como los no jugadores presentan valores similares de las medidas de centralidad (media y mediana) en términos de recuerdo de la publicidad. Las medidas de variabilidad son también prácticamente idénticas. Ambos grupos presentan distribuciones no normales (ver tabla 8).

En la tabla 9 se muestran los resultados de comparar ambos grupos mediante una prueba paramétrica (T de Student) y una no paramétrica (U de Mann-Whitney). Ninguna de ellas pone de manifiesto que exista una relación significativa entre la tasa de recuerdo de las casas de apuestas y la realización de apuestas deportivas, ya que en ambos casos el p-valor es superior al nivel de significación ($p > .05$).

Tabla 8.

Análisis Exploratorio y Descriptivo de la Tasa de Recuerdo de Casa de Apuestas

Apuestas deportivas (nº obs.)	Forma		Centralidad			Variabilidad		
	Asimetría	Curtosis	p	Media	Mdn	Mín. /Máx.	Dt	Rango IQR
No (1260)	-0.22	-0.25	.000**	4.81	5.00	0.00 / 9.00	1.77	2.00
Si (860)	-0.26	-0.05	.000**	4.77	5.00	0.00 / 9.00	1.77	2.00

Nota. ***Significativo, la variable no se distribuye normalmente. M = media, Mdn = mediana, Dt = Desviación típica

Tabla 9.

Tasa de Recuerdo

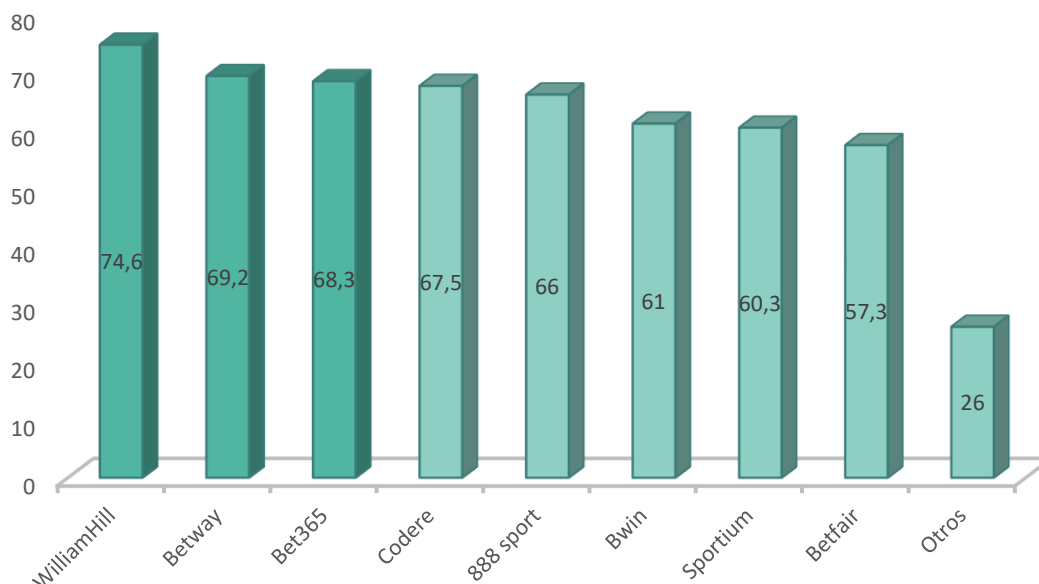
Variable	Test de contraste	Est	p
Recuerdo	Paramétrico – t Student	.564	.573
	No paramétrico – U Mann-Whitney	-.501	.616

Casas de apuestas en las que se apuesta: Dentro de las casas de apuestas, la tasa de apuestas presenta una media de 5.51 puntos ($dt = 2.62$), lo que implica que, de media, los sujetos apuestan en 6 casas de apuestas. En cuanto a la forma de la variable, se observan unos niveles negativos de asimetría (-0.594) y curtosis (-0.892). Esto unido al carácter discontinuo de la variable hace que no se pueda considerar normal, como así indica el resultado del test de normalidad ($p < .01$).

Se analizó la tasa de apuestas en las siguientes casas de apuestas: 888sport, Bet365, Betfair, Bwin, Codere, Betway, Sportium, WilliamHill y otros. Las casas de apuestas en donde más se apuesta son: WilliamHill (74.6%), Betway (69.2%) y Bet365 (68.3%) (véase figura 11).

Figura 11

Tasa de apuestas en función de la casa de apuestas.



10.3.2.3. Variables Topográficas

Plataforma: se observa cómo la mayoría de los jugadores realizan apuestas *online* (74.1%, N = 780). De igual manera, los encuestados prefieren realizar apuestas en directo (67.2%, N = 708) que en diferido (32.8%, N = 345).

Dispositivos: los usuarios prefieren hacer apuestas en casas de apuestas *online* (95.6%, N = 1007), *online* a través del móvil (87.8%, N = 925) y *online* a través del ordenador (87%, N = 916).

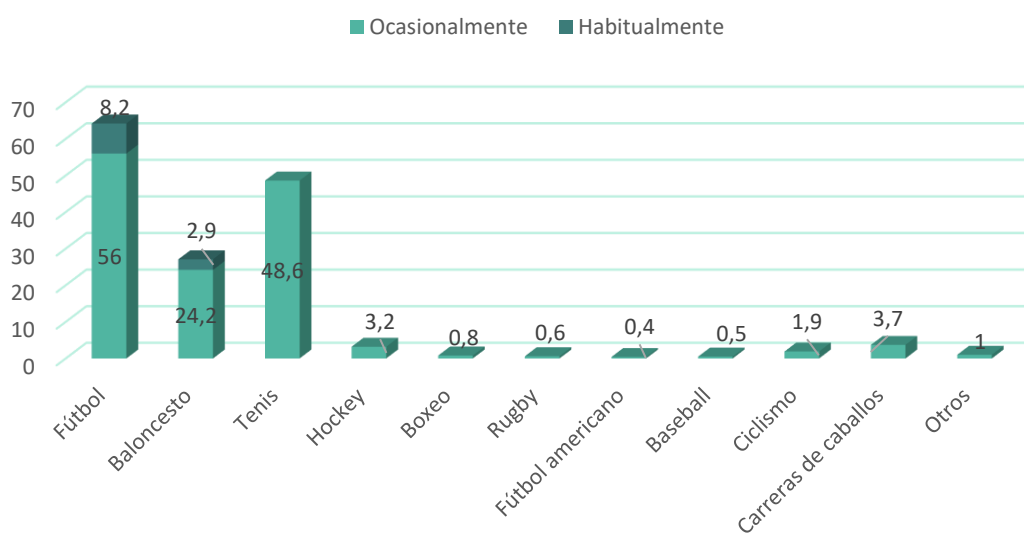
Frecuencia e intensidad de juego: el 98% de la muestra afirma apostar hasta 15 veces al mes, dedicando el 69.3% entre 6-10 horas por semana. Con respecto a las cantidades de dinero jugadas, al mes, la media es de 2.38 ($dt = 1.68$), es decir, entre 8-10 € al mes.

Tipo de apuesta: mayor preferencia para apostar a resultado exacto final (9.5% habitualmente y 34.1% alguna vez) y a ganador (4.8% habitualmente y 33.4% alguna vez). También prefieren realizar apuestas en directo (39%, N = 411) que a largo plazo (23.7%, N = 250) o antes del partido (22.1%, N = 233). El 68% (N = 716) afirma realizar apuestas combinadas ocasionalmente.

Tipo de deporte: los eventos preferidos fueron el fútbol (56% ocasionalmente y 8.2% habitualmente), seguido del tenis a nivel ocasional (48.6%) y del baloncesto a nivel habitual (2.9%). El deporte que menos apuestas recibe es el fútbol americano (.4%) (figura 12).

Figura 12

Porcentaje de sujetos que apuestan a los diferentes deportes



Implicación: el 16% (N = 168) de los que realizan apuestas afirman planificarlo con antelación. El 25.2% (N = 265) de los apostadores afirman que, frecuentemente, apuestan más dinero del que les gustaría y el 10.3% (N = 108) que esto ocurre en alguna ocasión.

Compañía: el 39.8% (N = 419) afirma realizar apuestas sólo, un 22% (N = 231) acompañado físicamente y un 38.1% (N = 403) acompañado en línea. Aquellos que apuestan acompañados suelen hacerlo, en mayor medida, acompañados de una pareja (28.8%, N = 303), seguido de amigos (12.3%, N = 130) y familia (10%, N = 105).

10.4. Discusión

El objetivo de este estudio se ha dividido en dos vertientes. Por un lado, al contar con una muestra de jugadores y no jugadores, se ha realizado una caracterización de la población de estudio. En segundo lugar, y más importante, se han establecido la diferencia entre las características demográficas de los jugadores y los no jugadores. Para ello se han tenido en cuenta tres factores: el demográfico, el publicitario y el topográfico. El objetivo ha sido corroborar si son variables relevantes de cara a la realización de apuestas deportivas o no.

Así, lo primero que se observa es que, casi el 50% de la muestra afirma realizar apuestas deportivas (49.7%). Estos datos son ligeramente superiores a los encontrados en otras investigaciones realizadas en España (DGOJ, 2021; Labrador y Vallejo-Achón, 2020) que muestran prevalencias entre el 4% y 43%, pero se sigue encontrando por debajo de los valores hallados en otros países y continentes (Cooper et al., 2022; Gathuru, 2022; Grubss y Kraus, 2022; Leng et al., 2022; López-González et al., 2019; Winter y Derevensky, 2019). También se observa que, dentro de los jugadores que realizan apuestas deportivas el porcentaje de aquellos que no presentan criterios de riesgo disminuye en un 1.3% al comparar a los jugadores de toda la vida con los del último año, rondando el 60% de los jugadores y el 30% de la muestra total. Es decir, el 40% de los jugadores presenta criterios de problemas de juego. Llama más la atención, también, el porcentaje de sujetos que presentan criterios de juego patológico, siendo casi el doble en el último año (15.5% de los jugadores, 7.7% de la muestra total frente al 8.9% de los jugadores, 4.4% de la muestra total). Estos datos se encuentran dentro de lo reflejado por la literatura, estando por debajo de los de algunos autores como Abu et al., (2022), Hing et al., (2015b) o Miller et al., (2013) pero por encima de otros como Afe et al., (2022) o López-González et al., (2019)

10.4.1. Factores Demográficos

Edad: Se encontró que, en la línea de lo que establecen otros autores como Castilla et al. (2013), Gainsbury et al. (2015) o Seal et al. (2022), la media de edad de los que afirmaban realizar apuestas deportivas ($M = 20$ años) es menor que la de los que no apuestan (21 años). Además, los jóvenes entre 18 y 19 años, la franja más baja evaluada, son aquellos que presentan mayor frecuencia relativa de jugadores con casi un 59% de la muestra. Sin embargo, si bien la edad es un factor relevante y significativo de cara a la realización de apuestas deportivas, se observó que el tamaño del efecto es pequeño. Esto puede deberse a que la varianza de la muestra es, también, pequeña, al estar acotada entre los 18 y los 25 años, no permitiendo que haya mucha diferencia entre ambos grupos.

Género: Se observó que, mientras el 40.6% de la muestra general eran mujeres, este porcentaje disminuía a casi la mitad (19.2%) al observarse la muestra de jugadoras. Es decir, en la línea de los datos que establecen otras investigaciones como la de la DGOJ (2021), el porcentaje de hombres que afirma realizar apuestas deportivas es de más del 80%. Se confirmó, también, lo que establece la literatura (Kristiansen et al., 2014; Mercier et al., 2018; Winters y Derevensky, 2019) sobre que la variable género es una de las variables más relevantes de cara a la realización de las apuestas deportivas, con un efecto moderado.

Nivel educativo: Se observa que, en la muestra general, casi el 50% (48.7%) posee estudios secundarios, seguido de un 35.3% que tiene formación profesional. Sin embargo, al ponerse la atención en la población que realiza apuestas deportivas se observa que el porcentaje de jugadores con formación profesional aumenta hasta un 48.5% y el porcentaje de sujetos estudios secundarios disminuye (43.1%). Cabe destacar que, debido a las características de la muestra, los estudiantes secundarios se encuentran sobrerrepresentados. Se observa, además, que la variable nivel de estudios es significativa como ya establecían otros autores como Cooper et al. (2022) y tiene un tamaño del efecto moderado.

Nivel económico: La muestra general presenta en promedio (53.7%) un nivel económico bajo (14.7%) o medio-bajo (39%). Al observar la muestra de jugadores se observan claras diferencias entre ambos grupos. Las personas que realizan apuestas deportivas poseen un nivel económico medio (44.8%), mientras que las que no juegan poseen un nivel económico medio tirando a más bajo (47.9%). Es decir, el nivel económico parece relevante de cara a las apuestas deportivas, mostrando un nivel económico mayor aquellos que apuestan. Esto iría en consonancia con lo que dicen otros autores (Cooper et al., 2022; Gainsbury et al., 2015).

10.4.2. Factores Publicitarios

Tasa de recuerdo: No se han observado diferencias en la tasa de recuerdo entre los que realizan apuestas deportivas y los que no, siendo la media de recuerdo de 5 anuncios para ambas poblaciones. Así, las casas de apuestas más recordadas fueron WilliamHill, seguida de Sportium y 888 sport.

Cantidad de apuestas en función de la casa de apuestas: Mientras la media de anuncios recordados es de 5, la media de casas de apuestas en donde se realizan las apuestas deportivas es ligeramente superior, de 6. Las casas de apuestas en donde la muestra prefería apostar fueron: WilliamHill, Betway y Bet365. El primer resultado, WilliamHill, es consistente con la tasa de recuerdo de publicidad en eventos deportivos y anuncios.

10.4.3. Factores Topográficos

Plataforma y dispositivo: Como ya establecían otros autores como la DGOJ (2021), Parke y Parke (2019) o Tolga (2019) las apuestas en línea son cada vez mayores, siendo el formato preferido por los apostadores deportivos. En esta línea, esta investigación ha obtenido resultados similares observando que el 74.1% de la población prefiere realizar

apuestas *online* y en directo. También se ha observado que prefieren realizar estas apuestas mediante el móvil o el ordenador, por encima de otros dispositivos. Estos hallazgos confirman los de otros autores como Habibu et al., (2020).

Frecuencia e intensidad de juego: En la línea de lo que ya han observado otros autores como Hing et al. (2017a) o Russell et al. (2019), el promedio de juego es bastante elevado realizándose varias apuestas semanales. En el caso de esta investigación, el promedio de juego es de 15 veces/mes. Esta media es superior a la de otras investigaciones como la de Labrador y Vallejo-Achón (2020). Con respecto a la cantidad invertida al mes, el promedio de horas (entre 6-10 horas) y de dinero (8-10 €) se encuentra en la línea de estos mismos autores y bastante por debajo de otros como Hing et al., (2017a).

Tipo de apuesta: Con respecto al tipo de apuesta, casi un 70% afirmó realizar apuestas combinadas ocasionalmente. Las apuestas a resultado final y a ganador fueron las preferidas por la muestra.

Tipo de deporte: Dentro de los deportes, siguiendo la línea de anteriores investigaciones (Labrador y Vallejo-Achón, 2020), los preferidos fueron el fútbol, el tenis y el baloncesto. En contra de los resultados obtenidos por otras investigaciones (Hing et al., 2017a), el deporte en el que menos se apuesta es el fútbol americano. Estas diferencias se deben, principalmente, a que el fútbol americano no es un deporte típico ni televisado en España, mientras en otros países es el deporte y evento deportivos principal del país.

Implicación: Se observa que sólo un 16% afirma planificar las apuestas con antelación y que un cuarto de la muestra considera que invierte más tiempo o dinero del que le gustaría frecuentemente y un 10% más lo piensa ocasionalmente. Esto supone que más de un 35% de la muestra considera que sus hábitos están generando interferencia en algún punto.

Compañía: Finalmente, más de un 60% afirma realizar apuestas deportivas acompañado de otras personas (tanto en línea como presencialmente), siendo la compañía de preferencia las parejas o los amigos. Estos hallazgos confirman los datos obtenidos en otras investigaciones como la de Winters y Derevensky, (2019).

10.5. Limitaciones y Futuros Estudios

Se han observado ciertas limitaciones. En primer lugar, la muestra utilizada para esta validación es una muestra de conveniencia con medidas en una sola ocasión lo que presenta ciertos inconvenientes a la hora de generalizar los datos. En segundo lugar, se quiere resaltar la dificultad de encontrar estudios similares con los que comparar resultados. Sería interesante, también, de cara a futuros estudios realizar una investigación longitudinal y no transversal.

**PARTE V:
ESTUDIO II. PROPIEDADES
PSICOMÉTRICAS DE LOS
INSTRUMENTOS**



Parte V: Estudio II. Propiedades Psicométricas de los Instrumentos

Capítulo 11: Propiedades Psicométricas del GRCS-Reducido

11.1. Introducción

11.1.1. De la Evaluación de las Creencias Irracionales en Juegos de Azar a la Evaluación en Apuestas Deportivas

La evaluación psicológica de las creencias irracionales en los juegos de azar ha experimentado una evolución significativa a lo largo del tiempo. En un inicio se trataba de una evaluación de sesgos cognitivos relacionados con los juegos de azar, de manera generalizada, en población no clínica. El enfoque se centraba, principalmente, en los aspectos cognitivos y emocionales del comportamiento del jugador y se utilizaban entrevistas y cuestionarios para recopilar información sobre los pensamientos distorsionados relacionados con el juego. Entre los trabajos originales más importantes se encuentran, en máquinas recreativas, los de Strickland y Grote (1967) o en cartas y lotería, los de Langer (1975) y Langer y Roth (1975).

A partir de los años ochenta comienzan a aparecer investigaciones en donde se evalúan las creencias irracionales, de forma más específica, en las apuestas deportivas. Así, destaca el trabajo de Gilovich (1983). En este ya se ponía de relieve la diferencia en las creencias irracionales entre las apuestas deportivas y otros juegos de azar.

A medida que la comprensión de las creencias irracionales en las apuestas deportivas se hizo más estructurado, se desarrollaron instrumentos de evaluación más específicos.

11.1.2. Instrumentos Utilizados para Evaluar las Creencias Irracionales en las Apuestas Deportivas

La importancia de las creencias irracionales en el desarrollo de problemas de juego hace evidente la necesidad de establecer un método válido y eficiente para evaluar estas distorsiones en las apuestas deportivas tanto en el ámbito clínico como en el investigador.

A pesar de que se han producido varias aportaciones de instrumentos y métodos de evaluación, no existe en la actualidad un instrumento de referencia claro. Esto ha supuesto una ralentización de la investigación al no permitir que los investigadores puedan aunar resultados usando los mismos criterios. Disponer de un instrumento adecuado para esta tarea permitiría entender cómo actúan y se modifican las creencias irracionales del jugador

y orientar el desarrollo de las intervenciones terapéuticas específicas para las apuestas deportivas.

En la actualidad la evaluación de las creencias irracionales se puede hacer a través de varios procedimientos como la entrevista clínica u observación, la autoobservación o autorregistros, los registros psicofisiológicos, o los inventarios, cuestionarios y escalas.

Por sus características se ha dado especial importancia a los inventarios, escalas y cuestionarios en esta evaluación. En la tabla 10 se recogen los inventarios, cuestionarios y escalas para evaluar creencias irracionales en apuestas deportivas desde 2012. En esta tabla se recoge el nombre del instrumento, sus autores, el número de veces citado por otros autores (N. Ref.), los autores que han usado estos cuestionarios dentro del marco de las apuestas deportivas (y que se citan en esta investigación), la característica de la muestra utilizada y número de sujetos (Muestra) y el Alfa de Cronbach en dichas investigaciones.

Tabla 10.

Instrumentos de Medida de Creencias Irracionales en Apuestas Deportivas desde 2012.

Instrumento	Autores	N.Ref	Autores citados en tesis	Muestra	Alfa
<i>Gamblers Beliefs Questionnaire (GBQ)</i>	Steenbergh et al. (2002)	361	Cooper et al. (2022)	Muestra: canadiense N = 1280 participantes N = 596 apostadores deportivos (ADs) en el último año	$\alpha = .92 - .97$
			Phua et al. (2022)	Muestra: Singapur N = 713 (N = 80 ADs N = 270 no ADs N = 363 no jugadores)	$\alpha = .96$
<i>Gambling Cognitions Inventory (GCI)</i>	Holub (2003)	39	Cowie et al. (2017)	N = 49 jugadores a juegos de azar (incluidas apuestas deportivas)	$\alpha = .83 - .92$
<i>Gambling Related Cognitions Scale (GRCS)</i>	Raylu y Oei (2004)	613	Mercier et al. (2018)	Revision sistemática N = 31 artículos	No refiere
Telephone survey questionnaire (Ad hoc)	Gainsbury et al. (2015)	1	Gainsbury et al. (2015)	N = 15006 australianos adultos que han jugado en los últimos 12 meses a juegos de azar	No refiere

Cognitive perceptions (ad hoc)	Kristiansen et al. (2014)	1	Kristiansen et al. (2014)	N = 2223 estudiantes daneses (11-17 años)	No refiere
Control del comportamiento percibido (ad hoc)	Leng et al. (2022)	1	Leng et al. (2022)	N = 173 estudiantes de Singapur hombres (N = 56 ADs)	$\alpha = .78$
C-OAR-SE (ad hoc)	McCarthy et al. (2018)	1	McCarthy et al. (2018)	N = 509 mujeres australianas	No refiere
Social Bonding Scale (ad hoc)	Seyyed Masoomah et al. (2019)	1	Seyyed Masoomah et al. (2019)	N = 417 ADs iraníes	$\alpha = .915$
Control del comportamiento percibido (ad hoc)	Wang et al. (2021)	1	Wang et al. (2021)	N = 334 estadounidenses	No refiere

Parece conveniente destacar 3 cuestionarios que, si bien fueron desarrollados en sus orígenes para evaluar las creencias irracionales en los juegos de azar, de manera generalizada, han sido utilizados para evaluar también las creencias irracionales en apuestas deportivas de manera específica.

El ***Gambling Beliefs Questionnaire (GBQ)*** desarrollado por Steenbergh et al. (2002) es un instrumento autoaplicado que mide 21 ítems divididos, a su vez, en dos constructos: la creencia de suerte/perseverancia (13 ítems) y la ilusión de control (8 ítems). Es una escala tipo Likert con 7 opciones de respuesta: totalmente de acuerdo, moderadamente de acuerdo, ligeramente de acuerdo, neutro, ligeramente desacuerdo, moderadamente desacuerdo, totalmente en desacuerdo. A mayor puntuación en la escala, más creencias irracionales relacionadas con los juegos de azar permitiendo discriminar entre jugadores con y sin problemas. El coeficiente de Alfa de Cronbach para la escala global es .92 ($\alpha = .90$ para suerte/perseverancia y $\alpha = .84$ para ilusión de control). La fiabilidad test-retest es $r = .77$.

Pero, aunque es uno de los cuestionarios más utilizados presenta ciertas limitaciones: la primera, la reducida cantidad de creencias que evalúa, pues se centra en dos creencias muy relevantes para los juegos de azar, deja de lado otras varias que también lo son como la falacia del jugador. La segunda es que, dentro de los jugadores con problemas de juego no permite diferenciar entre problemáticos y patológicos.

El ***Gambling Cognitions Inventory (GCI)*** desarrollado por Raylu y Oei (2004) es un instrumento de autoinforme que mide 40 ítems divididos, a su vez, en dos factores: habilidades/actitudes y suerte/oportunidad. Es una escala tipo likert con 4 opciones de respuesta: Fuertemente de acuerdo; Ligeramente de acuerdo; Ligeramente desacuerdo; Fuertemente desacuerdo. A mayor puntuación en la escala, más creencias irracionales relacionadas con los juegos de azar. El coeficiente de Alfa de Cronbach para la escala global es .84 ($\alpha = .83 - .9$ para suerte/oportunidad y $\alpha = .86 - .92$ para habilidades/actitudes). Además, mostró una buena validez convergente con otras medidas de distorsiones del juego y con medidas de problemas de juego.

Este inventario posee ciertas limitaciones: la primera, la cantidad de creencias que evalúa. Como en el caso del GBQ, si bien se centra en dos escalas muy relevantes para los juegos de azar, deja de lado otras escalas que también lo son como la falacia del jugador. La segunda es que, los resultados son escasamente generalizables puesto que la muestra era muy pequeña, universitaria y de sólo varones.

El ***Gambling Related Cognitions Scale (GRCS)*** desarrollado por Holub (2003) es un instrumento de autoinforme que mide 23 ítems divididos, a su vez, en cinco factores, los cuales suponen el 70% de la varianza de la escala: expectativas hacia el juego (*gambling related expectancies*, GE) (4 ítems), incapacidad percibida para dejar de jugar (*perceived inability to stop gambling*, ISG) (5 ítems), control de sesgos interpretativos (*interpretative control bias*, IB) (4 ítems), Ilusión de control (*ilusion of control*, IC) (4 ítems), Predicción de control (*predictive control*, PC) (6 ítems). Es una escala tipo likert con 7 opciones de respuesta: Fuertemente desacuerdo; Moderadamente desacuerdo; Ligeramente desacuerdo; Ni desacuerdo ni de acuerdo; Ligeramente de acuerdo; Moderadamente de acuerdo; Fuertemente de acuerdo. A mayor puntuación en la escala, más creencias irracionales relacionadas con los juegos de azar permitiendo discriminar entre jugadores con y sin problemas. El coeficiente de Alfa de Cronbach para la escala global es alto ($\alpha = .93$) y para las subescalas fluctúa entre $\alpha = .77 - .91$.

Entre las limitaciones del inventario: la primera es que, si bien es un instrumento de medida de creencias irracionales en jugadores de azar, es más adecuado para medir distorsiones cognitivas en jugadores sin riesgo que en muestra clínica. Segunda, incluye ciertos ítems muy específicos de determinados juegos de azar (p.e.: *Algunos colores y números incrementan mis probabilidades de ganar*) lo que le hace poco aplicable a apuestas deportivas.

11.1.3. Objetivo.

El objetivo de este estudio es establecer un instrumento de medida para evaluar las creencias irracionales acerca de las apuestas deportivas. Para ello se tratará de buscar evidencias de validez que confirmen la estructura de la versión reducida española del GRCS-S (Del Prete et al., 2017), denominada *GRCS-Reducida*, en una muestra de jóvenes españoles. Se espera encontrar, asimismo, índices similares a los encontrados en la bibliografía, como, por ejemplo, en la validación española del GRCS-S ($\alpha = .68-1.00$ (Del Prete et al., 2017)).

11.2. Método

11.2.1. Diseño

Estudio instrumental de un grupo de conveniencia con medidas en una sola condición.

11.2.2. Participantes

Para la realización de esta Tesis Doctoral se seleccionó una muestra de conveniencia de 2120 jóvenes residentes en la Comunidad Autónoma de Madrid con edades comprendidas entre los 18 y los 25 años. Para ello se realizó una búsqueda de todas universidades, facultades y centros de formación profesional de la Comunidad de Madrid y se envió un email a cada uno de ellos explicando el objetivo del estudio. Se seleccionó aquellas formaciones o facultades que mostraron interés teniendo en cuenta que hubiera siempre representación de las distintas universidades de la Comunidad Autónoma de Madrid (CAM). También se contactó con centros de formación de diferentes distritos de la CAM, siempre considerando edades entre los 18 y los 25 años. Por otro lado, se realizó un muestreo por bola de nieve a través de las redes sociales LinkedIn, Instagram y Whatsapp. La recogida de información, en todos los casos, fue a través de un cuestionario *online* y de acuerdo con la Declaración de Helsinki y a las leyes locales y nacionales de protección de datos. La muestra se obtuvo tras la firma del consentimiento informado, incorporado al principio del cuestionario. La obtención de muestra se realizó entre septiembre del 2021 y septiembre del 2022.

Criterios de Inclusión:

- Tener una edad comprendida entre los 18 y 25 años.
- Tener nacionalidad española o haber residido en España más de la mitad de su vida.
- Poseer un desarrollo cognitivo suficiente para entender las preguntas y ser capaz de dar una respuesta de manera autónoma.
- Ausencia de consumo de sustancias psicoactivas desde, al menos, 24h antes de realizar el cuestionario.
- Ausencia de tratamiento psicológico relacionado con la adicción a las apuestas deportivas.
- Firma previa del consentimiento informado.
- Finalización del cuestionario habiendo respondido a todos los ítems obligatorios.

11.2.3. Instrumento

La evaluación se llevó a cabo mediante la adaptación de la versión reducida del *Gambling Related Cognitions Scale (GRCS; Raylu y Oei, 2004)* en su versión española (Del Prete et al., 2017). El GRCS-Reducido está compuesto por 16 ítems (de los 23 originales) en una escala tipo Likert (1-Fuertemente desacuerdo; 2- Moderadamente desacuerdo; 3- Ligeramente desacuerdo; 4- Ni desacuerdo ni de acuerdo; 5- Ligeramente de acuerdo; 6- Moderadamente de acuerdo; 7- Fuertemente de acuerdo). Los ítems se describen a continuación. El cuestionario, como tal, se puede consultar en el Apéndice 3:

1. Jugar me hace más feliz.
2. Las pérdidas en el juego van, sin duda, seguidas de una racha de ganancias.
3. No puedo funcionar sin jugar.
4. Jugar hace que las cosas parezcan mejores.
5. Jugar hace que el futuro parezca mejor.
6. Relacionar mis ganancias con mi habilidad y mi destreza en el juego hacen que siga jugando.
7. Estoy fuera de control, así que me resulta difícil parar de jugar.
8. Relacionar mis pérdidas con la mala suerte o a las circunstancias adversas me hace seguir jugando.
9. Relacionar mis pérdidas con la casualidad hace que siga jugando.
10. No puedo resistir las ganas de jugar.
11. Echar una partida me ayuda a reducir la tensión y el estrés.
12. No soy lo suficientemente fuerte como para dejar de jugar.

13. Ciertos hábitos y rituales (como llevar la camiseta de mi equipo o jugador) mejoran mis probabilidades de ganar.
14. Recordar cuánto dinero gané la última vez, me hace continuar jugando.
15. Nunca seré capaz de dejar de jugar.
16. Tengo cierta capacidad para predecir cuándo voy a ganar.

11.2.4. Procedimiento

De cara a la evaluación de las creencias irracionales en apuestas deportivas se buscó, dentro de la bibliografía, el cuestionario más utilizado y con una buena fiabilidad y validez tanto en su idioma original como en su adaptación al español. Se seleccionó la versión española (Del Prete et al., 2017) del *Gambling Related Cognitions Scale (GRCS*; Raylu y Oei, 2004). Esta versión está compuesta por 23 preguntas en una escala tipo Likert (1-Fuertemente desacuerdo; 2- Moderadamente desacuerdo; 3- Ligeramente desacuerdo; 4- Ni desacuerdo ni de acuerdo; 5- Ligeramente de acuerdo; 6- Moderadamente de acuerdo; 7- Fuertemente de acuerdo), Las cuestiones se agrupaban en 5 factores: Expectativas de Ganancias (GE), Incapacidad percibida para dejar de jugar (ISB), Ilusión de Control (IC), Predicción de Control (PC) y Sesgos Interpretativos (IB). A continuación, se incluyen los ítems y el factor en el que se ubican:

1. Jugar me hace más feliz (GE).
2. No puedo funcionar sin jugar (ISB).
3. Rezar me ayuda a ganar (IC).
4. Las pérdidas en el juego van, sin duda, seguidas de una racha de ganancias (PC).
5. Relacionar mis ganancias con mi habilidad y mi destreza en el juego hacen que siga jugando (IB).
6. Jugar hace que las cosas parezcan mejores (GE).
7. Estoy fuera de control, así que me resulta difícil parar de jugar (ISB).
8. Algunos colores y números incrementan mis probabilidades de ganar (IC).
9. Hay que perder durante un tiempo si se quiere adquirir experiencia necesaria para jugar (PC).
10. Relacionar mis pérdidas con la mala suerte o a las circunstancias adversas me hace seguir jugando (IB).
11. Jugar hace que el futuro parezca mejor (GE).
12. No puedo resistir las ganas de jugar (ISB).
13. Guardo objetos que me ayudan a tener más probabilidades de ganar (IC).
14. Si consigo ganar una vez, sin duda, seguiré ganando (PC).

15. Relacionar mis pérdidas con la casualidad hace que siga jugando (IB).
16. Echar una partida me ayuda a reducir la tensión y el estrés (GE).
17. No soy lo suficientemente fuerte como para dejar de jugar (ISB).
18. Ciertos hábitos y rituales mejoran mis probabilidades de ganar (IC).
19. A veces me siento con suerte, y aprovecho esas ocasiones para jugar (PC).
20. Recordar cuánto dinero gané la última vez, me hace continuar jugando (IB).
21. Nunca seré capaz de dejar de jugar (ISB).
22. Tengo cierta capacidad para predecir cuándo voy a ganar (PC).
23. Si cambio los números a los que juego habitualmente, tengo menos posibilidades de ganar que si mantengo siempre los mismos números (PC).

Para realizar la adaptación corta de la validación al español de Del Prete et al. (2017) se observó que la solución de 4 factores (expectativas de juego (GE), incapacidad percibida para dejar de jugar (ISG), una combinación de sesgo interpretativo e ilusión de control (IB+IC) y control predictivo (PC)) mostraba un ajuste similar al modelo de 5 factores del GRCS. El α de Cronbach del estudio original fue de 0.93 (dominio α de Cronbach = .77–.91). Los criterios utilizados por el panel de expertos para reducir los ítems del cuestionario fueron los siguientes:

- Selección de factores con niveles más altos de fiabilidad y validez. En este caso, según la investigación llevada a cabo por Del Prete et al. (2017), los factores con más fiabilidad y validez eran ISG, GE, IB/IC (aunados) y PC.
- Selección de factores que presentasen mayor correlación con criterios diagnósticos. Según la investigación de Del Prete et al. (2017), los factores que mostraban una mayor correlación con el SOGS fueron ISG, seguido de IB (sólo o combinado con IC y PC) y GE.
- En el propio estudio de Del Prete et al. (2017) Se realizó un árbol de clasificación obteniéndose que la combinación de ISG, IB + IC, PC y GE categorizó correctamente al 95.3% de los jugadores no problemáticos y al 84.3% de los jugadores problemáticos (total = 91.2%). El índice de tamaño del efecto f^2 que establece la mejora en la capacidad de clasificación más allá del azar (Henson et al., 2014) arrojó un valor de .82.
- En la combinación IB + IC y en el factor PC se procedió a eliminar aquellos criterios que, por su narrativa, se ajustaban más a otros juegos de azar y no eran aplicables a las apuestas deportivas (p.e.: *algunos colores y números incrementan mis*

probabilidades de ganar) o a la actualidad social (p.e.: *rezar me ayuda a ganar*).

11.2.5. Análisis de datos

Se calcularon varios estadísticos descriptivos para los ítems y el total de las subescalas del instrumento. Puesto que los ítems eran escalas Likert de siete categorías ordenadas, se consideraron variables continuas a todos los efectos.

Fiabilidad y Consistencia Interna: Como indicadores de consistencia interna se utilizaron α de Cronbach, y ω para superar las limitaciones del primero (McDonald, 1999). Como indicador de fiabilidad se utilizó la técnica de las dos mitades, usando el promedio de todas las mitades posibles.

Validez Factorial: Se estudió la validez factorial de las cuatro dimensiones teóricas del GRCS-Reducido. Previamente, mediante un análisis paralelo, comprobamos que el número de componentes que subyacían a los datos coincidía con el número de dimensiones según la teoría.

Después, se confirmó la estructura factorial de los datos mediante Análisis Factorial Confirmatorio (CFA). Se utilizó un método de estimación DWLS (*diagonally weighted least squares*) a partir de una matriz de correlaciones de Pearson. Para evaluar el modelo se usaron varios índices de ajuste, teniendo como referencia valores recomendados (Hu y Bentler, 1999; Schreiber et al., 2006; ver Tabla 11): ratio de chi-cuadrado y sus grados de libertad (χ^2/gf), RMSEA (*root mean square error of approximation*) y su intervalo de confianza al 90%, SRMR (*standard root mean square residual*); y los índices comparativos CFI (*comparative fit index*) y TLI (*Tucker-Lewis index*). Se interpretó también la significación estadística de los pesos de regresión estandarizados (Brown, 2015).

Los análisis estadísticos relacionados con el GRCS-Reducido se realizaron mediante R y varios paquetes asociados: MVN (*multivariate normality*) (Korkmaz et al., 2014) para análisis de normalidad multivariada; *lavaan*, versión 0.6-3 (Rosseel, 2012) para CFA; MBESS, versión 4.4.3 (Kelley, 2018) para los estimadores α y ω con su intervalo de confianza (IC); *psych* (Revelle, 2018) para el análisis paralelo y la fiabilidad mediante la técnica de las dos mitades. El resto de análisis se realizaron mediante SPSS 25. El nivel de significación a priori para todos los análisis se estableció en $\alpha = .050$.

11.3. Resultados

11.3.1. Estadísticos Descriptivos

La Tabla 11 muestra los estadísticos descriptivos de los 16 ítems. Doce de los 16 ítems mostraron una curtosis negativa. Además, 6 de los 16 ítems presentaron una asimetría negativa. El test de normalidad (*Kolmogorov-Smirnov*) indica un resultado significativo ($p < .01$) por lo que se rechaza la hipótesis nula de que los ítems se ajustan a una distribución normal.

Tabla 11

Análisis exploratorio y descriptivo de los 16 ítems del GRCS-Reducido

GRCS- Reducido	Forma		Centralidad		Variabilidad		
	Asimetría	Curtosis	Media	Mediana	Min-Max	Dt	Rango IQR
GRCS1	0.272	-0.871	3.576	3	1-7	1.456	3
GRCS2	-0.428	-0.680	4.034	4	1-6	1.313	2
GRCS3	1.388	0.575	1.988	1	1-7	1.589	2
GRCS4	0.303	-0.714	3.456	3	1-7	1.364	2
GRCS5	0.356	-0.454	3.222	3	1-7	1.309	2
GRCS6	-0.055	-1.248	3.167	4	1-7	1.690	3.75
GRCS7	1.094	-0.388	2.121	1	1-7	1.696	3
GRCS8	-0.063	-1.313	3.162	4	1-7	1.697	3
GRCS9	-0.015	-1.177	3.120	4	1-7	1.670	3
GRCS10	1.593	1.277	1.926	1	1-7	1.573	1
GRCS11	0.142	-0.952	3.869	4	1-7	1.592	2
GRCS12	1.612	1.328	1.924	1	1-7	1.570	1
GRCS13	-0.057	-1.336	3.292	4	1-7	1.794	4
GRCS14	0.160	-1.128	2.984	3	1-7	1.672	3
GRCS15	1.559	1.170	1.929	1	1-7	1.558	1.75
GRCS16	-0.398	-0.688	4.114	4	1-7	1.352	2

Notas. $N = 2120$. Prueba *Kolmogorov-Smirnov* $ps < .001$ para todos los ítems

11.3.2. Fiabilidad y Consistencia Interna

La consistencia interna del GRCS-Reducido fue de $\alpha = .934$, IC 95% [.930 - .939]. El indicador alternativo fue $\omega = .929$, IC 95% [.924 - .934]. La fiabilidad mediante la técnica de las dos mitades también fue satisfactoria, $r_{xx} = .93$.

11.3.3. Validez Factorial

El modelo confirmatorio de cuatro factores tuvo un ajuste adecuado a los datos de la muestra, excepto por el índice χ^2/df , sensible al tamaño muestral (Tabla 12). Todos los coeficientes de regresión de los cuatro factores del modelo sobre los ítems del GRCS-Reducido fueron positivos y estadísticamente significativos. Los coeficientes oscilaron entre .705 y .845 para Expectativa de ganancia (GE), entre .839 y .899 para Sesgo interpretativo (IB), entre .903 y .976 para Predicción de control (PC), y entre .870 y .929 para Incapacidad para dejar de jugar (ISG) (Figura 13).

Tabla 12

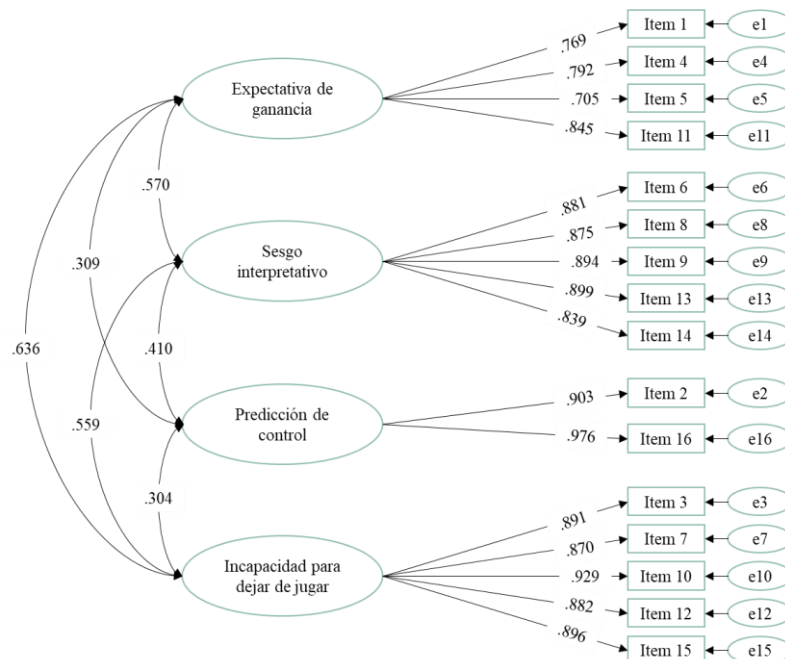
Índices de Ajuste para el Modelo CFA del GRCS-Reducido. N = 2120

Índice de ajuste	Estimador muestral		VR
	χ^2/df		
	χ^2/df	6.445	≤ 3.000
	RMSEA	.051	
	RMSEA- LI (90%)	.047	< .060 a .080
	RMSEA- LS (90%)	.054	
	SRMR	.048	$\leq .080$
	CFI	.991	$\geq .950$
	TLI	.989	$\geq .950$

Nota. VR: Valores Recomendados (Chau, 1997; Schreiber et al., 2006).

Figura 13

Modelo confirmatorio de cuatro factores del GRCS-Reducido



Nota. N = 2120. Estimadores estandarizados. Todas las correlaciones y coeficientes de regresión son estadísticamente significativos, $ps < .001$.

11.3.4. Puntuaciones de la Escala

La Tabla 13 muestra los estadísticos descriptivos y puntuaciones de las 4 escalas.

Con respecto a las **Expectativas de Ganancias (GE)** se puede observar (Tabla 13) que esta escala posee una elevada dispersión de los datos con un rango entre 4 y 26 ($M = 14.124$; $Mdn = 15$). Este factor muestra, además, una asimetría negativa (-0.187) y una curtosis negativa (-0.698), por lo que no se distribuye normalmente. Se observan además que 86 sujetos puntuaron 4, considerándose estos valores atípicos.

Con respecto a la **Incapacidad para dejar de jugar (ISG)** se puede observar (Tabla 13) que esta escala posee una elevada dispersión de los datos con un rango entre 5 y 35 ($M = 9.888$; $Mdn = 5$). Este factor muestra, además, una asimetría (1.355) y curtosis positivas (0.604), por lo que no se distribuye normalmente.

Tabla 13

Análisis exploratorio y descriptivo de las 4 escalas del GRCS-Reducido

GRCS- Red.	Forma		Centralidad		Variabilidad		Rango IQR
	Asimetría	Curtosis	Media	Mdn	Min-Máx	Dt	
GE	-0.187	-0.698	14.1236	15	4-26	4.8020	6
ISG	1.355	0.604	9.8877	5	5-35	7.3101	9
PC	-0.401	-0.741	8.1481	8	2-13	2.5854	4
IB	-0.344	-1.272	15.7245	19	5-31	7.7039	15

Nota. $N = 2120$; prueba Kolmogorov-Smirnov $ps < .001$ para todos los ítems

GE = Expectativas de ganancia; ISG = Incapacidad para dejar de jugar; PC = Predicción de control; IB = Sesgos interpretativos

En lo relativo a la **Predicción de control (PC)** se puede observar (Tabla 13) que esta escala posee una baja dispersión de los datos con un rango entre 2 y 13 ($M = 8.148$; $Mdn = 8$). Este factor muestra, además, una asimetría negativa (-0.401) y una curtosis negativa (-0.741), por lo que no se distribuye normalmente. No se observan valores atípicos.

Con respecto a los **Sesgos interpretativos (IB)** se puede observar (Tabla 13) que esta escala posee una elevada dispersión de los datos con un rango entre 5 y 31 ($M = 15.725$; $Mdn = 19$). Este factor muestra, además, una asimetría (-0.344) y curtosis negativas (-1.272), por lo que no se distribuye normalmente. Se observa, además, que 630 sujetos

puntuaron 5, considerándose estos valores atípicos. Esto puede ser debido a que el cuestionario fue pasado tanto a personas que realizaban apuestas deportivas como a personas que no.

11.4. Discusión

El objetivo de este apartado es dar respuesta a una necesidad presente en la literatura: establecer un instrumento de medida que permita evaluar las creencias irracionales en los jugadores a apuestas deportivas.

Partiendo de la amplia literatura que existe en torno a las creencias irracionales en las apuestas deportivas y a los instrumentos desarrollados para poder evaluarlas se considera que el trabajo realizado por Raylu y Oei (2004) es, a fecha de la redacción de esta tesis, el instrumento con mejor fiabilidad y validez, tanto en su versión original, como en su validación al español: el GRCS-S (Del Prete et al., 2017) y con menores limitaciones. Sin embargo, es importante considerar dos limitaciones importantes: que su versión original está formada por 23 ítems lo que hace de este cuestionario un instrumento largo y que algunos de sus criterios son específicos de otros juegos de azar lo que hacía de este instrumento no aplicable a apostadores deportivos. El trabajo realizado en este estudio, por consiguiente, ha sido el de realizar una adaptación reducida del GRCS-S (Del Prete et al., 2017) que permita su aplicación a jóvenes entre 18 y 35 años y favoreciendo, además, su potencial aplicación en jugadores a apuestas deportivas.

A continuación, se desarrollará una discusión de los principales hallazgos. Por otro lado, la metodología elegida y utilizada en este estudio no está exenta de limitaciones por lo que también se aprovechará para desarrollar posibles mejoras para futuras investigaciones.

11.4.1. Adaptación del instrumento

Teniendo en cuenta la necesidad de adaptar el instrumento a la población de apostadores deportivos, se observó la necesidad de acortar el instrumento de evaluación. Así, el procedimiento establecido para hacerlo fue siguiendo las recomendaciones de los autores de la validación al español que establecían que el modelo de 4 factores presentaba un ajuste similar y más armonía que el de 5 factores.

Esta adaptación a cuatro factores: “expectativas de ganancia (GE)”, “incapacidad para dejar de jugar (ISB)”, “predicción de control (PC)” y “sesgos interpretativos (IB)”, que aúna sesgos interpretativos e ilusión de control, permite generar mejoras en 2 aspectos diferentes: el primero, que permite disminuir los ítems de la escala (de 23 a 16), lo que la

hace más sencilla, corta y aplicable; y en segundo lugar, permite la eliminación de aquellos criterios que son demasiado específicos de determinados juegos de azar y que, por ende, descartarían el uso del GRCS-S en apostadores deportivos, por no ser aplicables a ellos. Cabe destacar que, esta limpieza de ítems permite mantener los factores que más se correlacionan con los criterios diagnósticos (ISG, IB y GE), según autores como Del Prete et al. (2017) y mantener la misma estructura que el cuestionario original.

11.4.2. Fiabilidad y consistencia interna

La consistencia interna estimada mediante α de Cronbach y su indicador alternativo ω arrojaron valores que oscilaron entre .934 y .929. La fiabilidad mediante la técnica de dos mitades arrojó un valor de .93 para r_{xx} .

Estos valores cuanto mayor sean (más cercanos a 1) más establecen que los ítems miden con más precisión el constructo (en el caso de la consistencia interna) y más confirman que la varianza de las puntuaciones verdaderas de las creencias irracionales se ven explicadas por la proporción de varianza de las puntuaciones del test (en el caso de la fiabilidad). Es decir, se observa que este instrumento posee un excelente ajuste y una buena precisión de medida. Cabe destacar también que, si bien, se encuentra por encima del .9, el valor no es muy superior por lo que se descarta que las preguntas establecidas en el GRCS-Reducido sean demasiado similares al constructo de creencias irracionales o entre sí.

11.4.3. Validez

Teniendo en cuenta que se trata de una adaptación reducida de un instrumento ya validado en su versión original y al español se utilizó el CFA. En el análisis factorial confirmatorio, tanto los índices de ajuste RMSEA y RMSR sugirieron un modelo de 4 factores. Estos factores se componen de los mismos ítems que la versión española y la versión original, salvo en el caso de IB que estaría formado por la suma de IB e IC. En el caso de todos los factores se mantiene la misma nomenclatura y el mismo significado. Además, al ser una versión reducida, dentro de los factores se observan ciertas modificaciones a nivel de número de ítems. En el caso de GE e ISB se mantiene igual, sin embargo, en el caso de PC el número cambia pasando el factor de 6 ítems a 2; y, en el caso de IB cambia de 8 (4 de IB y 4 de IC) a 5 ítems. Se observa, además, una estructura factorial clara, dado que la saturación de los ítems dentro de su factor fue buena oscilando entre .705 y .976 pero no tanto para pesar en el resto de factores (entre .304 y .636).

Sí que se observó que, dentro del modelo confirmatorio, el índice χ^2/df mostró valores por encima de los recomendados (6.445, siendo recomendado ≤ 3.000). Esto puede ser debido a que este índice, al medir la bondad de ajuste entre la distribución teórica y la observada, es muy sensible al tamaño muestral.

Los datos obtenidos en la validación del GRCS-Reducido fueron muy similares a los obtenidos por la validación al español del GRCS-S (Del Prete et al., 2017), salvo en el caso de las correlaciones entre los factores que fue inferior en el GRCS-Reducido.

11.5. Limitaciones y futuros estudios

En primer lugar, es importante también destacar las limitaciones en cuanto a la validez predictiva asociadas a los cuestionarios de autoinforme y la veracidad de las respuestas ofrecida por los sujetos.

Además, la muestra está compuesta por jóvenes entre 18 y 25 años de la Comunidad de Madrid siendo estos jugadores y no jugadores de apuestas deportivas. Esto podría comprometer la generalización de los resultados a otras poblaciones y permitiría explicar la elevada variabilidad dentro de los factores que determinan creencias específicas de los jugadores (p. e.: incapacidad para dejar de jugar).

Finalmente, se trata de un estudio transversal, lo que no permite evaluar la sensibilidad del instrumento a lo largo del tiempo tal y como aconsejan algunos autores (Walker et al., 2006).

La validación y fiabilidad de un instrumento de medida psicológico es un proceso continuo que implica aproximaciones sucesivas y múltiples evidencias, en parte porque depende de la muestra elegida. Es decir, aunque esta tesis muestra evidencias de una validez factorial, de contenido y de constructo adecuadas, aún se podrían llevar a cabo otros estudios que permitirían ahondar más en las propiedades y validez de este cuestionario. En futuros estudios sería interesante comparar el GRCS-Reducido con otros cuestionarios de rasgos relacionados con las apuestas deportivas, usar un muestreo aleatorizado y sistemático para poder replicar los hallazgos en muestras representativas o realizar un estudio longitudinal.

Capítulo 12: Propiedades Psicométricas del Cuestionario Breve de Actitudes a Apuestas Deportivas (CBAAD)

12.1. Introducción

12.1.1. *De la Evaluación de las Actitudes al Juego en Juegos de Azar a la Evaluación en Apuestas Deportivas*

Desde finales del siglo XX se ha venido observando que las actitudes hacia los juegos de azar parecen factores que influyen en la intención de jugar. Basándose en estos hallazgos, la investigación ha generado un mayor interés en las últimas décadas (Plotka et al., 2016). En un principio, el interés se encontraba relacionado con la ética y la filosofía de vida (Brown, 1950) o con intereses económicos (Quandt, 1958) relacionados con los juegos de azar. No es hasta 1954 cuando McGlothlin establece el primer estudio psicométrico en donde, al evaluar el juego de azar, tiene en cuenta las actitudes como un factor relevante para el inicio del juego. Más tarde, Dielman (1979) y Brown (1988) comenzarían a explorar la relación entre las actitudes hacia los juegos de azar y el juego problemático. Kallick-Kaufmann (1976) y Dielman (1979) fueron de los primeros investigadores en establecer diferencias entre las actitudes hacia las apuestas deportivas y hacia otros juegos de azar.

12.1.2. *Instrumentos Utilizados en las Apuestas Deportivas*

A pesar de que se han producido varias aportaciones de instrumentos y métodos de evaluación de las actitudes hacia el juego, no se puede señalar en la actualidad un instrumento de referencia. Esto ha supuesto ciertas limitaciones a la hora de comparar los resultados debido a las diferencias tanto en los constructos que pretenden medir, como en la población a la que se dirigen los instrumentos. Por eso parece de especial relevancia disponer de un instrumento de referencia en la medida de las actitudes hacia el juego, pues aportaría información más precisa y fiable para entender el papel de las actitudes en su desarrollo de la conducta de juego y juego problemático. Además, también permitiría mejorar las estrategias de prevención e intervención en las apuestas deportivas.

Como en el caso del GRCS-Reducido, la descripción exhaustiva de todos los métodos de evaluación excede las capacidades de esta investigación, por lo que se va a centrar la atención en aquellos inventarios, cuestionarios y escalas que han sido más utilizados en los últimos años para evaluar las actitudes hacia las apuestas deportivas. En la Tabla 14, se recogen los estudios al respecto encontrados. Se incluye el nombre del instrumento, sus autores, el número de veces citado por otros autores (N. Ref.), los autores que han usado estos cuestionarios dentro del marco de las apuestas deportivas (y que se

citan en esta investigación), la característica de la muestra utilizada y número de sujetos (Muestra) y el Alfa de Cronbach en dichas investigaciones.

Tabla 14.

Instrumentos de medida de actitudes hacia las apuestas deportivas desde 2012.

Instrumento	Autores	N.Ref	Autores citados en tesis	Muestra	Alfa
Gambling Attitude Scale (GAS)	Moore y Ohtsuka (1997)	261	Hing et al. (2014)	N=131 adolescentes australianos	$\alpha = .89$
			O'Loughlin y Blaszczynski, (2017)	N = 120 estudiantes de 1º de psicología	$\alpha = .79$
Gambling Passion Scale (GPS)	Rousseau et al. (2002)	2168	Lee et al. (2014a)	Muestra: Internacional N = 587 jugadores de azar	No refiere
			Abu et al. (2022)	N = 424 jóvenes etíopes (25-31 años)	$\alpha = .88$
			Ayandale et al. (2020)	N = 749 estudiantes nigerianos (16-30 años)	$\alpha = .88$
Attitudes Towards Gambling Scale (ATGS)	Wardle et al. (2007) ATGS-14: Orford et al. (2009) ATGS-8: Canale et al. (2016)	268	D'astous y Di gaspero (2013)	Muestra: canadiense N = 161 apostadores deportivos <i>online</i>	No refiere
			Hanss et al. (2014)	N = 2055 noruegos de 17 años	$\alpha = .83$
			Li et al. (2018)	N = 848 adolescentes australianos (14-17 años)	$\alpha = .94$
			Pallesen et al. (2016)	N = 1239 adolescentes noruegos	$\alpha = .83-85$
Gambling Attitudes Scale	Gainsbury et al. (2012)	1	Wang et al. (2021)	N = 334 estadounidenses	No refiere
			Gainsbury et al. (2015)	N =15006 australianos adultos que han jugado en los últimos 12 meses	No refiere
Attitudes (TPB) (ad hoc)	Leng et al. (2022)	1	Leng et al. (2022)	N= 173 estudiantes hombres (N=56 apostadores deportivos)	$\alpha = .86$

Attitudes to gambling (ad hoc)	Seal et al. (2022)	1	Seal et al. (2022)	N= 15000 Australian fans of sports	No refiere
--------------------------------	--------------------	---	--------------------	------------------------------------	------------

Entre los instrumentos incluidos se destacan 3 cuestionarios: el GPS, el ATGS-8 y el GAS. Los dos últimos se dirigían originalmente a evaluar las actitudes hacia los juegos de azar de manera generalizada.

El **Gambling Attitude Scale (GAS)** desarrollado por Moore y Ohtsuka (1997) es un instrumento autoaplicado medido por 12 ítems. La escala es tipo likert con 5 opciones de respuesta: “Muy desacuerdo (1)”, “Desacuerdo (2)”, “No estoy seguro (3)”, “De acuerdo (4)”, “Totalmente de acuerdo (5)”. Los ítems producen un resultado que oscila entre 12 y 60 puntos. Las puntuaciones más altas representan actitudes más positivas hacia el juego. El coeficiente Alfa de Cronbach fue de $\alpha = .79$

Esta escala posee ciertas limitaciones: En primer lugar, la muestra que utiliza para la validación es de sujetos entre 14 y 25 años, todos ellos estudiantes, lo que dificulta la generalización de los resultados. En segundo lugar, no establece diferenciación entre jugadores y sin problemas. En tercer lugar, la información relativa a la validación de este instrumento se presentó en una ponencia de un congreso, lo que dificulta la información sobre los estadísticos obtenidos y su adecuación para la validación de este instrumento.

El **Gambling Passion Scale (GPS)** desarrollado por Rousseau et al. (2002) es un instrumento autoaplicado adaptado para el juego de azar de la Escala de Pasión de Vallerand et al. (2001). Consta de 10 ítems agrupados en dos factores, pasión obsesiva (5 ítems) y pasión armoniosa (5 ítems), que se evalúan mediante una escala tipo likert con 7 opciones de respuesta que van desde “Nada de acuerdo (1)” a “Muy de acuerdo (7)”. La escala posee además 6 medidas de comportamiento relacionadas con el juego: cantidad de dinero apostada, percepción de sí mismos como jugadores, cantidad de tiempo que llevaban apostando a su juego de azar favorito, cantidad de juegos de azar a los que apuestan, frecuencia de juego y percepción del juego como una parte de sí mismos. El coeficiente de Alfa de Cronbach fue de $\alpha = .90$ para pasión obsesiva y $\alpha = .76$ para pasión armoniosa. La fiabilidad test-retest es $r = .84$ para pasión obsesiva y $r = .89$ para pasión armoniosa ($ps < .001$).

Si bien se trata de uno de los cuestionarios más utilizados en la literatura posee ciertas limitaciones: la primera es que se encuadra en un modelo teórico (TPB) lo que dificulta la generalización de los conceptos a otros modelos, al utilizar una denominación

diferente. La segunda es que la validación está realizada con una muestra muy específica: estudiantes y jugadores de casino, lo que supone limitaciones para su generalización. La tercera es que no establece diferencias claras entre pasión como actitud o como impulsividad.

Attitudes Towards Gambling Scale (ATGS). Esta escala fue desarrollada inicialmente por Wardle et al. (2007) para la Encuesta Británica de Prevalencia del Juego. Más adelante se creó una versión de 14 ítems (Orford et al., 2009) y otra versión de 8 ítems (Canale et al., 2016), evaluados mediante una escala tipo likert con 5 opciones de respuesta que van desde “Muy en Desacuerdo (5)” a “Muy de Acuerdo (1)”. Las puntuaciones altas indican una actitud más favorable hacia el juego. Una puntuación superior a 42 en el ATGS-14 o de 24 en el ATGS-8 indica a actitud positiva hacia el juego (Wardle et al., 2011). El coeficiente de Alfa de Cronbach para la escala global del ATGS-14 es $\alpha = .88$ (el rango de correlaciones oscila entre $\alpha = .43 - .64$). En el caso de la escala global del ATGS-8 es de $\alpha = .78$ (el rango de correlaciones oscila entre $\alpha = .77- .79$).

Este inventario posee ciertas limitaciones: la primera, aunque esta escala se ha utilizado de manera extendida en la investigación de actitudes a los juegos de azar, los hallazgos han sido inconsistentes como demuestra la revisión sistemática realizada por Kristensen et al. (2022). La segunda es que mide gravedad de problemas de juego usando como indicador la suma de los juegos de azar, lo cual no se considera un estimador fiable. El tercero, en el caso del ATGS-8 los efectos encontrados fueron modestos.

12.1.3. Objetivo.

El objetivo de este estudio es establecer un instrumento de medida para evaluar las actitudes hacia las apuestas deportivas. Para ello se tratará de buscar evidencias de validez que confirmen la estructura de la versión a las apuestas deportivas de del Cuestionario de Actitudes a los videojuegos del *Gamertest* (Labrador et al., 2019), denominada Cuestionario Breve de Actitudes a Apuestas Deportivas (CBAAD), en una muestra de jóvenes españoles. Se espera encontrar índices buenos de fiabilidad y consistencia interna (entre $\alpha = .7- .9$) (Campo-Arias y Oviedo, 2008).

12.2. Método

12.2.1. Diseño

Estudio instrumental de un grupo de conveniencia con medidas en una sola condición.

12.2.2. *Participantes*

Se utilizó la misma muestra que en el caso de la validación del GRCS-Reducido (apartado 10.2.2.). Es decir, una muestra de 2120 jóvenes de la Comunidad Autónoma de Madrid con edades comprendidas entre los 18 y los 25 años. La muestra se obtuvo tras la firma del consentimiento informado y se realizó entre septiembre del 2021 y septiembre del 2022.

Criterios de Inclusión:

- Tener una edad comprendida entre los 18 y 25 años.
- Tener nacionalidad española o haber residido en España más de la mitad de su vida.
- Poseer un desarrollo cognitivo suficiente para entender las preguntas y ser capaz de dar una respuesta de manera autónoma.
- Ausencia de consumo de sustancias psicoactivas desde 24 h antes de realizar el cuestionario.
- Ausencia de tratamiento psicológico relacionado con la adicción a las apuestas deportivas.
- Firma previa del consentimiento informado.
- Finalización del cuestionario habiendo respondido a todos los ítems obligatorios.

12.2.3. *Instrumento*

La evaluación se llevó a cabo mediante la adaptación, al ámbito de las apuestas deportivas, del Cuestionario Breve de Actitudes a los Videojuegos del *Gamertest* (Labrador et al., 2019) al Cuestionario Breve de Actitudes a las Apuestas Deportivas (CBAAD). El CBAAD está compuesto por 5 ítems en una escala tipo Likert de 4 opciones: “Nada de acuerdo (0)”; “Poco de acuerdo (1)”; “Bastante de acuerdo (2)”; “Muy de acuerdo (3)”. Las puntuaciones de los ítems 2, 3 y 5 son inversas. El cuestionario se puede consultar en el Apéndice 3:

1. Realizar apuestas deportivas es una forma de divertirse y pasar el tiempo.
2. Realizar apuestas deportivas es una pérdida de tiempo.
3. Las apuestas deportivas son un problema.
4. Realizar apuestas deportivas favorece el socializar.
5. Las apuestas deportivas son una droga y a la larga uno se engancha a ellas.

12.2.4. *Procedimiento*

El cuestionario completo desarrollado para esta tesis ha tenido tres versiones debido a la necesidad de modificar o adaptar el instrumento a cuestiones como: instrumentos que se ajusten mejor, cambios legislativos, solicitud de modificaciones por parte de revisores externos. etc. Uno de los cambios establecidos en el cuestionario completo consistió en el cambio del instrumento de evaluación de las actitudes hacia las apuestas deportivas. La primera elección para medir este constructo fueron dos preguntas de screening (“Considero que las apuestas deportivas son una forma de ocio” “Considero que las apuestas deportivas pueden ser adictivas”). Tras la ampliación de la literatura y las correcciones realizadas por los revisores externos se consideró más adecuado establecer un instrumento que permitiera evaluar correctamente este constructo. Como consecuencia, en la penúltima y última versión del cuestionario se decidió usar y validar una versión adaptada a las apuestas deportivas del Cuestionario Breve de Actitudes a los Videojuegos del *Gamertest* (Labrador et al., 2019).

El Cuestionario Breve de Actitudes a los Videojuegos del *Gamertest* (Labrador et al., 2019) consistía en los siguientes ítems:

1. Jugar a videojuegos es una forma de divertirse y pasar el tiempo
2. Los videojuegos son una pérdida de tiempo
3. El juego a videojuegos es un problema
4. Los videojuegos ayudan a desarrollar habilidades
5. Los videojuegos favorecen el socializar
6. El juego a videojuegos es como una droga y a la larga uno se engancha a él

El procedimiento utilizado por el panel de expertos fue el de modificar “jugar a videojuegos” por “realizar apuestas deportivas” y ajustar algunos verbos y frases para que tuvieran sentido literario. Aunque en la penúltima versión el CBAAD constaba de 6 ítems, el ítem 4 fue eliminado de cara a la última versión por tener una redacción ambigua, quedando el instrumento con 5 ítems.

12.2.5. *Análisis de datos*

El análisis de datos se realizó con el *Statistics Package for Social Sciences* (SPSS-26) y mediante R y varios paquetes asociados.

Fiabilidad y Consistencia Interna

Validez Factorial: Para buscar evidencias de validez de la estructura de este cuestionario desarrollado para esta investigación, se llevó a cabo un análisis factorial exploratorio (AFE), con un método de extracción de mínimos cuadrados ponderados (minres). Como índices de ajuste se utilizaron RMSEA (*root mean square error of approximation*) y su intervalo de confianza al 90%, y RMSR (*root mean square residual*)

12.3. Resultados

12.3.1. Estadísticos Descriptivos

La Tabla 15 muestra los estadísticos descriptivos de los 5 ítems. Todos los ítems mostraron una curtosis y una asimetría negativas. El test de normalidad (*Kolmogorov-Smirnov*) indica un resultado significativo ($p < .01$) por lo que se rechaza la hipótesis nula de que los ítems se ajustan a una distribución normal.

Tabla 15.

Análisis exploratorio y descriptivo de los ítems del Cuestionario de Actitudes hacia las Apuestas deportivas (CBAAD)

CBAAD	Forma		Centralidad		Variabilidad		
	Asimetría	Curtosis	Media	Mdn	Min-Máx	Dt	Rango IQR
<i>Actitud 1</i>	-2.79	-0.570	1.94	2	0-3	0.701	0
<i>Actitud 2</i>	-0.212	-0.041	1.88	2	0-3	0.682	1
<i>Actitud 3</i>	-0.524	-0.125	1.94	2	0-3	0.818	1
<i>Actitud 4</i>	-0.547	-0.386	2.19	2	0-3	0.755	1
<i>Actitud 5</i>	-0.604	-0.181	2.02	2	0-3	0.840	1

Nota. $N = 2120$; prueba *Kolmogorov-Smirnov* $ps < .001$ para todos los ítems

12.3.2. Fiabilidad y Consistencia Interna

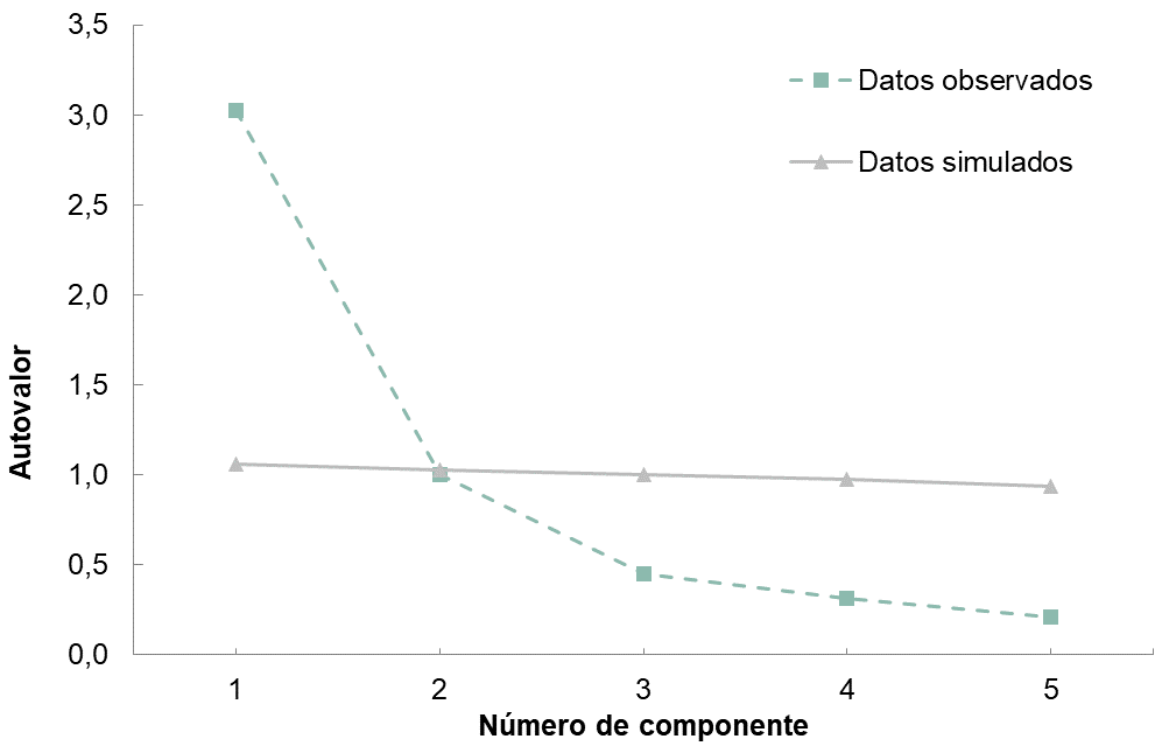
La consistencia interna del cuestionario de actitudes fue de $\alpha = .835$, IC 95% [.819 - .849]. El indicador alternativo fue $\omega = .802$, IC 95% [.779 - .852]. La fiabilidad mediante la técnica de las dos mitades fue $r_{xx} = .81$.

12.3.3. Análisis Paralelo

El análisis paralelo sugirió un único factor, aunque el autovalor del segundo factor observado, 1.00, fue muy similar al del segundo valor de los datos aleatorios, 1.03 (ver gráfico de sedimentación, Figura 14). Por esta razón se compararon los ajustes de modelos de uno y dos factores en el AFE.

Figura 14

Gráfico de Sedimentación del Cuestionario de Actitudes. Autovalores Resultantes del Análisis Paralelo con Datos Empíricos y Datos Simulados (Percentil 95 de 100 Muestras Aleatorias)



12.3.4. Validez Factorial

Las pruebas de adecuación y la chi-cuadrado de esfericidad de Bartlett sugirieron que los datos podían someterse a AFE, $KMO = .74$; $\chi^2 = 5108.54$, $gl = 10$, $p < .001$.

El modelo de un único factor explicó un 51% de la varianza, con saturaciones ítem-factor que oscilaron entre .67 y .73. Sin embargo, tuvo un mal ajuste a los datos, $RMSR = .14$, $RMSEA = .371$, $IC\ 90\% [.356 - .388]$.

En cambio, el modelo de dos factores mostró un mejor ajuste, RMSR = .00, RMSEA = .018, IC 90% [.000 - .064]. Atendiendo a las saturaciones ítem-factor y a la redacción de cada ítem (Tabla 16), se nombraron los factores como *Pérdida de tiempo / diversión* y *Peligrosidad*. Estos dos factores explicaron, respectivamente, un 34% y un 36% de la varianza, con un total de un 70% total de varianza explicada.

Tabla 16

AFE del Cuestionario de Breve de Actitudes a las Apuestas Deportivas (CBAAD). Matriz de Componentes Rotados. Coeficientes de Estructura

Ítem	Pérdida de tiempo / diversión	Peligrosidad
1. Apostar es una forma de divertirse y pasar el tiempo	.916	.504
2. Apostar es una pérdida de tiempo	.862	.486
3. Las apuestas deportivas son un problema	.491	.762
4. Realizar apuestas es un acto social como ir al cine o tomar algo	.532	.713
5. Las apuestas deportivas son peligrosas y a la larga uno se engancha a ellas	.427	.879

12.3.5. Puntuaciones de la Escala

La Tabla 17 muestra los estadísticos descriptivos y puntuaciones de los 2 factores.

Con respecto al factor **Pérdida de tiempo/diversión** se puede observar (Tabla 17) que esta escala posee una baja dispersión de los datos con un rango entre 0 y 6, siendo la puntuación más común 4 ($M = 3.8208$). Este factor muestra, además, una asimetría negativa (-0.243) y una curtosis positiva (0.315), por lo que no se distribuye normalmente.

Tabla 17*Análisis exploratorio y descriptivo de los 2 factores del CBAAD*

<i>CBAAD</i>	Forma		Centralidad		Variabilidad		
	Asimetría	Curtosis	Media	Mdn	Min-Máx	<i>Dt</i>	Rango IQR
<i>PT/D</i>	-0.243	0.315	3.8208	4	0-6	1.3088	1
<i>P</i>	-0.758	0.205	6.1476	6	0-9	2.0763	2
Global	-0.897	1.020	9.9684	10	0-15	2.956	3

Nota. $N = 2120$; prueba *Kolmogorov-Smirnov* $ps < .001$ para todos los ítems

PT/D= pérdida de tiempo / diversión; *P* = peligrosidad

Con respecto al factor **Peligrosidad** se puede observar (Tabla 17) que esta escala posee una moderada dispersión de los datos con un rango entre 0 y 9, siendo la puntuación más común 6 ($M = 6.148$). Este factor muestra, además, una asimetría negativa (-0.758) y curtosis positivas (0.205), por lo que no se distribuye normalmente.

De manera global, se puede observar que la **Escala de Actitudes** posee una elevada dispersión de los datos con un rango entre 0 y 15, siendo la puntuación común 10 ($M = 9.968$). La escala, como ya ocurría en los factores, muestra una asimetría negativa (-0.897) y curtosis positivas (1.020), por lo que no se distribuye normalmente.

12.4. Discusión

El objetivo de este apartado es validar un instrumento de cribado que permita establecer una evaluación primaria de las actitudes hacia las apuestas deportivas que se acerque a las verbalizaciones que muestran los jóvenes según la literatura.

Para ello se realizó una amplia búsqueda de la bibliografía con la intención de observar los instrumentos de evaluación más utilizados y generalizados en las apuestas deportivas y observar si tanto los instrumentos como los ítems se ajustaban a las necesidades de este estudio y no consistieran únicamente en verbalizaciones asociadas a otros juegos de azar y no tan aplicables a las apuestas deportivas. Partiendo de la literatura encontrada sobre la actitud hacia las apuestas deportivas se llegó a dos conceptos clave: las actitudes positivas hacia el juego orientadas a un concepto de apuestas deportivas como diversión y las actitudes negativas que orientan al sujeto hacia una percepción de las apuestas deportivas como peligrosas. Partiendo de esa base teórica, dos de los tres instrumentos más utilizados se ajustaban a estos dos conceptos: GAS (Moore y Ohtsuka,

1997) y ATGS-8 (Canale et al., 2016), dejando fuera de la valoración el GPS (Rousseau et al., 2002). Sin embargo, ambos instrumentos presentaban limitaciones no desdeñables. En primer lugar, con respecto al GAS (Moore y Ohtsuka, 1997) no se había podido encontrar los estadísticos ni la validación del instrumento al ser presentado en un congreso y no hallar más información al respecto. Esto dificultaba el poder validar el instrumento al español o saber si se ajustaba a las necesidades de este estudio. En segundo lugar, el ATGS-8 (Canale et al., 2016) se ajustaba mejor a un instrumento de screening (al ser de 8 ítems y no de 12). Sin embargo, en la versión de 8 ítems presentaba efectos demasiado modestos y poco consistentes según la literatura. Además, utilizaba como estimador la suma de JA lo que no se considera fiable y menos en una investigación donde sólo se evalúa un JA. Es por ello que se decidió realizar una adaptación del Cuestionario de Actitudes del Gamertest (Labrador et al., 2019) ya que, a pesar de no ser un cuestionario de JA y ser de VJ, sí que recogía los conceptos de actitud positiva y negativa y se basaba en verbalizaciones de adolescentes y jóvenes sobre los juegos *online*.

A continuación, se desarrollará una discusión sobre el instrumento utilizado, el porqué de los resultados y cómo se explican. Además, se explicarán las limitaciones metodológicas de las que no está exento este trabajo, así como posibles futuras mejoras.

12.4.1. Adaptación del instrumento

La adaptación del Cuestionario de Actitudes del Gamertest (Labrador, 2019) al contexto de las apuestas deportivas fue un paso necesario para contar con un instrumento que se adaptase a las necesidades de esta investigación. Los 5 ítems finales del cuestionario abarcan varias dimensiones, desde la percepción de las apuestas como una forma de entretenimiento ("Pérdida de tiempo/diversión) hasta la consideración de las apuestas como un problema potencial y una posible adicción (Peligrosidad). Esta diversidad de ítems permite explorar las dos facetas de las actitudes hacia las apuestas deportivas que parecen más significativas, según la literatura, para el inicio del juego.

Así, el CBAAD genera mejoras en 2 aspectos: el primero, permite evaluar las actitudes desde dos perspectivas diferentes: desde el punto de vista social y desde el punto de vista de la interferencia. La perspectiva social entiende las apuestas deportivas en un continuo que va de la pérdida de tiempo a la inversión de tiempo en algo divertido; y la perspectiva de interferencia entiende las apuestas deportivas en un continuo que va desde una conducta inocua a una peligrosa para la salud. En segundo lugar, permite disminuir los ítems de la escala de 8 que tiene el ATGS-8 (Canale et al., 2016) a 5, lo que facilita la aplicación.

12.4.2. Fiabilidad y consistencia interna

Con respecto a los resultados del análisis exploratorio y descriptivo se observa la presencia de asimetría y curtosis en casi todos los ítems, lo que indica una distribución de los datos no normal. Estos resultados son comunes en instrumentos que miden comportamientos complejos como las actitudes hacia las apuestas deportivas, donde las opiniones de los sujetos pueden ser muy divergentes.

A pesar de que la distribución no sea normal, la consistencia interna del CBAAD es sólida. El α de Cronbach es de .835 y su indicador alternativo ω muestra valores que oscilan entre .779 y .852. La fiabilidad mediante la técnica de dos mitades arroja un valor de .81 para r_{xx} . Es decir, los ítems evalúan coherentemente las actitudes hacia las AD.

Si bien es cierto que, por lo general, es deseable que los valores sean cuanto más altos mejor, estos resultados siguen la línea de otros estudios con cuestionarios de actitudes como el GAS que oscilan entre .79 y .89 (Hing et al., 2014; O'Loughlin y Blaszczynski, 2017; Moore y Ohtsuka, 1997) o el ATGS que abarca un intervalo entre .77 y .94 (Abu et al., 2022; Ayandale et al., 2020; Canale et al., 2016; Hanss et al., 2014; Li et al., 2018; Pallesen et al., 2016). Es importante recalcar, además, que este instrumento tiene 5 ítems y que los cuestionarios breves suelen sufrir penalizaciones en los valores α y r_{xx} , este último sobre todo cuando los constructos presentan un número de ítems diferentes, como es el caso.

12.4.3. Validez

Teniendo en cuenta que se partía de un instrumento previo, el Cuestionario de Actitudes del Gamertest (Labrador, 2019), se podría haber realizado un CFA de cara a la validación del CBAAD. Sin embargo, dado que la adaptación suponía la modificación de los ítems y que se trata de una adaptación de un instrumento de videojuegos a uno de apuestas deportivas, se decidió optar por realizar un análisis factorial exploratorio (EFA).

El análisis paralelo, el gráfico de sedimentación y el χ^2 sugirieron que la estructura era de un modelo de un único factor. Sin embargo, como el segundo factor observado presentó valores muy similares al segundo factor de los datos aleatorios se decidió comparar los ajustes de ambos modelos para determinar cuál era el más indicado. Para ello se observaron los índices de ajuste RMSEA y RMSR. Mientras que el modelo de un factor explicaba más de la mitad de la varianza (un 51%), el modelo de dos factores explicaba un 70% de la varianza total (34% pérdida de tiempo/diversión y 36% peligrosidad). Además, los índices de ajuste para el modelo de un factor presentaron valores deficientes (RMSR = .14,

RMSEA = .371, IC 90% [.356 - .388]). Esto no se observó en el modelo de dos factores que presentó un buen ajuste (RMSR = .00, RMSEA = .018, IC 90% [.000 - .064]). Dados estos resultados, se optó por un modelo de dos factores a los que se denominó: “pérdida de tiempo/diversión” y “peligrosidad”. Este resultado es llamativo pues permite una diferenciación no establecida hasta ahora en otros instrumentos de evaluación de actitudes a las apuestas deportivas, como el ATGS-8 (Canale et al., 2016) o el GAS (Moore y Ohtsuka, 1997), que establecen una estructura de un único factor. Así, con este instrumento se puede evaluar no sólo la percepción social sino también la percepción de interferencia.

Con respecto a los dos factores se observó, también, que la saturación de los ítems fue elevada y, por lo tanto, suficientes para pesar dentro de su factor. Además, se constató una tendencia a una actitud social positiva a las apuestas deportivas, entendiéndolas en mayor medida como una diversión, pero una tendencia ligeramente mayor a no considerarlas peligrosas. Estos resultados son consistentes con estudios realizados por otros autores como Abu et al. (2022), Etuk et al. (2022) o Leng et al (2022), entre otros.

12.5. Limitaciones y futuros estudios

Más allá de las limitaciones establecidas en la validación del GRCS-Reducido (véase apartado 10.5) y que también son aplicables a este estudio, relativas a la validez predictiva de los cuestionarios de autoinforme, al uso de una muestra no aleatorizada de jóvenes entre 18 y 25 años y a que se trata de un estudio transversal y no longitudinal se han encontrado otras limitaciones derivadas de la metodología utilizada.

En primer lugar, la validación y fiabilidad de este instrumento depende, en parte, de la muestra elegida, por lo que se necesita de nuevos estudios con muestras diferentes para generar múltiples evidencias. Además, la validación se ha realizado a través de un análisis factorial exploratorio únicamente. Sería interesante realizar un análisis factorial confirmatorio en estudios posteriores para confirmar la validez de este cuestionario en jóvenes que realizan apuestas deportivas. Finalmente, en futuros estudios sería interesante comparar el CBAAD con otros instrumentos de evaluación asociados o con instrumentos de evaluación de problemática del juego.

Capítulo 13: Propiedades Psicométricas del S-UPPS-P Screening

13.1. Introducción

13.1.1. De la Evaluación de la Impulsividad en los Juegos de Azar a la Evaluación en Apuestas Deportivas

La evaluación de la impulsividad en relación con las adicciones ha sido un proceso gradual y continuo. A pesar de que la impulsividad como constructo se comenzó a estudiar a principios del siglo XX, no fue hasta mediados de siglo cuando esta comenzó a ser utilizada en relación con las adicciones sin sustancia (Bergler, 1957; Hill et al., 1958). Esta asociación entre impulsividad y adicciones comportamentales quedó establecida en 1980 cuando los juegos de azar fueron considerados un problema psicológico asociado a un mal manejo del control de impulsos e introducidos por la APA en el DSM-III (1980) dentro de la categoría diagnóstica “trastornos del control de impulsos no clasificados en otros apartados”.

Con respecto a su evaluación, algunos de los primeros psicólogos en desarrollar instrumentos de evaluación al respecto fueron Robert Cloninger y Eysenck en la década de 1960. Aunque en un principio estos cuestionarios no fueron desarrollados para ser aplicados en adicciones, la clasificación de los juegos de azar como problema asociado a la impulsividad supuso el uso y adaptación de estos instrumentos a los criterios de las adicciones sin sustancia (Eysenck y Eysenck, 1968).

A medida que los juegos de azar se han hecho más comunes y accesibles para la población se han adaptado diversos instrumentos de evaluación de la impulsividad para que sean aplicables a los juegos de azar y a las apuestas deportivas. Sin embargo, no se conoce ningún instrumento de evaluación de la impulsividad que haya sido desarrollado de manera específica para las apuestas deportivas.

13.1.2. Instrumentos Utilizados en las Apuestas Deportivas

En la actualidad no se conoce un instrumento de referencia claro de evaluación de la impulsividad en apuestas deportivas. Esto ha supuesto ciertas limitaciones debido a que los instrumentos que se utilizan evalúan impulsividad de manera generalizada y no de manera específica en las apuestas deportivas. Disponer de un instrumento adecuado permitiría mejorar las estrategias de prevención en este tipo de problemática y establecer protocolos de intervención adecuados y ajustados a los criterios y necesidades de este tipo de jugadores y su sintomatología.

La descripción exhaustiva de todos los métodos de evaluación excede las capacidades de esta investigación, por lo que se va a centrar la atención en aquellos inventarios, cuestionarios y escalas que han sido más utilizados en los últimos años para evaluar la impulsividad dentro de las apuestas deportivas. Esta información se va a organizar en la Tabla 18, en donde se describen todos los estudios encontrados, desde 2012, que han tratado de estudiar la impulsividad en el marco de las apuestas deportivas.

Tabla 18.

Instrumentos de medida de la impulsividad en las apuestas deportivas desde 2012.

Instrumento	Autores	N.Ref	Autores citados en tesis	Muestra	Alfa
The Arnett Inventory of Sensation Seeking (AISS)	Arnett et al. (1994)	1372	Pallesen et al. (2016)	N=1239 adolescentes noruegos	$\alpha = .63$
			Hing et al. (2017a)	N= 1816 apostadores deportivos australianos	$\alpha = .78$
			Hing et al. (2018)	N= 1813 apostadores deportivos australianos	$\alpha = .87$
Barratt Impulsiveness Scale (BIS-11)	Patton et al. (1995)	9392	Lorains et al. (2014b)	Muestra: australianos N= 41 grupo control N=39 jugadores problema	$\alpha = .79 - .83$
			Russell et al. (2018)	N=1813 jugadores de azar	$\alpha = .74$
			Lee et al. (2014a)	Muestra: Internacional N = 587 jugadores de azar	No refiere
Gambling Passion Scale (GPS)	Rousseau et al. (2002)	2168	Lee et al. (2014b)	N= 288 coreanos con cuenta en sports-toto	No refiere
			Cooper et al. (2022)	N=1280 canadienses N=596 apostadores deportivos en el último año	$\alpha = .67-.86$
The Short Impulsive Behavior Scale (UPPS-P)	UPPS: Whiteside (2001)	UPPS: 5056	López-González et al. (2020a)	N=659 apostadores deportivos españoles	$\alpha = .73-.93$
	UPPS-P: Cyders et al. (2014)	UPPS-P: 547	Lorains et al. (2014b)	N= 41 grupo control N=39 jugadores problema	$\alpha = .82-.91$
Impulsivity additive scale	Seyyed Masoomeh		Seyyed Masoomeh et	N=417 jugadores	$\alpha = .84$

(Ad hoc) et al. (2019) al. (2019)

Destacan 4 cuestionarios: el GPS, el AISS, el BIS-11 y el UPPS-P. Estos tres últimos, fueron desarrollados en sus orígenes para evaluar la impulsividad y/o búsqueda de sensaciones como criterio general y luego se establecieron como elementos de medida en las apuestas deportivas.

The Arnett Inventory of Sensation Seeking (AISS) desarrollado por Arnett et al. (1994) es un instrumento autoaplicado que consta de 20 ítems. La escala es tipo likert con 4 opciones de respuesta: “Me describe muy bien (1)”, “Me describe un poco (2)”, “No me describe muy bien (3)”, “No me describe en absoluto (4)”. Consta a su vez de dos escalas con 10 ítems cada una: “intensidad” que evalúa la estimulación de los sentidos (p.e.: “me gusta escuchar música a mucho volumen”) y “novedad”, entendida como apertura a la experimentación (p.e.: “me gustaría viajar a lugares extraños y lejanos”). Las puntuaciones más bajas representan una mayor intensidad o novedad y, por lo tanto, una mayor búsqueda de sensaciones. La fiabilidad interna es de .70 para la escala total y de .64 y .50 para “Intensidad” y “Novedad”, respectivamente.

Entre sus limitaciones: En primer lugar, los ítems se refieren únicamente a elementos relacionados con la estimulación de un sentido (vista, oído...) o a experiencias que implican intensidad o novedad, pero no engloba otros criterios comúnmente utilizados para evaluar la impulsividad como los relacionados con las conductas sociales o de ruptura de la norma social. Además, utiliza un formato de “elección forzada” que no permite que las personas que no sientan ninguno de los ítems puedan señalar esa opción. En segundo lugar, varios ítems se refieren a actividades de alto impacto como el esquí lo que limitaría su aplicación a ciertas poblaciones como personas mayores o muy pequeñas o con problemas de movilidad. En tercer lugar, es un instrumento validado para población menor de edad, lo que dificulta la generalización de los resultados o utilización en población adulta. En cuarto lugar, mide sólo búsqueda de sensaciones y no impulsividad como constructo genérico. En quinto lugar, la validación de este instrumento se ha realizado únicamente a través del análisis de la fiabilidad interna y no se ha evaluado la consistencia interna (alfa de Cronbach).

Barratt Impulsiveness Scale (BIS-11) desarrollado por Patton et al. (1995) es un instrumento autoaplicado que consta de 30 ítems dividido a su vez en dos subescalas: Subescala de Segundo Orden, que engloba capacidad atencional, respuesta motora y no planificación; Subescala de Primer Orden, que engloba Atención, respuesta motora,

autocontrol, complejidad cognitiva, perseverancia e inestabilidad cognitiva. Se evalúan mediante una escala tipo likert con 4 opciones de respuesta que van desde “Nunca/ rara vez (1)” a “Casi siempre/ Siempre (4)”. Las puntuaciones más altas representan una mayor impulsividad. El coeficiente de Alfa de Cronbach fue de $\alpha = .83$ para la escala global (intervalo de factores entre $\alpha = .27 - .74$)

La principal limitación de esta escala es de que sus ítems se refieren a elementos relacionados con la impulsividad de forma genérica y no específica de los juegos de azar.

El ***Gambling Passion Scale (GPS)*** desarrollado por Rousseau et al. (2002) es un instrumento autoaplicado adaptado para el juego de azar de la Escala de Pasión de Vallerand et al. (2001). Consta de 10 ítems divididos, a su vez, en dos factores: pasión obsesiva (5 ítems) y pasión armoniosa (5 ítems). Se evalúa mediante una escala tipo likert con 7 opciones de respuesta que van desde “Nada de acuerdo (1)” a “Muy de acuerdo (7)”. La escala posee además 6 medidas de comportamiento relacionadas con el juego: cantidad de dinero apostada, percepción de sí mismos como jugadores, cantidad de tiempo que llevaban apostando a su juego de azar favorito, cantidad de juegos de azar a los que apuestan, frecuencia de juego y la percepción del juego como una parte de sí mismos. El coeficiente de Alfa de Cronbach fue de $\alpha = .90$ para pasión obsesiva y $\alpha = .76$ para pasión armoniosa. La fiabilidad test-retest es $r = .84$ para pasión obsesiva y $r = .89$ para pasión armoniosa ($ps < .001$).

Si bien se trata de uno de los cuestionarios más utilizados en la literatura posee ciertas limitaciones: la primera, al encontrarse dentro de un modelo teórico (TPB) es difícil generalizar los conceptos a otros modelos especialmente debido a las diferencias en la terminología. La segunda es que la validación está realizada con una muestra muy específica: estudiantes y jugadores de casino, lo que presentaría dificultades a la hora de generalizarlo a jugadores de apuestas deportivas. La tercera es que no establece diferencias claras entre pasión como actitud o como impulsividad.

El ***Short Impulsive Behavior Scale (S-UPPS-P)*** fue desarrollado inicialmente por Whiteside et al., (2001) en su versión extendida (UPPS) de 45 ítems. Más adelante se creó una versión reducida de 20 ítems (S-UPPS-P) seleccionando los 4 ítems con las cargas factoriales más altas para cada una de las escalas (Billieux et al., 2012 (validación en Francia); Cándido et al., 2012 (validación en España); Cyders et al., 2014 (validación inglesa)) y una versión de 15 ítems seleccionando los 3 ítems con las cargas factoriales más altas para cada una de las escalas (Lynam et al., 2013). Se evalúan mediante una escala tipo likert con 4 opciones de respuesta que van desde “Muy de Acuerdo (1)” a “Muy

Desacuerdo (4)” con un rango de puntuación entre 4 y 16. Consta, a su vez, de 5 escalas: “Urgencia negativa”, “Urgencia positiva”, “Falta de premeditación”, “Falta de perseverancia” y “Búsqueda de sensaciones”. Las puntuaciones medias bajas indican una mayor impulsividad. La consistencia interna del S-UPPS-P oscila entre $\alpha = .74 - .88$.

Entre las limitaciones del inventario son de destacar: la primera, que la validación se realizó con una muestra de estudiantes universitarios caucásicos, mayoritariamente, lo que dificulta la generalización de los resultados. La segunda es que no establece diferencias entre impulsividad leve o grave. El tercero, es que la consistencia de algunas escalas fue modesta.

13.1.3. Objetivo.

El objetivo de este estudio es establecer un instrumento de medida para evaluar la impulsividad relacionada con las apuestas deportivas. Para ello se tratará de buscar evidencias de validez que confirmen la estructura de la versión de screening del S-UPPS-P (Cándido et al., 2012), denominada UPPS-Screening, en una muestra de jóvenes españoles. Se espera encontrar índices buenos de fiabilidad y consistencia interna (entre $\alpha = .7- .9$) (Campo-Arias y Oviedo, 2008) y/o similares a los encontrados en la bibliografía, como, por ejemplo, en la validación española ($\alpha = .61-.81$ (Cándido et al., 2012)); o en la validación francesa ($\alpha = .73 - .84$ (Billieux et al., 2012)).

13.2. Método

13.2.1. Diseño

Estudio instrumental de un grupo de conveniencia con medidas en una sola condición

13.2.2. Participantes

Para la realización de esta Tesis Doctoral se seleccionó una muestra de conveniencia de 1053 jóvenes residentes en la Comunidad Autónoma de Madrid con edades comprendidas entre los 18 y los 25 años. Para ello se realizó el mismo procedimiento descrito en la evaluación de propiedades psicométricas de los anteriores cuestionarios (apartado 10.2.2.) con la excepción de que sólo aquellos que afirmaron realizar o haber realizado apuestas deportivas frecuentemente fueron seleccionados. La muestra se obtuvo tras la firma del consentimiento informado. La obtención de muestra se realizó entre septiembre del 2021 y septiembre del 2022.

Criterios de Inclusión:

- Tener una edad comprendida entre los 18 y 25 años.
- Tener nacionalidad española o haber residido en España más de la mitad de su vida.
- Poseer un desarrollo cognitivo suficiente para entender las preguntas y ser capaz de dar una respuesta a estas de manera autónoma.
- Ausencia de consumo de sustancias psicoactivas 24h antes de realizar el cuestionario.
- Ausencia de tratamiento psicológico relacionado con la adicción a las apuestas deportivas.
- Realizar o haber realizado apuestas deportivas de forma frecuente durante una franja de tiempo superior a un mes.
- Firma previa del consentimiento informado.
- Finalización del cuestionario habiendo respondido a todos los ítems obligatorios.

13.2.3. Instrumento

La evaluación se llevó a cabo mediante la adaptación reducida del *Short Impulsive Behavior Scale (S-UPPS-P)* en su versión española (Cándido et al., 2012). Su objetivo es servir como herramienta de screening de la impulsividad en las apuestas deportivas. Para la realización de este cuestionario, el UPPS-Screening, se utilizó el mismo protocolo observado en la literatura por otros autores como Cándido et al. (2012). Este procedimiento consistía en escoger los ítems con más carga factorial. En el caso del UPPS-Screening se cogieron 10 ítems. Para que la distribución en factores fuera homogénea se seleccionaron los dos ítems de cada categoría con mayor carga factorial. Como se verá más adelante en el apartado de “Fiabilidad y Consistencia Interna” cuatro ítems fueron eliminados, dejando un instrumento de 6 ítems. Estos serían evaluados a través de una escala tipo Likert con 4 opciones de respuesta: 1-Muy de acuerdo; 2- Algo de acuerdo; 3- Algo desacuerdo; 4- Muy desacuerdo. El cuestionario final se puede consultar en el Apéndice 3. Los ítems utilizados se listan a continuación, los que aparecen tachados son los eliminados finalmente del cuestionario):

1. Normalmente pienso cuidadosamente antes de hacer cualquier cosa (FP)
2. ~~Cuando estoy realmente animado, no suelo pensar en las consecuencias de mis acciones (UP)~~
3. A veces me gusta hacer cosas que dan un poco de miedo (BS)
4. Cuando estoy irritado suelo actuar sin pensar (UN)

- ~~5. En general me gusta asegurarme de llevar las cosas a buen término (FPe)~~
6. Termino lo que empiezo (FPe)
7. Con frecuencia empeoro las cosas porque actúo sin pensar cuando estoy irritado (UN)
- ~~8. Normalmente tomo mis decisiones mediante un cuidadoso razonamiento (FP)~~
- ~~9. Cuando estoy realmente contento por algo, tiendo a hacer cosas que pueden tener malas consecuencias (UP)~~
- ~~10. Me gustan experiencias y sensaciones nuevas y excitantes, aunque causen un poco de miedo y sean poco convencionales (BS)~~

13.2.4. Procedimiento

Con la intención de evaluar el grado de impulsividad en las personas que realizan y no realizan apuestas deportivas se utilizó, en la primera versión del cuestionario, el AISS (Arnett et al., 1994). Debido a que los ítems de este cuestionario evaluaban la impulsividad como constructo general y no como un constructo específico de los juegos de azar entre otros problemas de especificidad, se descartó este instrumento como método de evaluación. A partir de la segunda versión se decidió buscar un instrumento de evaluación más actual y que presentase una buena fiabilidad y validez tanto en su idioma original como en su adaptación al español dentro de las adicciones comportamentales. Se seleccionó la adaptación reducida del Impulsive Behavior Scale (UPPS-P; Lynam et al., 2006) en su versión española (Cándido et al., 2012). Esta presentaba una adecuada fiabilidad (su consistencia interna, medida con α de Cronbach, oscila entre .74 y .88) y correlaciones significativas con otras medidas relacionadas con la impulsividad. Está compuesta por 20 preguntas en una escala tipo Likert (1-Muy de acuerdo; 2- Algo de acuerdo; 3- Algo desacuerdo; 4- Muy desacuerdo), dividida en 5 factores: Urgencia positiva (UP), Urgencia Negativa (UN), Falta de premeditación (FP), Falta de perseverancia (FP) y Búsqueda de Sensaciones (BS). Los ítems de la escala son:

1. Normalmente pienso cuidadosamente antes de hacer cualquier cosa (FP)
2. Cuando estoy realmente animado, no suelo pensar en las consecuencias de mis acciones (UP)
3. A veces me gusta hacer cosas que dan un poco de miedo (BS)
4. Cuando estoy irritado suelo actuar sin pensar (UN)
5. En general me gusta asegurarme de llevar las cosas a buen término (FPe)
6. Mi manera de pensar es normalmente meticulosa y centrada (FP)
7. En el acaloramiento de una discusión, con frecuencia digo cosas de las que luego

- me arrepiento (UN)
8. Termino lo que empiezo (FPe)
 9. Disfruto mucho corriendo riesgos (BS)
 10. Cuando estoy rebosante de alegría, siento que no puedo evitar “tirar la casa por la ventana” (UP)
 11. Casi siempre termino los proyectos que empiezo (FPe)
 12. Con frecuencia empeoro las cosas porque actúo sin pensar cuando estoy irritado (UN)
 13. Normalmente tomo mis decisiones mediante un cuidadoso razonamiento (FP)
 14. Generalmente busco experiencias y sensaciones nuevas y excitantes (BS)
 15. Cuando estoy realmente contento por algo, tiendo a hacer cosas que pueden tener malas consecuencias (UP)
 16. Soy una persona que siempre deja el trabajo hecho (FPe)
 17. Cuando me siento rechazado, frecuentemente digo cosas de las que luego me arrepiento (UN)
 18. Me gustan experiencias y sensaciones nuevas y excitantes, aunque causen un poco de miedo y sean poco convencionales (BS)
 19. Antes de implicarme en una nueva situación me gusta informarme sobre qué puedo esperar de ella (FP)
 20. Cuando estoy muy feliz, veo bien sucumbir a mis deseos o darme algún capricho de más (UP)

Para realizar la adaptación de cribado a las apuestas deportivas de la validación al español de Cándido et al. (2012) se observaron los ítems con más peso factorial dentro de cada factor. En el caso de la Urgencia Negativa fueron los ítems el 4 y 12, en el de la Urgencia Positiva los ítems 2 y 15, en la Búsqueda de Sensaciones los ítems 3 y 18, en la Falta de Perseverancia los ítems 5 y 8 y en el caso de la falta de premeditación los ítems 1 y 13. Se tuvieron en cuenta también los resultados obtenidos por Billieux et al. (2012) que observaron que el modelo que más se ajustaba y presentaba más armonía era un modelo jerárquico en el que la urgencia negativa y la positiva eran dos componentes diferentes englobados dentro de un factor general “Urgencia” y la falta de premeditación y la falta de perseverancia eran dos componentes diferentes englobados en un factor general denominado “falta de conciencia”. La búsqueda de sensaciones era una dimensión diferenciada. Este modelo jerárquico presentó un buen ajuste ($\chi^2 = 426.18$, SRMR = .05, RMSEA = .05).

13.2.5. Análisis de datos

El análisis de datos se realizó con el Statistics Package for Social Sciences (SPSS-26) y mediante R y varios paquetes asociados.

Fiabilidad y Consistencia Interna

Validez Factorial: En la aplicación de esta versión de screening se ha utilizado una muestra con un promedio menor de edad (18-25 años) que la del estudio de Cándido et al. (2012) (18-45 años). Además, debido a que se ha realizado un cambio sustancial del instrumento al elegir un subconjunto de ítems para la versión reducida, se realizó un análisis factorial exploratorio (AFE) para buscar indicios de validez del nuevo instrumento. Como método de extracción de factores se utilizó mínimos cuadrados ponderados (minres). Como índices de ajuste se utilizaron RMSEA (*root mean square error of approximation*) y su intervalo de confianza al 90%, y RMSR (*root mean square residual*).

13.3. Resultados

13.3.1. Estadísticos Descriptivos

La Tabla 19 muestra los estadísticos descriptivos de los 5 ítems. Los ítems 1, 2 y 4 mostraron una curtosis y una asimetría positivas, mientras que los ítems 3 y 5 mostraron asimetría positiva y curtosis negativa. El test de normalidad (*Kolmogorov-Smirnov*) indica un resultado significativo ($p < .01$) por lo que se rechaza la hipótesis nula de que los ítems se ajustan a una distribución normal.

Tabla 19

Análisis exploratorio y descriptivo de los ítems del UPPS-Screening

S-UPPS-P-Screening	Forma		Centralidad		Variabilidad		
	Asimetría	Curtosis	Media	Mdn	Min-Max	Dt	Rango IQR
Ítem 1	1.389	0.502	1.4094	1	1-3	0.6837	1
Ítem 2	0.737	0.045	2.2231	2	1-4	0.8546	1
Ítem 3	0.491	-0.244	2.5038	2	1-4	0.6958	1
Ítem 4	1.158	0.412	1.8212	2	1-4	0.9650	1
Ítem 5	0.779	-0.519	1.5840	1	1-4	0.6901	1

Nota. N = 1053; prueba Kolmogorov-Smirnov $ps < .001$ para todos los ítems

13.3.2. *Fiabilidad y Consistencia Interna*

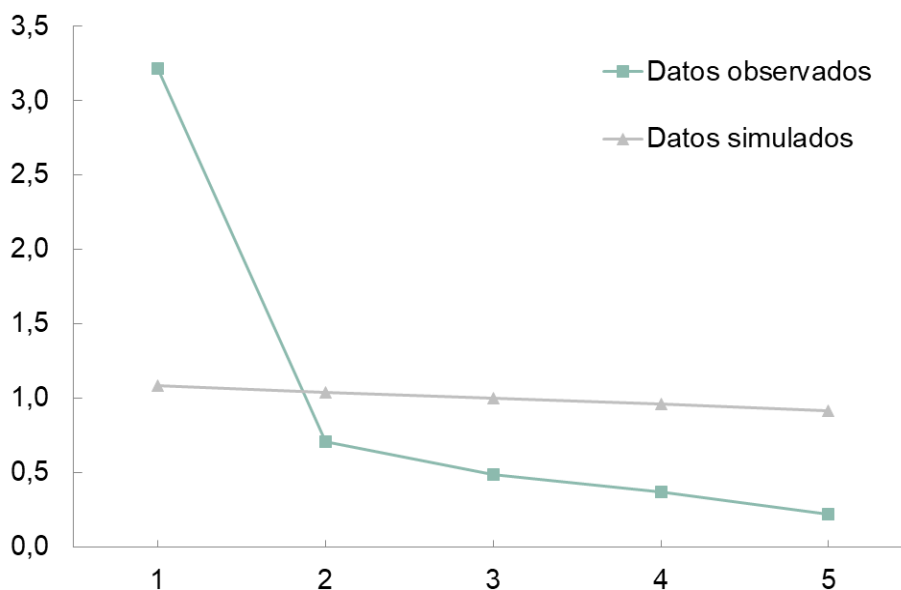
El cuestionario inicial de 10 ítems mostró una consistencia interna inadecuada. Tras una depuración en función de los índices de homogeneidad (correlación ítem-total) se llegó a un instrumento de 5 ítems finales. El cuestionario mostró una consistencia interna $\alpha = .853$, IC 95% [.839 - .867]. El indicador alternativo fue $\omega = .858$, IC 95% [.844 - .870]. La fiabilidad mediante la técnica de las dos mitades fue $r_{xx} = .80$. Estos valores se consideran adecuados para instrumentos en fases de construcción y adaptación (Nunnally, 1981).

13.3.3. *Análisis Paralelo*

El análisis paralelo sugirió un único factor (ver gráfico de sedimentación, Figura 15). Así, se compararon los ajustes de modelos de dos y tres factores en el AFE.

Figura 15

Gráfico de Sedimentación del UPPS-Screening. Autovalores Resultantes del Análisis Paralelo con Datos Empíricos y Datos Simulados (Percentil 95 de 100 Muestras Aleatorias)



13.3.4. *Validez Factorial*

Según la prueba de adecuación KMO y el estadístico chi-cuadrado de esfericidad de Bartlett, los datos eran adecuados para un AFE, $KMO = .85$; $\chi^2 = 2521.45$, $gl = 10$, $p < .001$.

El modelo de un único factor explicó un 57% de la varianza, con saturaciones ítem-factor que oscilaron entre .504 y .921 (Tabla 20). El ajuste a los datos fue adecuado, $TLI = .997$, $RMSR = .01$, $RMSEA = .029$, IC 90% [.000 - .057]. Atendiendo al enunciado de los ítems, el factor se denominó Urgencia de sensaciones.

Tabla 20

AFE del Cuestionario de UPPS-Screening. Matriz de Componentes Rotados. Coeficientes de Estructura

Ítem	Enunciado	Urgencia de sensaciones
1	Cuando estoy irritado suelo actuar sin pensar	.504
2	A veces me gusta hacer cosas que dan un poco de miedo	.717
3	Me gustan las experiencias y sensaciones nuevas y excitantes, aunque den miedo y sean poco convencionales	.921
4	Con frecuencia empeoro las cosas porque actúo sin pensar cuando estoy irritado	.822
5	Cuando estoy realmente animado no pienso en las consecuencias de mis acciones	.739

Nota. $N = 1053$. No se utilizó rotación por ser un factor único.

13.3.5. Puntuaciones de la Escala

La Tabla 21 muestra los estadísticos descriptivos y puntuaciones del factor Urgencia de sensaciones.

Con respecto al factor **Urgencia de sensaciones** se puede observar que esta escala posee una moderada dispersión de los datos con un rango entre 5 y 18, siendo la puntuación más común 9 ($M = 9.542$). Este factor muestra, además, una asimetría positiva

Tabla 21

Análisis exploratorio y descriptivo de un factor del UPPS-Screening

UPPS-Screening	Forma		Centralidad		Variabilidad		Rango IQR
	Asimetría	Curtosis	Media	Mdn	Min-Máx	Dt	
Urgencia de sensaciones	0.541	-0.503	9.5415	9	5-18	2.5590	4

Nota. $N = 1053$; prueba *Kolmogorov-Smirnov* $ps < .001$ para todos los ítems

(0.541) y una curtosis negativa (-0.503), por lo que no se distribuye normalmente.

13.4. Discusión

El objetivo de este apartado es desarrollar un instrumento de screening de impulsividad en apuestas deportivas.

Para ello se ha realizado una búsqueda de la literatura en torno a la evaluación de la impulsividad en apuestas deportivas. Destacan 4 grandes instrumentos a fecha de la escritura de esta tesis que parecen haber sido bastante implementados en la bibliografía: el AISS (Arnett et al., 1994), el BIS-11 (Patton et al., 1995), el GPS (Rousseau et al., 2002) y el UPPS-P (Cyders et al., 2014). Cabe destacar que la recogida de muestra en este estudio se ha realizado 3 veces debido a complicaciones y cambios legislativos en el transcurso de la tesis (como el cambio en la regulación del juego con la aprobación del RD 958/2020). Esto ha permitido realizar cambios en los instrumentos de evaluación. Así, en la toma de decisiones sobre qué instrumento utilizar se descartaron tanto el BIS-11 (Patton et al., 1995), debido a que la consistencia interna de algunas escalas es bastante deficiente (.27); como el GPS (Rousseau et al., 2002), por estar basada en la TPB, a la cual no se ajusta el resto de la tesis y no establecer una definición clara sobre si el constructo de “pasión” se acerca más al de actitud o al de impulsividad.

Así, el instrumento utilizado para evaluar la impulsividad, en la primera versión, fue el AISS (Arnett et al., 1994). Sin embargo, durante la obtención de muestra se observaron las mismas dificultades y limitaciones que habían establecido previamente los autores y otros investigadores (Arnett et al., 1994). Algunas de las que tuvieron más peso para el cambio de instrumento fueron: en primer lugar, la muestra objetó que el hecho de que se forzara a una elección (no ítems intermedios) les hacía tener que puntuar cuando esa respuesta no era ajustada a su situación. Además, algunos sujetos afirmaron que sus respuestas no se debían a la consecuencia de sus actos reales sino a que los ítems medían actividades de alto impacto con las que igual no se sentían tan a fines porque no podían llevarlas a cabo (tirarse en paracaídas o esquiar) pero que de haber sido otros ejemplos igual la puntuación habría variado. Esto, unido a las reticencias que ya existían debido a que este instrumento sólo se había validado con la fiabilidad interna y no con el α de Cronbach y que evaluaba la impulsividad a nivel sensorial y no en base a la ruptura de la norma externa fueron razones suficientes para proceder al cambio de instrumento una vez se generó la tesitura de tener que volver a obtener la muestra por razones de ajuste a la nueva situación del país.

El instrumento elegido, en la segunda y tercera obtención de muestra, fue el S-UPPS-P (Cándido et al., 2012). Este instrumento se seleccionó por dos razones: ser el instrumento con mejor fiabilidad y validez, tanto en su versión original, como en su validación al español y por ser el que menores limitaciones poseía. Sin embargo, es importante considerar dos limitaciones importantes: que su versión original está formada por 20 ítems lo que hace de este cuestionario un instrumento largo y que la consistencia interna fue modesta en algunas escalas. El trabajo realizado en este estudio ha sido el de realizar una adaptación de screening del S-UPPS-P (Cándido et al., 2012) que permita su aplicación a jugadores a apuestas deportivas.

A continuación, se realizará la discusión de la adaptación del instrumento de la metodología utilizada y de las limitaciones, de las que no está exento este trabajo, junto con posibles mejoras de cara a futuras investigaciones.

13.4.1. Adaptación del instrumento

La adaptación del S-UPPS-P (Cándido et al., 2012) a una versión de screening es un paso necesario, pero no desprovisto de complicaciones. Como ya se había hecho en otras investigaciones anteriores, como en el caso de Billieux et al. (2012) o Cándido et al. (2012), se ha procedido a seleccionar los 2 ítems con mayor carga factorial de cada uno de los 5 factores existentes (urgencia positiva, urgencia negativa, búsqueda de sensaciones, falta de premeditación y falta de perseverancia). El UPPS-Screening poseería, así 10 ítems y divididos en 5 factores. El instrumento final, sin embargo, acabó siendo de 5 ítems en 3 factores, debido a la necesidad de realizar un ajuste de los índices de homogeneidad que se explicarán en el siguiente apartado.

Sin embargo, tras la realización de los análisis paralelos y los gráficos de sedimentación, los datos obtenidos en este estudio muestran un mejor ajuste y armonía al usar un modelo de un único factor. Estos hallazgos van en contra de los datos establecidos por otros autores como Billieux et al. (2012) que afirman que el modelo de un factor se ajustaba peor que otros modelos como el de 5 factores o el de 3 factores de orden superior (Zsila et al., 2020). Así, este modelo de un único factor estaría comprendido por 3 subfactores: urgencia positiva, urgencia negativa y búsqueda de sensaciones. O dos de los factores de orden superior establecidos por Billieux et al. (2012) o Zsila et al. (2020): Urgencia y búsqueda de sensaciones. Así, este modelo deja fuera los dos subfactores denominados por Billieux et al. (2012) o Zsila et al. (2020) como falta de conciencia o escrupulosidad: falta de premeditación y falta de perseverancia. Cabe destacar que, si bien, estos dos factores se ha demostrado que son importantes y

permiten explicar mejor el constructo de la impulsividad, parecen estar menos relacionados con los juegos de azar y, específicamente, las apuestas deportivas que los otros tres factores.

Así, la urgencia negativa se ha visto relacionada con el abuso de sustancias (Verdejo-García et al., 2007) o el juego problemático (Whiteside et al., 2005; Willie et al., 2022), la urgencia positiva con el abuso del alcohol (Cyders y Smith, 2007) y el juego problemático (Cyders y Smith, 2007; Willie et al., 2022) y la búsqueda de sensaciones con el abuso de alcohol, drogas y juego (Emond et al., 2020; Miller et al., 2003); mientras que la falta de perseverancia y la falta de premeditación se han visto más relacionadas con otros factores como los comportamientos obsesivos (Ferreira et al., 2021; Zermatten y Van der Linden, 2008) y el déficit de atención e hiperactividad (Gómez y Watson, 2023) o con la conducta antisocial (Bresin, 2019; Miller et al., 2003), respectivamente.

Los resultados obtenidos, por lo tanto, en esta investigación se alejarían de los datos establecidos por Billieux et al., (2012) pero irían en la línea de las perspectivas que, dentro de la personalidad, se enfocan en el desarrollo de las vías del sistema dual formado por la búsqueda de sensaciones y la impulsividad y que reflejan la influencia de los mecanismos de sensibilidad a la recompensa (mecanismos de enfoque) y de inhibición de la respuesta (control de impulsos) (Gullo et al., 2014; Shulman et al., 2017; Stautz et al., 2017).

13.4.2. Fiabilidad y consistencia interna

Con respecto a los resultados del análisis exploratorio y descriptivo se observa la distribución de los datos de la muestra no se distribuye normalmente debido a la presencia de asimetría positiva y curtosis en todos los ítems. Que la distribución no sea normal es común en instrumentos que miden comportamientos complejos como es el caso de la impulsividad, donde la variabilidad de las opiniones suele ser muy elevada.

Debido a que en la versión del UPPS-Screening se ha realizado un cambio significativo de ítems se decidió usar un AFE para la validación del instrumento en vez de un CFA. Sin embargo, independientemente de que la distribución no sea normal, la consistencia interna de los 10 ítems muestra una consistencia interna inadecuada. Se observó que la correlación entre algunos ítems y el total era la que estaba presentando problemas por lo que se realizó una depuración en función de los índices de homogeneidad, quedando 5 ítems. El α de Cronbach mostró una mejor consistencia interna ($\alpha = .835$) y su indicador alternativo ω muestra valores que oscilan entre .844 y .870. La fiabilidad mediante la técnica de dos mitades arroja un valor de $r_{xx} = .80$. Es importante recalcar, además, que este instrumento tiene 5 ítems y que los cuestionarios breves suelen sufrir penalizaciones

en los valores α y r_{xx} ,

Cabe destacar también que, aunque lo ideal es que los valores sean lo más elevados posibles dentro de su ratio, están por encima del valor .70 recomendado por Nunnally (1981) para los test que se encuentran en fase de construcción (adaptación y/o validación). Además, el UPPS-Screening muestra índices de fiabilidad y validez similares a los de otras validaciones del UPPS-P como la realizada al francés por Billieux et al., (2012) que muestra índices entre .73 y .84; o la versión reducida al inglés que presenta valores entre .74 y .88 (Cyders et al., 2014). Además, presenta valores superiores a los de la validación al español de Cándido et al. (2012) que establece valores entre .61 y .81. También presenta valores similares a los mostrados por investigaciones con otros instrumentos de evaluación de la impulsividad como el BISS-11 (Patton et al., 1995) que muestra un índice de .83 (.27 - .74) o el GPS (Rousseau et al., 2002) con índices entre .76 y .90; y superiores a los de otros instrumentos como el AISS (Arnett et al., 1994) que muestra un índice de .70.

13.4.3. Validez

Como en el caso del CBAAD, se podría haber realizado un CFA de cara a la validación del S-UPPS-Screening ya que se partía de un instrumento anterior y sólo se trata de una validación reducida del instrumento. Sin embargo, teniendo en cuenta que la abreviación supone un cambio sustancial del instrumento, tanto a nivel de número de ítems como de estructura del instrumento, se ha optado por realizar un análisis factorial exploratorio (EFA).

Dentro del análisis paralelo se compararon los modelos de uno, dos y tres factores. Tanto el análisis paralelo, como el gráfico de sedimentación, el χ^2 y los índices de ajuste RMSEA y RMSR mostraron que la estructura más adecuada era la de un factor, teniendo un buen ajuste y explicando el 57% de la varianza de la impulsividad. Se observa también que la saturación de los ítems es buena con valores entre .717 y .921, salvo para el ítem 1 cuya saturación fue moderada (.504)

Cabe destacar que, con respecto al modelo de un factor, denominado, “urgencia de sensaciones”, se observa que, está formado por ítems de 3 constructos diferentes: “urgencia positiva”, “urgencia negativa” y “búsqueda de sensaciones”. Es decir, por aquellos constructos que, según la bibliografía, son más específicos de los juegos de azar (Cyders y Smith, 2007; Emond et al., 2020; Miller et al., 2003; Whiteside et al., 2005; Willie et al., 2022).

13.5. Limitaciones y futuros estudios

Las limitaciones relativas a la validez predictiva de los cuestionarios de autoinforme, los problemas derivados de la utilización de una muestra no aleatorizada de jóvenes entre 18 y 25 años, del uso de un estudio transversal y no longitudinal y de la necesidad de realizar nuevos estudios al tratarse de un estudio de validación se hayan descritas en las validaciones anteriores del GRCS-Reducido (véase apartado 10.5) y el CBAAD (véase apartado 11.5).

Más allá de estas limitaciones se han observado dos limitaciones más que se consideran de especial relevancia: La primera es que la validación se ha realizado únicamente mediante un AFE. Sería interesante, de cara a futuras investigaciones, realizar un análisis factorial confirmatorio para confirmar la validez de este cuestionario. Además, sería interesante realizarlo con otras muestras. En segundo lugar, la versión screening del S-UPPS-P supone la eliminación de los ítems relacionados con la falta de perseverancia y premeditación lo que podría haber afectado a la amplitud y profundidad de la evaluación de la impulsividad y suponer un problema a la hora de evaluar ciertas problemáticas en las que estos dos factores tengan mayor relevancia. Se necesitarían más estudios para determinar si la eliminación de estos supone una repercusión en la evaluación de las apuestas deportivas o no es tan relevante tal y como parece observarse en este estudio. En tercer lugar, a pesar de que el modelo de un factor presenta buenos índices de fiabilidad y validez, la ausencia de una estructura multifactorial como señalan otros autores, pone de relieve la necesidad de realizar más investigaciones para confirmar si la impulsividad en el caso de las apuestas deportivas se reduce efectivamente a una sola dimensión. En cuarto lugar, el estudio no controla ciertas variables que podrían influir en la impulsividad en las apuestas deportivas, como la experiencia previa en otros juegos de azar, la frecuencia de las apuestas deportivas, la presencia de comorbilidades psicológicas o la exposición a la publicidad de las AD. Finalmente, en futuros estudios sería interesante comparar el UPPS-Screening con otros instrumentos de evaluación asociados o con instrumentos de evaluación de problemática del juego.

**PARTE VI:
ESTUDIO III. RELACIÓN
ENTRE LOS INSTRUMENTOS
Y LOS PROBLEMAS DE
JUEGO**



Parte VI: Estudio III. Relación entre los Instrumentos y los Problemas de Juego

Capítulo 14: Modelos Explicativos y Empíricos de las Apuestas Deportivas

14.1. Introducción

Desde que los juegos de azar se comenzaron a entender como actividades relacionadas con problemas de salud física y mental, los investigadores han tratado de encontrar modelos explicativos que permitan entender el orden de los factores que explica que haya jugadores que jueguen durante toda su vida sin desarrollar ninguna patología y otros lo hagan desarrollando importantes problemas. Sin embargo, el desconocimiento de los factores que influyen en los juegos de azar, y más específicamente en las apuestas deportivas, y la falta de integración de todos ellos en un mismo modelo ha generado una escasa coincidencia entre los investigadores (Labrador, 2012).

Así, los modelos explicativos han pasado desde modelos psicológicos a modelos psicosociológicos para terminar estableciéndose en modelos biopsicosociales:

- **Modelos psicológicos:** Estos modelos se comienzan a establecer a finales del siglo XX y se centran, fundamentalmente, en que el jugador va a desarrollar o no problemas de juego en función a sus propias características psicológicas (sus necesidades, su reacción fisiológica, su forma de pensar, sus emociones...). Dentro de estos modelos destacan la Teoría de Jacobs (Jacobs, 1986), basada en el estrés crónico; o la Teoría de reversión de Brown (Brown, 1988) basada en la búsqueda del nivel óptimo de arousal.

- **Modelos psicosociológicos:** Con la aparición de los modelos psicológicos se observó también que estos no daban respuesta en su totalidad ni permitían explicar un fenómeno tan complejo como la adicción al juego. Aparece entonces una nueva vertiente que considera las adicciones desde un punto de vista más amplio. Este nuevo modelo implica considerar, no sólo las características psicológicas del jugador, sino también su entorno (familiar, social, educativo...). Destacan autores como Abt et al. (1985) con su modelo de los niveles de realidad del comportamiento de juego o Cummings y Corney (1987) con su modelo de la intención de jugar.

- **Modelos biopsicosociales:** A principios del siglo XXI, con el avance de la psicología se comienzan a desarrollar perspectivas más integrales y complejas que entienden la adicción como una confluencia entre las características biológicas del jugador, su entorno y cómo la interacción entre ambas afectan a su forma de entender y relacionarse

con el mundo. Destacan el Modelo de progresión al juego patológicos de Blaszczynski y Nower (2002) y el Modelo de Sharpe (2002).

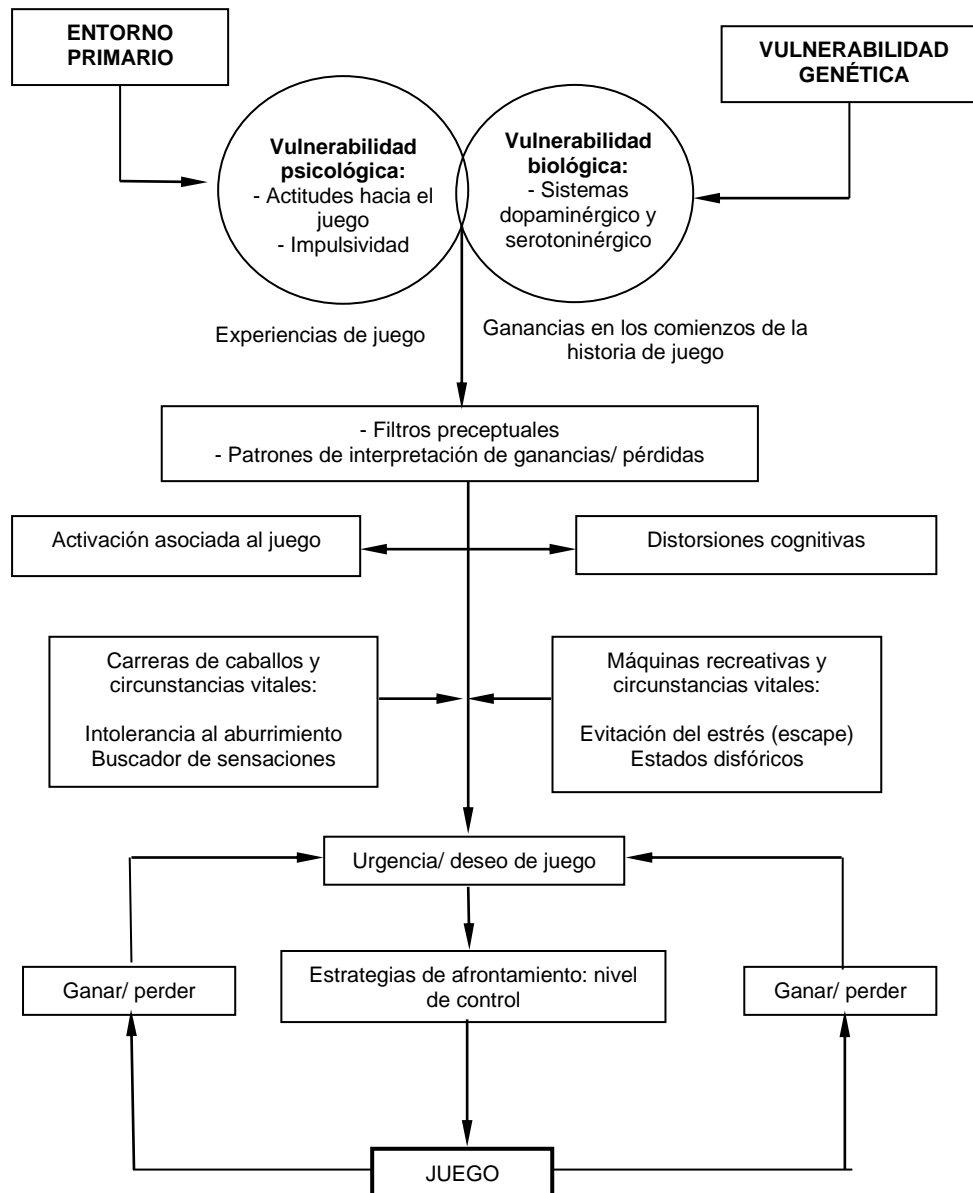
Este último modelo, tuvo su origen en 1993 (Sharpe y Tarrier, 1993) (figura 16) y es uno de los más establecidos y considerados en la literatura científica. Se basa en cuatro factores: “*vulnerabilidad genética*”, “*vulnerabilidad psicológica*”, “*oportunidades de juego*” y “*obtención de premios*”. Es decir, la experiencia de juego se vería reforzada por las oportunidades a las que estuviera expuesto el jugador junto con los premios que recibiese. Estos dos factores tendrían una gran relevancia en el desarrollo de creencias irracionales sobre el juego que implicarían a su vez su activación. La interacción de las oportunidades de juego, los refuerzos intermitentes y las creencias irracionales, junto con el incremento de activación facilitarían, a su vez, el desarrollo de *craving* e impulsividad. En este punto del desarrollo de la conducta de juego sería donde cobrarían importancia las situaciones sociales y ambientales a las que está sometido el jugador. Si estas situaciones son muy estresantes, el jugador podría utilizar el juego como forma de escapar de su malestar asociando las apuestas a un refuerzo negativo. El juego de azar quedaría reforzado como una conducta de afrontamiento que se activaría siempre que ocurriera una situación externa o un estado interno que diera lugar a creencias irracionales y niveles de activación que generasen la urgencia de jugar.

En este punto pueden ocurrir dos cosas: la persona tiene habilidades de afrontamiento y puede manejar la situación mediante otras estrategias; o, si no dispone de ellas o no cree tenerlas, generará una conducta cada vez más frecuente e intensa que acabará produciendo interferencia y problemas de juego. Es decir, la consolidación de creencias irracionales, estados de activación y la falta de sentimiento de autoeficacia harán que el jugador siga llevando a cabo las apuestas independientemente de que estas se vean reforzadas externamente o no, llevando en última instancia a consecuencias personales, económicas y familiares, negativas.

Es decir, este modelo establece que, de cara a la adquisición de la conducta de juego los factores relevantes serían; la oportunidad para jugar y la presencia de reforzadores. En el caso del mantenimiento de la conducta de juego y su progresión hacia una problemática, los factores que serían de especial importancia serían: las creencias irracionales, una elevada activación y la sensación de falta de habilidades de afrontamiento.

Figura 16.

Modelo Biopsicosocial del Juego Patológico según Sharpe (2002) (Rubio, 2006)



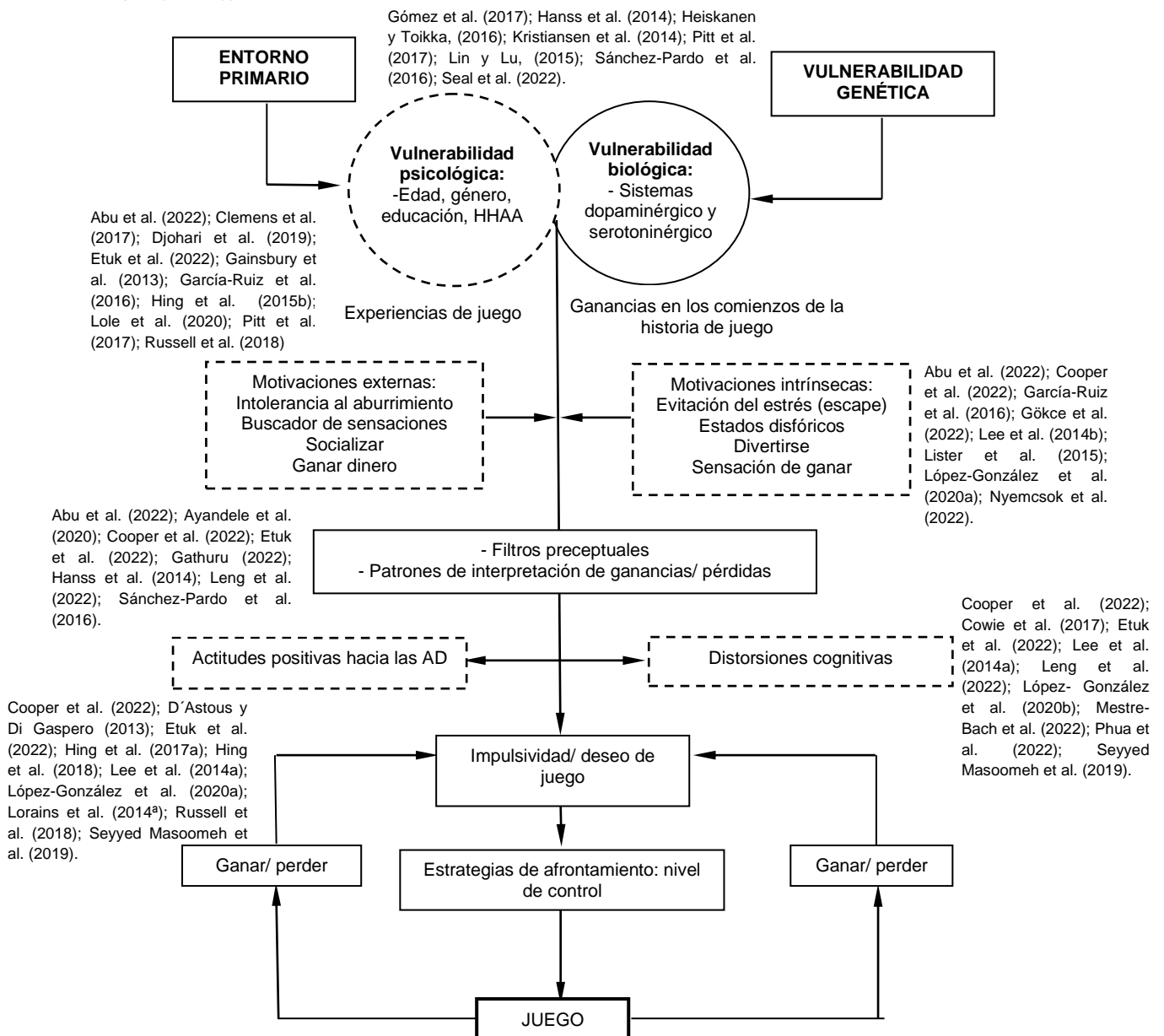
Sin embargo, este modelo establecido en 2002 para los juegos de azar presenta dos inconvenientes de cara a esta investigación: el primero, que se basa en un modelo generalista no específico de las apuestas deportivas. En segundo lugar, que no tiene en cuenta algunos factores que la literatura ha demostrado relevantes para el desarrollo de conductas de juego a apuestas deportivas, como la actitud o las motivaciones como constructo y no únicamente como estrategia de reforzamiento.

Si bien existen otros modelos que se han desarrollado tras este, como el de Chóliz y Herdoiza (2020), no se ha encontrado ninguno que, en los últimos 10 años se ajuste más

que este y, mucho menos, específico de las apuestas deportivas. Lo que sí que se ha encontrado son muchas investigaciones que han relacionado los diferentes factores de forma independiente. A continuación, se recoge el modelo de Sharpe (2002) con ciertas modificaciones. Este se ha realizado con la intención de generar un formato visual similar al ya conocido de este autor, pero teniendo en cuenta la información actualizada que ha ido generando la literatura sobre apuestas deportivas en los últimos 10 años (figura 17).

Figura 17.

Modelo Biopsicosocial del Juego a Apuestas Deportivas (versión adaptada de Sharpe (2002))



Nota. Los apartados que se encuentran en línea discontinua son aquellos que son diferentes al modelo original de Sharpe (2002)

Así centra en seis factores: “*vulnerabilidad genética y psicológica en base a factores demográficos*”, “*oportunidades de juego*”, “*motivación de cara a la realización de apuestas deportivas*”, “*modulación de factores cognitivos (atención y cogniciones)*” y “*urgencia y deseo de juego*”.

Es decir, la *vulnerabilidad psicológica* se vería muy influida, en las apuestas deportivas, no tanto por actitudes e impulsividad (que se generarían más adelante) como en el modelo de Sharpe (2002), sino por factores demográficos como la edad (Heiskanen y Toikka, 2016; Kristiansen et al., 2014; Pitt et al., 2017; Sánchez-Pardo et al., 2016) o el género (Gómez et al., 2017; Hanss et al., 2014; Heiskanen y Toikka, 2016; Kristiansen et al., 2014; Lin y Lu, 2015; Pitt et al., 2017, Sánchez-Pardo et al., 2016; Seal et al., 2022). Teniendo en cuenta estos factores de vulnerabilidad, la experiencia al juego se vería reforzada, también, por la publicidad de las apuestas deportivas (Abu et al., 2022; Clemens et al., 2017; Djohari et al., 2019; Etuk et al., 2022; Gainsbury et al., 2013; García-Ruiz et al., 2016; Hing et al., 2015b; Lole et al., 2020; Pitt et al., 2017; Russell et al., 2018), por las oportunidades que las casas de apuestas facilitasen y por los premios que recibiese el jugador. En este punto del desarrollo de la conducta de juego sería donde cobrarían importancia las situaciones sociales y ambientales a las que está sometido el jugador. Estas serían una gran relevancia en el desarrollo de motivaciones, tanto internas como externas (Abu et al., 2022; Cooper et al., 2022; García-Ruiz et al., 2016; Gökce et al., 2022; Lee et al., 2014b; Lister et al., 2015; López-González et al., 2020a; Nyemcsok et al., 2022), que actuarían como facilitadores de la realización de apuestas deportivas y que darían lugar, a la larga, al desarrollo de creencias irracionales (Cooper et al., 2022; Cowie et al., 2017; Etuk et al., 2022; Lee et al., 2014a; Leng et al., 2022; López-González et al., 2020b; Mestre-Bach et al., 2022; Phua et al., 2022; Seyyed Masoomah et al., 2019) que implicarían a su vez actitudes positivas o negativas hacia la realización de apuestas deportivas (Abu et al., 2022; Ayandele et al., 2020; Cooper et al., 2022; Etuk et al., 2022; Gathuru, 2022; Hanss et al., 2014; Leng et al., 2022; Sánchez-Pardo et al., 2016). En este punto pueden ocurrir dos cosas: la persona tiene habilidades de afrontamiento y puede manejar la situación mediante otras estrategias; o, si no dispone de ellas o no cree tenerlas, generará una conducta cada vez más frecuente e intensa que acabará generando interferencia y dando lugar a problemas de juego. Es decir, la consolidación de creencias irracionales, estados de activación y la falta de sentimiento de autoeficacia harán que el jugador siga llevando a cabo las apuestas independientemente de que estas se vean reforzadas externamente o no, llevando en última instancia a consecuencias personales, económicas y familiares muy desfavorables.

La interacción de las oportunidades de juego, los refuerzos intermitentes y las creencias irracionales, junto con el incremento de actitudes positivas facilitaría, a su vez, el desarrollo de craving e impulsividad (Cooper et al., 2022; D'Astous y Di Gaspero, 2013; Etuk et al., 2022; Hing et al., 2017a; Hing et al., 2018; Lee et al., 2014a; López-González et al., 2020a; Lorains et al., 2014a; Russell et al., 2018; Seyyed Masoomeh et al., 2019) como medida extrema para evitar situaciones muy estresantes y escapar de su malestar asociando las apuestas a un estímulo positivo de refuerzo negativo. El juego de azar, como establecía Sharpe (2002) quedaría reforzado como una conducta de afrontamiento que se activaría siempre que ocurriera una situación externa o un estado interno que diera lugar a creencias irracionales y actitudes que generasen la urgencia de jugar. Como en el modelo anterior, si la persona posee sentimiento de autoeficacia podrá manejar la situación mediante otras estrategias. Si no posee esas habilidades o no cree tenerlas generará una conducta cada vez más frecuente e intensa que acabará derivando en problemas de juego. Es decir, los factores sociodemográficos como la edad y el género, las motivaciones, las actitudes, la consolidación de creencias irracionales y la falta de sentimiento de autoeficacia harán que el jugador siga llevando a cabo las apuestas independientemente del refuerzo externo, llevando en última instancia a consecuencias personales, económicas y familiares muy desfavorables. Es decir, este modelo establece que, de cara a la adquisición de la conducta de juego los factores relevantes serían; los factores demográficos, la oportunidad para jugar, la presencia de reforzadores y la motivación para jugar. En el caso del mantenimiento de la conducta de juego y su progresión hacia una problemática, los factores que serían de especial importancia serían: las creencias irracionales, las actitudes hacia el juego, la impulsividad o urgencia y la sensación de falta de habilidades de afrontamiento.

14.1.1. Objetivo.

El objetivo de este estudio es realizar una aproximación a un modelo empírico que permita explicar qué variables y en qué medida permiten explicar la varianza de la problemática de juego. Se espera que este sea similar al establecido en la figura 17, tal y como parece establecer la literatura al respecto.

Es decir, el objetivo es confirmar que, dentro de los factores cognitivos, la motivación al juego actúa como variable facilitadora o protectoras de las cogniciones, las actitudes al juego y la impulsividad. Que las creencias irracionales actúan como variable moduladora de las actitudes y la impulsividad; y que las actitudes hacia el juego actúan como variable moduladora de la impulsividad.

Finalmente, se espera encontrar que las creencias irracionales y la impulsividad actúan como variables moduladoras de la problemática de juego.

14.2. Método

14.2.1. Diseño

Estudio exploratorio de un grupo de conveniencia evaluado en una sola ocasión.

14.4.2. Participantes

Para la realización de esta Tesis Doctoral se seleccionó una muestra de conveniencia de 1053 jóvenes residentes en la Comunidad Autónoma de Madrid con edades comprendidas entre los 18 y los 25 años. Para ello se realizó el mismo procedimiento descrito en la evaluación de propiedades psicométricas de los anteriores cuestionarios (apartado 10.2.2.) con la excepción de que sólo aquellos que afirmaron realizar o haber realizado apuestas deportivas frecuentemente fueron seleccionados. La muestra se obtuvo tras la firma del consentimiento informado. La obtención de muestra se realizó entre septiembre del 2021 y septiembre del 2022.

Criterios de Inclusión:

- Tener una edad comprendida entre los 18 y 25 años.
- Tener nacionalidad española o haber residido en España más de la mitad de su vida.
- Poseer un desarrollo cognitivo suficiente para entender las preguntas y ser capaz de dar una respuesta a estas de manera autónoma.
- Ausencia de consumo de sustancias psicoactivas 24 h antes de realizar el cuestionario.
- Ausencia de tratamiento psicológico relacionado con la adicción a las apuestas deportivas.
- Realizar o haber realizado apuestas deportivas de forma frecuente durante una franja de tiempo superior a un mes.
- Firma previa del consentimiento informado.
- Finalización del cuestionario habiendo respondido a todos los ítems obligatorios.

14.2.3. Instrumento

La evaluación se llevó a cabo mediante la elaboración de un instrumento de evaluación compuesto por varios cuestionarios, instrumentos y variables de interés.

Dentro de los factores cognitivos se evaluó las “creencias irracionales” con el GRCS-Reducido (véase capítulo 10); las “actitudes hacia el juego” mediante el CBAAD (véase capítulo 11) y las motivaciones tanto internas como externas a través de 4 categorías (divertirme, sensación de ganar, probar mis habilidades y distraerme de problemas) y 3 categorías (ganar dinero, conocer gente y estar con amigos), respectivamente con respuesta dicotómica.

Dentro del factor comportamental, la impulsividad se evaluó a través del UPPS-Screening (véase capítulo 12).

Finalmente, para evaluar los problemas de juego se utilizó el NODS (*NORC DSM-IV Screen for Gambling Problems*) (Gernstein, 1999 y traducido por Becoña, 2004) con 17 ítems que permite dividir a los jugadores en 5 categorías (No jugadores, jugadores sin riesgo, jugadores subclínicos o de riesgo leve, jugadores problemáticos clínicos o de riesgo moderado y jugadores patológicos).

Puede consultar el cuestionario en el Apéndice 3.

14.2.4. Procedimiento

El primer diseño de este cuestionario se llevó a cabo en 2018. Este no incluía todos los apartados del cuestionario actual. Se trataba de un cuestionario más sencillo y menos depurado que el actual en el que las variables de mayor interés se encontraban menos desarrolladas. Así, en vez del NODS se usó el NODS-CLiP y la selección de los ítems para evaluar actitudes, creencias e impulsividad no se basan en ningún criterio específico. Este cuestionario se aplicó sobre una prueba piloto de 120 jóvenes de ambos géneros y diversas edades. Tras realizarse los cambios pertinentes para facilitar la realización de la prueba, esta se pasó a una muestra de 1966 jóvenes.

Tras el primer año de investigación y el sometimiento a revisión por parte del tribunal del programa del doctorado se procedió a realizar algunos cambios de relevancia en el cuestionario, como la utilización del NODS en lugar del NODS-CLiP. Este cambio en el cuestionario principal de evaluación de problemas de juego supuso la necesidad de volver a realizar la parte empírica de la investigación desde cero. Se volvió a realizar una prueba piloto con una muestra de 112 sujetos. Tras hacer los ajustes pertinentes este cuestionario se pasó a una muestra de 1100 participantes.

Finalmente, el cambio en la publicidad de las apuestas deportivas con la entrada del Real Decreto 958/2020 del 3 de noviembre del 2020 de Comunicaciones Comerciales de las actividades de juego, supuso, de nuevo, la necesidad de actualizar los resultados que quedaban obsoletos. Aprovechando esta nueva actualización que supondría la necesidad de volver a obtener una muestra desde cero, se procedió a actualizar los criterios de impulsividad (con la adaptación del B-UPPS-P (Cándido et al., 2012), de actitudes hacia el juego (con la utilización del cuestionario realizado por Labrador et al., 2019) y el de creencias irracionales (adaptación breve del GRCS (Del Prete et al., 2017)). Se planteó la posibilidad de usar el PGSI en lugar del NODS, sin embargo, se consideró interesante mantener el NODS de cara a poder diferenciar entre el juego a lo largo de la vida y el juego en el último año, dado que la ley de la publicidad de los juegos de azar había cambiado en el 2020. La elección del NODS, por lo tanto, parecía dar una respuesta más ajustada a la situación actual de las apuestas deportivas y de los objetivos de la actual investigación.

Tras disponer del cuestionario definitivo se aplicó una prueba piloto *online* durante el confinamiento a 179 sujetos. Tras la vuelta a la “normalidad” se procedió, de nuevo, a la obtención de muestra con un total de 2120 sujetos, de los cuales 1053 afirmaban realizar apuestas deportivas y fueron usados para la investigación de este apartado. Toda la información obtenida a través de los diferentes cuestionarios fue volcada a una base de datos y depurada para la obtención de datos que se presentan en este trabajo.

14.2.5. Análisis de datos

El análisis de datos se realizó con el Statistics Package for Social Sciences (SPSS-26) y mediante R y varios paquetes asociados.

Path analysis (análisis de senderos): Para buscar evidencias del ajuste del modelo teórico que se propone en esta investigación se ha llevado a cabo un *path analysis*, con las variables motivación, actitudes, creencias, impulsividad y problemática de juego utilizando un modelo de ecuaciones estructurales. Para ello, en primero lugar se ha realizado una exploración inicial para determinar la existencia de posibles casos atípicos (valores extremos o casos perdidos).

14.3. Resultados

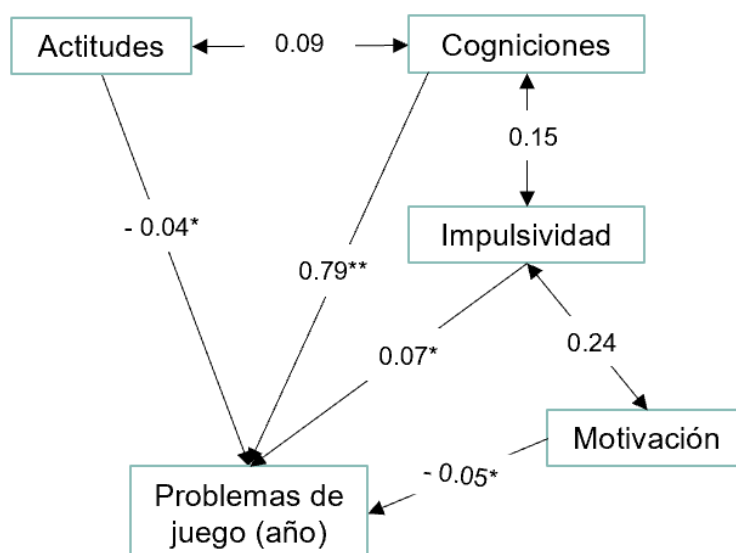
Se estimaron los coeficientes de *path* estandarizados primero en un modelo simplificado (aquel en el que se considera que todas las variables independientes ejercen un efecto directo sobre la VD, el NODs) y luego con un modelo complejo, en función de lo que establece la bibliografía. Esto se realizó tanto con el NODs año como con el NODs vida. Como se puede ver en la figura 18, 19 (para NODs año) y en la 20 y 21 (para NODs

vida), se muestran las covarianzas estandarizadas (correlaciones) y los pesos de regresión (indicados con asterisco,*) significativos. Las relaciones no significativas ($p > .05$) no aparecen para facilitar la interpretación.

NODs Año: Con respecto al Modelo 0 (véase figura 18), es decir, el modelo simplificado del NODs año, se realizó un *path analysis* en el que no se introdujeron las variables de manera ordenada, sino que se hipotetizaba que todas ellas se relacionaban entre sí. Se observa un efecto directo de las cogniciones ($\beta = 0.79$, $p < .01$), las actitudes ($\beta = -0.04$), la impulsividad ($\beta = 0.07$) y las motivaciones ($\beta = -0.05$) sobre los problemas de juego en el último año. En el caso de las actitudes cuanto más positiva era la actitud al juego, menor problemática. En el caso de la motivación cuanto mayor motivación, menos tendencia a la problemática de juego. También se observa un efecto indirecto de todas estas variables endógenas debido al efecto entre ellas. Este modelo presenta un buen ajuste ($R^2 = 0.644$) que permite explicar el 64.4% de la variabilidad en los problemas de juego en el último año.

Figura 18.

Path Analysis del Modelo Simplificado de Problemas de Juego en el Último Año (NODs-Año) (Modelo 0)

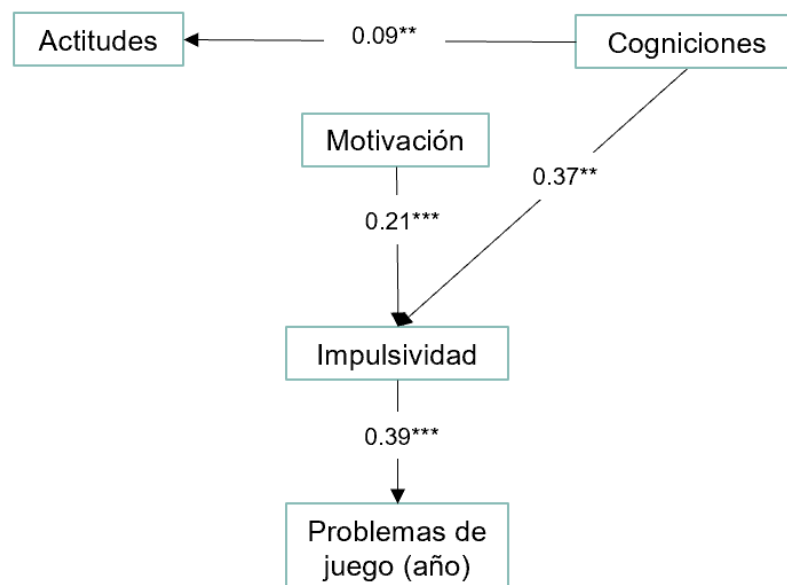


Nota. Aparecen solo valores significativos ($p < .05$). Si no tienen asterisco son correlaciones. Si tienen asterisco son pesos de regresión.

Con respecto al Modelo 1 (figura 19), es decir, al modelo complejo del NODs año, se establecieron relaciones entre actitudes, cogniciones y motivación; entre actitudes y cogniciones con impulsividad; y entre cogniciones e impulsividad con problemas de juego en el último año, tal y como hipotetizaba el modelo teórico obtenido de la literatura. Se observa un efecto indirecto de las cogniciones ($\beta = 0.37$, $p < .01$) y la motivación ($\beta = 0.21$, $p < .001$) sobre la impulsividad que además posee un efecto directo ($\beta = 0.39$, $p < .001$) sobre los problemas de juego en el último año. El ajuste global del modelo es deficiente ($R^2 = 0.149$) ya que sólo permite explicar el 15% de la variabilidad en los problemas de juego en el último año. A su vez, el ajuste individual de los factores tampoco presenta resultados óptimos. La contribución de las cogniciones a las actitudes sólo explica un 1% ($R^2 = 0.001$) y las contribuciones de las cogniciones y la motivación sólo permiten explicar el 18% ($R^2 = 0.178$)

Figura 19.

Path Analysis del Modelo de Problemas a Apuestas Deportivas en el Último Año (NODs-Año) según la literatura (Modelo 1)



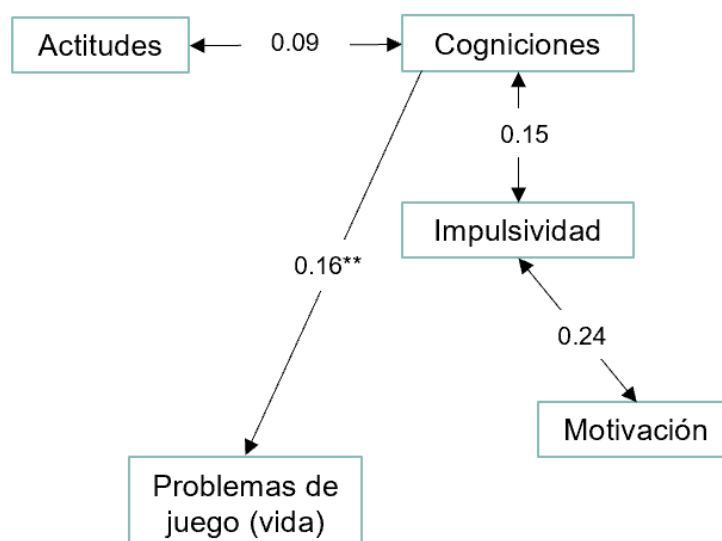
Nota. Aparecen solo valores significativos ($p < .05$). Si no tienen asterisco son covarianzas. Si tienen asterisco son pesos de regresión.

NODs Vida: En el caso de la problemática de juego a lo largo de la vida se realizó el mismo procedimiento que con el NODs año. El Modelo 2 (figura 20), muestra un modelo simplificado del NODs vida en el que se hipotetiza que todos los factores se relacionan entre sí. Se observa una covarianza de las actitudes ($r = .09$) y la impulsividad ($r = .15$) sobre las creencias y un efecto directo de estas ($\beta = 0.16$, $p < .01$) sobre los problemas de

juego a lo largo de la vida. Este modelo presenta un ajuste deficiente ($R^2 = 0.025$) que permite explicar el 2.5% de la varianza de los problemas de juego a lo largo de la vida.

Figura 20.

Path Analysis del Modelo Simplificado de Problemas de Juego a lo Largo de la Vida (NODs-Vida) (Modelo 2)

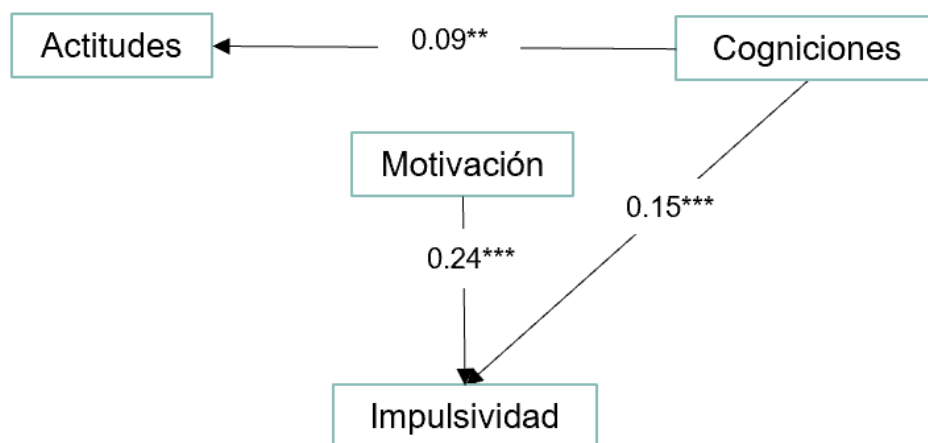


Nota. Aparecen solo valores significativos ($p < .05$). Si no tienen asterisco son covarianzas. Si tienen asterisco son pesos de regresión.

Con respecto al Modelo 3 (figura 21), es decir, al modelo complejo, se estableció una relación entre actitudes, cogniciones y motivación; entre actitudes y cogniciones con impulsividad; y entre cogniciones e impulsividad con problemas de juego en el último año, tal y como hipotetizaba el modelo teórico obtenido de la literatura. Se observa que ninguna de las variables tiene efecto sobre la problemática de juego a lo largo de la vida. El ajuste global del modelo es deficiente ($R^2 = 0.001$). A su vez, el ajuste individual de los factores tampoco presenta resultados óptimos. La contribución de las cogniciones a las actitudes sólo explica un 1% ($R^2 = 0.001$) y las contribuciones de las cogniciones y la motivación sólo permiten explicar el 8.2% ($R^2 = 0.082$).

Figura 21.

Path Analysis del Modelo de Problemas a Apuestas Deportivas a lo Largo de la Vida (NODs-Vida) según la literatura (Modelo 3)



Nota. Aparecen solo valores significativos ($p < .05$). Si no tienen asterisco son covarianzas. Si tienen asterisco son pesos de regresión.

14.4. Discusión

La literatura científica relacionada con las adicciones ha tenido siempre el objetivo de reunir información relevante sobre aquellas variables que parecen relevantes para explicar por qué algunas personas que realizan apuestas deportivas acaban desarrollando problemas de juego y otras no. Más allá de esto, desde un punto de vista clínico, los profesionales de la salud mental en adicciones han tratado de entender qué procesos subyacen a la vida de las personas que hacen que estas sigan llevando a cabo una conducta a pesar de sufrir enormes repercusiones personales, familiares, económicas y sociales. Sin embargo, aunque cada vez se tiene más información y más conocimiento sobre los factores que influyen y el orden en el que lo hacen, aún quedan muchas cuestiones sin resolver. El objetivo de este estudio ha sido proporcionar información relevante sobre cómo la motivación, las actitudes, las cogniciones y la impulsividad afectan y pueden predecir la variabilidad en la problemática de juego a apuestas deportivas. Paralelamente, se ha tratado de confirmar si el modelo vigente hasta ahora con respecto a otros juegos de azar, de Sharpe (2002), es aplicable también a las apuestas deportivas o si, por el contrario, tal y como parece establecer la bibliografía, el modelo difería, al menos en parte.

Para dar respuesta a esta cuestión se ha realizado una comparación de modelos. En el primer caso (modelos 0 y 2) se ha realizado un análisis de trayectoria simple en el que no se han establecido relaciones específicas. Es decir, se interrelacionaron todas ellas entre sí sin tener en cuenta direccionalidad o capas entre las variables. Sin embargo, y teniendo en cuenta la literatura, se realizaron, posteriormente, dos modelos más (modelo 1 y 3) en los que se introdujeron las variables cogniciones, actitudes, motivación e impulsividad teniendo en cuenta la direccionalidad y capas que establecía la bibliografía. Es decir, en los modelos 1 y 3 se hipotetizaba que las motivaciones influirían sobre las cogniciones y las actitudes y que éstas tendrían influencia entre sí. También que la motivación de forma indirecta y las cogniciones de manera directa influirían en la impulsividad que sería la que más peso tendría de cara al desarrollo de problemas de juego.

Los resultados que se han obtenido, sin embargo, lejos de acercarse a la hipótesis planteada parecen direccionarse hacia el Modelo de Juego Problemático de Sharpe (2002). Este modelo parece aproximarse más por lo que se mantiene vigente en el caso de las apuestas deportivas a pesar de que este tipo de jugadores presenten ciertas características diferenciales de las de los jugadores de otros juegos de azar.

Así, con respecto a la problemática de juego en el último año se observa que, el modelo 0 o modelo simplificado, en el cual todas las variables (cogniciones, actitudes, impulsividad y motivación) se relacionan directa o indirectamente con los problemas de juego, explica el 64.4% de la variabilidad en los problemas de juego en el último año. Destaca que las cogniciones tienen un impacto significativo, seguido por la motivación y la impulsividad, aunque las actitudes positivas hacia el juego parecen asociarse con menos problemas de juego. Sin embargo, a pesar de que el factor explicativo es moderado, presenta una limitación importante: que no considera las relaciones específicas entre las variables por lo que no captura completamente cómo interactúan estos factores en la aparición de problemas de juego.

Con respecto al modelo 1, a pesar de que se trata de un modelo más complejo que incorpora la información de la literatura (Abu et al., 2022; Clemens et al., 2017; Djohari et al., 2019; Etuk et al., 2022; Gainsbury et al., 2013; García-Ruiz et al., 2016; Hing et al., 2015b; Lole et al. 2020; Pitt et al., 2017; Russell et al., 2018) y que intenta capturar las relaciones teóricas entre actitudes, cogniciones, motivación, impulsividad y problemas de juego, el ajuste del modelo es deficiente. Es decir, si bien es cierto que se identifican algunas conexiones esperadas, el ajuste del modelo solo explica el 15% de la varianza en los problemas de juego en el último año. Esto sugiere que las relaciones propuestas en el

modelo teórico no se ajustan adecuadamente a los datos observados.

Con respecto, a la problemática a lo largo de la vida, se quiso probar el mismo procedimiento. En primer lugar, se observa que modelo 2 muestra una relación entre actitudes, impulsividad y creencias, con una influencia limitada en los problemas de juego a lo largo de la vida que sólo permite explicar el 2.5% de la varianza en los problemas de juego a nivel vital, lo que indica que estas variables no están capturando adecuadamente la complejidad del problema.

Con respecto al modelo 3, similar al modelo 1 pero a lo largo de la vida, tampoco muestra un ajuste adecuado a los datos. Las relaciones propuestas entre actitudes, cogniciones, motivación e impulsividad no se relacionan de manera significativa con los problemas de juego. Es decir, apenas se explica el 0.1% de la variabilidad, lo que sugiere que este modelo no es útil para comprender la relación entre estas variables en el contexto de los problemas de juego a lo largo del tiempo.

En resumen, aunque estos modelos exploran las relaciones entre variables psicológicas y problemas de juego, ninguno parece capturar completamente la complejidad de cómo interactúan estas variables en la aparición y mantenimiento de los problemas de juego a lo largo del tiempo. Es importante tener en cuenta que se trata de una primera aproximación a un modelo teórico por lo que la intención de este estudio no es más que la de establecer una base y apuntar la dirección hacia la que dirigir futuras investigaciones. A pesar de las limitaciones de las que no está exento este estudio caben resaltar algunas conclusiones importantes. En primer lugar, parece claro que el modelo de Sharpe (2002) es el modelo que más se acerca a la comprensión de los procesos que hay detrás de las adicciones a apuestas deportivas. En segundo, siguiendo con esta línea, parece claro que las cogniciones influyen sobre las actitudes y no viceversa en contra de lo que se establece en el modelo de Sharpe (2002) y en la línea de lo que establecen otros autores como Abu et al. (2022); Ayandele et al. (2020) o Etuk et al. (2022). En tercer lugar, en esta misma línea, la motivación, como ya han referido otros autores como Cooper et al. (2022), Gökce et al. (2022), Lee et al. (2014b), Lister et al. (2015), López-González et al. (2020a) o Nyemcsok et al. (2022) es una variable diferenciada de las creencias irracionales que no se ve influida por ellas, tal y como parece sugerir el modelo de Sharpe (2002). En cuarto lugar, parece que no existe lugar a dudas sobre el peso que tienen las creencias irracionales, de manera indirecta, y la impulsividad sobre la problemática de juego (Cooper et al., 2022; D'Astous y Di Gaspero 2013; Etuk et al., 2022; Hing et al., 2017a; Hing et al., 2018; Lee et al., 2014a; López-González et al., 2020a; Lorains et al., 2014a; Russell et al., 2018; Seyyed Masoomeh et al., 2019). Finalmente,

llama la atención cómo cambia la influencia de las variables si se habla de la problemática en el último año o a lo largo de la vida. Parece que sólo resulta interesante el entendimiento de los procesos subyacentes cuando la problemática ha ocurrido hace poco tiempo y que no sería tan relevante si la problemática de juego tiene una latencia de más de 12 meses. Esto resulta de especial importancia de cara al desarrollo de planes de prevención y tratamiento.

14.5. Limitaciones y futuros estudios

Con respecto a las limitaciones de este estudio, más allá de las analizadas en otros apartados en lo referente al tipo de muestra y el tipo de estudio se han observado varias limitaciones.

En primer lugar, los modelos más simples (como el Modelo 0 y el Modelo 2), a pesar de ser los que más porcentaje de la varianza de los problemas de juego explican, carecen de complejidad al no considerar ciertas relaciones específicas entre las variables. Esto puede llevar a una representación incompleta de cómo interactúan estas variables en los problemas de juego por lo que no serían modelos representativos. Sin embargo, debido a que el modelo 0 explica una cantidad considerable de la variabilidad en los problemas de juego en el último año, explicando el 64.4%, sería importante valorar, en futuros estudios, que igual los factores introducidos en este modelo interactúan en una dirección diferente a la hipotetizada.

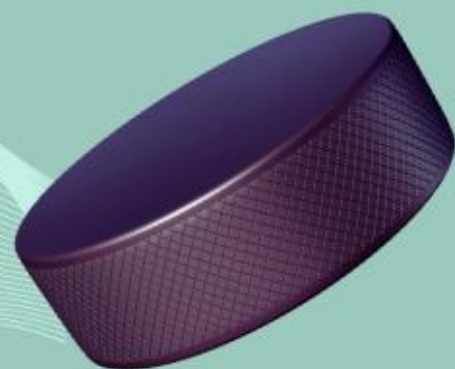
En segundo lugar, aunque los modelos más complejos (Modelo 1 y Modelo 3) intentan representar relaciones más detalladas entre las variables, su ajuste a los datos es deficiente. Esto sugiere que las relaciones propuestas en la teoría no se corresponden bien con lo que se observa en la realidad.

En tercer lugar, estos modelos se basan en datos de un contexto específico y pueden no ser generalizables a otras poblaciones o situaciones, lo que limita su aplicabilidad más allá del entorno en el que se recopilaron los datos.

En cuarto lugar, los *path analysis* muestran asociaciones entre variables, pero no establecen relaciones causales definitivas. Las relaciones observadas podrían estar influenciadas por variables no consideradas o por direcciones causales inversas. Además, los modelos presentados se centran en un conjunto específico de variables (cogniciones, actitudes, impulsividad y motivación) y podrían estar dejando de lado otras variables importantes que podrían influir en los problemas de juego, como el entorno socioeconómico, el apoyo social o las experiencias individuales.

En conclusión, si bien es cierto que este estudio permite realizar una aproximación hacia un modelo que permita explicar los procesos que subyacen a las apuestas deportivas, sólo permite apuntar en la dirección de futuras investigaciones. Así, futuros estudios deberían centrarse en modelos más sofisticados o la inclusión de otras variables para comprender mejor esta dinámica compleja. También sería interesante utilizar otros instrumentos o formas de medida que no impliquen autoinforme como respuestas conductuales, que estén más validados o que no presenten tantas limitaciones como en el caso del NODs (Gernstein, 1999).

PARTE VII: DISCUSIÓN



Parte VII. Discusión

Capítulo 15: Discusión general e implicaciones prácticas

1.5.1 Objetivo de la Tesis

El objetivo de esta disertación ha consistido en realizar una caracterización profunda de una de las actividades sociales más relevantes y que más conllevan a problemas asociados en la sociedad: las apuestas deportivas. Esta preocupación surge a raíz de observar en la práctica clínica como la prevalencia de pacientes que llegan a consulta con este tipo de adicción es cada vez mayor y la edad de los sujetos cada vez menor. Esto unido a los datos provenientes de la investigación que establecen que las apuestas deportivas se han vuelto más atractivas para los jóvenes y adolescentes que otros tipos de ocio como los videojuegos u otros juegos de azar como las cartas y que se juega más y de forma más temprana (DGOJ, 2019; DGOJ 2020; DGOJ 2021; DGOJ 2022; DGOJ 2023; Pérez-Albéniz et al., 2022), refuerzan la importancia de investigar una situación cada vez más preocupante en nuestra sociedad.

A través de los tres estudios, con cinco investigaciones, llevados a cabo en esta tesis se ha tratado de dar respuesta a la necesidad de observar si las características de los apostadores deportivos son diferentes, como parece ser, de las de otros jugadores de azar. Esto contribuiría a entender de una manera más profunda qué factores favorecen el desarrollo de la problemática de juego a AD y qué implicaciones tiene esto en la práctica clínica. Esta investigación se ha llevado a cabo desde un prisma más general en el primer estudio a un prisma más específico y con finalidad clínica como es el estudio 3. El propósito de todos ellos ha sido realizar una aproximación sobre los fenómenos que se encuentran detrás de la problemática relacionada con las apuestas deportivas.

Con el fin de facilitar la lectura y el entendimiento de la discusión general se procede, a continuación, a realizar un breve resumen de lo abordado en los diferentes capítulos antes de proceder a la discusión general de esta tesis:

En la **parte I** se ha llevado a cabo una delimitación y descripción detallada sobre las apuestas deportivas. Para ello se ha realizado una revisión de la literatura a lo largo de los últimos 10 años. En este apartado se pone especial atención en describir los diferentes tipos de apuestas y las principales diferencias en el formato. Destaca que, según la literatura, los jugadores prefieren realizar apuestas deportivas en línea por las características estructurales y situacionales que ofrece este tipo de apuesta. También se establecen los datos epidemiológicos encontrados a nivel mundial tanto en adolescentes

como en adultos; así como la legislación vigente en los países. Se pone especial énfasis en España por ser el país donde se va a realizar la presente investigación. Este apartado destaca la elevada tasa de participación en las apuestas deportivas tanto de adolescentes como de adultos (Gathuru, 2022; López-González et al., 2019), a pesar de la variabilidad de los datos, debido a las características de los propios estudios.

En la **parte II** se ha realizado una revisión de los factores demográficos, cognitivos, comportamentales y publicitarios implicados en las conductas de juego. En este apartado se ha puesto especial atención a aquellas variables que parecen relevantes para las apuestas deportivas, y su interacción entre ellas y con la problemática de juego. Destaca que, dentro de los factores demográficos el perfil de jugador parece ser de un hombre (Gainsbury et al., 2015; Winters y Derevensky, 2019) con una edad cada vez menor (Castilla et al., 2013; DGOJ, 2021; Gainsbury et al., 2015; Seal et al., 2022), preferencia por el juego en línea y con un nivel de estudios secundarios o universitarios (Gainsbury et al., 2013; López-González et al., 2018a; Seal et al., 2022). Con respecto al factor cognitivo, destacan las creencias irracionales como uno de los principales factores de inicio de juego y derivación en problemática. Adquiere más importancia la ilusión de control en este tipo de apostadores que en otros jugadores de azar (Etuk et al., 2022; Leng et al., 2022; Towfigh y Glöckner, 2011). También una tendencia a las actitudes positivas hacia el juego (Abu et al., 2022) y a una motivación tanto interna como externa hacia este. Resalta la motivación externa por tener mayor relación con las consecuencias negativas del juego (Abu et al., 2022; Lee et al., 2014b). Con respecto al factor comportamental, destaca que la impulsividad es un factor muy relevante de cara a la conducta de juego (Cooper et al., 2022; Hing et al., 2017a; Seyyed Masoomah et al., 2019), pero sobre todo al futuro desarrollo de problemática (D'Astous y Di Gaspero, 2013; Russell et al., 2018). Finalmente, con respecto al factor publicitario, se observa que el recuerdo de las casas de apuestas deportivas ya sea por un anuncio, un patrocinio o el uso de bonos, es un facilitador de la conducta de juego (Clemens et al., 2017; Djohari et al., 2019; Etuk et al., 2022).

En la **parte III** se presenta la metodología utilizada en esta investigación y que se desarrolla en la parte IV, V y VI.

En la **parte IV** se realiza un estudio exploratorio descriptivo de la situación y prevalencia de las apuestas deportivas en una muestra de 2120 jóvenes de 18 a 25 años de la CAM. En ella se caracteriza el perfil de jugador teniendo en cuenta factores demográficos, publicitarios y topográficos. Destaca la elevada prevalencia de jugadores, siendo casi del 50% y que los jugadores con criterios de juego patológico se duplican al comparar la muestra de jugadores a lo largo de la vida con la del último año. Destaca

también, en la línea de lo que establece la literatura, un perfil de jugador eminentemente hombre, cada vez más joven, con estudios de formación profesional y un nivel económico medio al cual la publicidad no le afecta de manera diferente que al no jugador. Además, presenta una mayor tendencia a realizar apuestas en línea, a través del móvil, con un promedio de entre 6 y 10 horas y 8-10€ por apuesta a la semana, en apuestas a resultado final o ganador y en deportes televisados y populares como el fútbol, el tenis o el baloncesto. También lo prefieren hacer en compañía de iguales y un cuarto de ellos parece tener conciencia de que invierte más de lo que le gustaría.

En la **parte V** se ha elaborado una adaptación breve de tres instrumentos diferentes de evaluación de juegos de azar genéricos mediante análisis de fiabilidad y consistencia interna, validación y análisis factoriales. El primer instrumento adaptado es el GRCS (Del Prete et al., 2017) encargado de medir las creencias irracionales en juegos de azar y que fue adaptado a las apuestas deportivas y a una versión reducida de 16 ítems y 4 factores en vez de 23 ítems y 5 factores. Destaca que la adaptación del GRCS-Reducido presenta resultados bastante similares a los obtenidos en la validación al español (Del Prete et al., 2017) salvo por las correlaciones entre factores, en las cuales los datos son inferiores. El segundo es el Cuestionario de Actitudes del *Gamertest* (Labrador et al., 2019) que se ha adaptado de los videojuegos a las apuestas deportivas. Destaca que, en contra de lo establecido en la bibliografía (Canale et al., 2016; Moore y Ohtsuka, 1997), presenta dos factores que permiten explicar el 70% de la varianza permitiendo evaluar, no sólo la percepción social, sino la percepción de interferencia de las apuestas deportivas. El tercero es el S-UPPS-P (Cándido et al., 2012) encargado de medir la impulsividad, medida en cinco factores, que se ha adaptado a una versión de cribado de 5 ítems (en vez de 20) y un único factor comprendido por urgencia (positiva y negativa) y búsqueda de sensaciones. Destaca que, a pesar de reducir los factores a uno, posee valores de fiabilidad superiores a los de la validación al español de Cándido et al. (2012) y similares a los mostrados por investigaciones con otros instrumentos de evaluación de la impulsividad como el BISS-11 (Patton et al., 1995) o el GPS (Rousseau et al., 2002).

En la **parte VI** se ha llevado a cabo un modelo predictivo del desarrollo de problemas de juego a apuestas deportivas mediante *path analysis* en el que se contempla la interacción de los factores más relevantes para la literatura: cogniciones, actitudes, motivación e impulsividad. Además, se ha observado si el modelo de problemas de juego en las apuestas deportivas sigue la misma línea que el establecido por Sharpe (2002) para los juegos de azar o si, teniendo en cuenta las diferencias que existen entre estos, el modelo de problemas de juego también es diferente. Destaca que, aunque ninguno de

estos modelos parece capturar completamente la complejidad de cómo interactúan estas variables en la aparición y mantenimiento de los problemas de juego a lo largo del tiempo, sí que presentan ciertos resultados interesantes. En primer lugar, que las cogniciones influyen sobre las actitudes y no viceversa en contra de lo que se establece en el modelo de Sharpe (2002) y en la línea de lo que establecen otros autores como Abu et al. (2022); Ayandele et al. (2020) o Etuk et al. (2022). También que la motivación, como ya han referido otros autores como Cooper et al. (2022), Gökce et al. (2022), Lee et al. (2014b), Lister et al. (2015), López-González et al. (2020a) o Nyemcsok et al. (2022) es una variable diferenciada de las creencias irracionales que no se ve influida por ellas, tal y como sí que sugiere el modelo de Sharpe (2002). En segundo lugar, parece quedar claro el peso que tienen las creencias irracionales, de manera indirecta, y la impulsividad, de manera directa, sobre la problemática de juego (Cooper et al., 2022; D´Astous y Di Gaspero 2013; Etuk et al., 2022; Hing et al., 2017a; Hing et al., 2018; Lee et al., 2014a; López-González et al., 2020a; Lorains et al., 2014a; Russell et al., 2018; Seyyed Masoomah et al., 2019). En tercer lugar, llama la atención cómo cambia la influencia de las variables si se habla de la problemática en el último año o a lo largo de la vida, observándose que esta sólo es relevante cuando la problemática ha ocurrido en un periodo de un año aproximadamente. Finalmente, cabe destacar que el hecho de que los modelos analizados no muestren un completo ajuste, lejos de considerarse como algo negativo, recalca la necesidad de perfilar y ajustar con mayor precisión las variables que influyen en la problemática de juego a apuestas deportivas.

1.5.2 Selección de la Muestra

La muestra utilizada para esta validación fue una muestra de conveniencia con medidas en una sola ocasión lo que presenta ciertas ventajas e inconvenientes. La ventaja de este tipo de muestra se encuentra en la facilidad de reclutamiento para la investigación cuando no se tienen recursos económicos o humanos y se posee un tiempo limitado para la obtención de sujetos. Así, más de dos tercios de la muestra fue reclutada en universidades, centros de formación profesional e institutos que mostraron su interés en participar en este estudio. Sí que se prestó especial atención a que estos sujetos fueran de carreras y cursos diferentes y que hubiera variabilidad en los estudios y niveles económicos de los estudiantes. El tercio restante fue obtenido a través de un muestreo por bola de nieve a través de las redes sociales: *Whatsapp*, *Instagram* y *LinkedIn*, que favoreció el contacto a población a la que no se había podido acceder de forma directa: los jóvenes entre 18 y 25 años que se encontraban trabajando, pero no estudiando. Esta técnica fue elegida también por la facilidad y los bajos recursos económicos que suponía.

1.5.3 Apuestas deportivas en jóvenes de 18 a 25 años

La realización de un estudio exploratorio del perfil del jugador de apuestas deportivas, junto con la elaboración de instrumentos de evaluación adecuados y adaptados a la población diana es la base para poder realizar una aproximación a cómo se desarrolla el modelo de problemas de juego en las apuestas deportivas.

En primer lugar, la investigación exploratoria desarrollada en el **estudio 1** ofrece una comprensión profunda de las características, motivaciones y comportamientos de la población joven entre 18 y 25 años. Esto proporciona información interesante y relevante sobre los factores demográficos y conductuales que pueden influir en el desarrollo y mantenimiento de las apuestas deportivas y su futuro desarrollo de problemas. Con respecto a las preguntas que se planteaban en este estudio: *¿Qué características presenta la población joven que realiza apuestas deportivas?, ¿qué variables demográficas, topográficas y publicitarias están más relacionadas con esta actividad? y ¿en qué dirección apuntan estas variables?*, se observan tres datos relevantes de cara a la prevención e intervención clínica.

En primer lugar, una clara diferencia entre el perfil del jugador a apuestas deportivas en comparación con el de juegos de azar. Este perfil presenta ciertas características relevantes y favorables para el aumento de problemas de juego. En primera instancia, el posible jugador es un hombre, más joven que en otros juegos de azar, que prefiere realizar apuestas deportivas *online* en su móvil, por la privacidad que obtiene. Esto supone un problema debido a que, a menor edad, más probabilidades hay de que el córtex prefrontal no haya terminado de desarrollarse, estando menos avanzados los mecanismos de autocontrol y teniendo, por ende, más sensibilidad a los efectos de los neurotransmisores liberados (Mwadime, 2017) debido al refuerzo intermitente resultante de las apuestas deportivas. Además, la privacidad que dan las aplicaciones *online* dificulta la detección temprana de problemas derivados del juego que sólo se hace visible cuando la afectación ya ha llegado a problemas académicos, familiares o económicos graves. En segunda instancia, se observa una tendencia de juego frecuente y poco intensa, con una media de 8h/semanales y de 9€ a la semana. Este tipo de apuestas son más desfavorables pues la percepción del jugador es de una inversión baja (Labrador et al., 2022) como resultado de la focalización atencional selectiva y las creencias de atribución flexible que ponen el foco en la cantidad de dinero que apuestan y no en la cantidad de veces que lo hacen a la semana, generando menos conciencia del problema. En tercera instancia, cabe destacar que, a pesar de que no se ha observado relación entre la tasa de recuerdo de casas de apuestas y la participación en apuestas deportivas como si lo han hecho otros autores (Abu

et al., 2022), sí se ha constatado que la tasa de recuerdo es bastante elevada en ambos grupos (jugadores y no jugadores), siendo de 5 casas de apuestas, y que las casas de apuestas más recordadas son en las que más se apuesta.

En segundo lugar, se observa que la prevalencia de participación es bastante elevada, siendo de casi el 50%, en la línea de otras investigaciones (Cooper et al., 2022; DGOJ, 2021; Gathuru, 2022; Grubss y Kraus, 2022; Labrador y Vallejo-Achón, 2020; Leng et al., 2022; López-González et al., 2019; Winter y Derevensky, 2019). Además, se observa un elevado porcentaje de sujetos que presentan criterios de riesgo, problemáticos y patológicos (40%), siendo en el caso del juego patológico casi el doble de jugadores los que presentan criterios en el último año frente a los que los han presentado a lo largo de la vida (15.5% vs 8.9%). Estos datos, a pesar de seguir la línea de la literatura, llaman la atención debido a que son muy elevados, tanto a nivel de prevalencia de juego como a nivel de problemática del juego, y a que van en aumento a pesar de la prohibición de la publicidad de juego y de su mayor regulación desde el 2020. Esto demuestra la relevancia de este tipo de estudios, pero más aún la necesidad de establecer estrategias en el ámbito clínico y social que permita dar respuesta a estas problemáticas.

¿Cuáles son las implicaciones clínicas de esto? Más allá de que se necesitan más investigaciones, longitudinales, con un muestreo aleatorio estratificado y con una muestra con un rango de edad mayor que permita la generalización, se pueden sacar varias conclusiones relevantes de cara a la prevención y tratamiento de las conductas de juego a apuestas deportivas. La primera es que un elevado porcentaje de jugadores comienzan a realizar apuestas deportivas siendo menores de edad. Esto supone que, para cuando llegan a la clínica, la problemática está tan establecida que el proceso terapéutico va a ser mucho más largo, va a consumir más recursos del paciente y del sistema y va a suponer un paciente en un estadio de motivación sin conciencia (precontemplación o contemplación) y con conductas de juego muy perpetuadas que va a acabar en un efecto de puerta giratoria. Teniéndose conocimiento de que los jugadores comienzan a realizar apuestas deportivas durante su formación educativa obligatoria serían interesantes dos planteamientos: el primero, realizar más investigación para establecer si existen otras variables que pueden ser relevantes para la aparición de las conductas de juego como puede ser la baja regulación emocional, el bajo sentimiento de autoeficacia o la ausencia de sentimiento de pertenencia con sus iguales. En segundo lugar, establecer programas de prevención en los que se pueda contrarrestar la información proporcionada por las casas de apuestas y los iguales y establecer factores de protección y psicoeducación que les permita entender las apuestas deportivas como algo diferenciado del deporte o de una actividad de ocio

inofensiva. En este sentido, en el apéndice 5 se puede observar un programa de prevención para alumnos de educación primaria y secundaria que se ha elaborado a raíz de los datos obtenidos en esta tesis doctoral.

En segundo lugar, una vez caracterizada la muestra es importante tener en cuenta dichas características a la hora de elaborar instrumentos de evaluación. Cuanto más específico sea un instrumento a las características de la muestra, más fácil es que permita predecir en mayor medida la variable evaluada (Philleo et al.,1997). La adaptación y validación de los cuestionarios llevada a cabo en el **estudio 2** permite una evaluación precisa y breve de los aspectos cognitivos y comportamentales clave de las apuestas deportivas. Las principales preguntas que se han querido responder en este estudio son: *¿Es viable un cuestionario de cribado de creencias irracionales que permita medir las cogniciones de las personas que realizan apuestas deportivas sin perder sus características psicométricas?, ¿y en el caso de las actitudes hacia el juego?, ¿y en el caso de la impulsividad?*

Estas preguntas surgen en base a dos dificultades: la primera es que los instrumentos de evaluación poseen un elevado número de criterios, lo que dificulta un proceso de evaluación completo y exhaustivo sin que los usuarios pierdan concentración, atención e implicación; y acaben no terminando la evaluación o respondiendo sin conocimiento de causa. La segunda proviene de la tendencia a introducir todos los juegos de azar en el mismo saco. Se entiende esto partiendo de la base de que, hasta ahora, se consideraba que, a nivel de procesos, todos los juegos de azar funcionaban de manera similar por lo que el tratamiento debería ser parecido para todos ellos. Sin embargo, observando las diferencias claras que parece establecer la bibliografía y el estudio 1 se podría hipotetizar que unas diferencias tan observables también afecten a los procesos y/o a la metodología de evaluación y tratamiento.

Llegados a este punto parece bastante relevante establecer instrumentos de cribado adaptados a las apuestas deportivas derivados de otros con una buena consistencia interna, fiabilidad y validez. Así, el GRCS-Reducido, el CBAAD y el UPPS-Screening no sólo contribuyen a una comprensión más profunda de las creencias irracionales, actitudes y tendencia a actuar impulsivamente en las apuestas deportivas, sino que permite la existencia de instrumentos específicos que serán de utilidad en la detección temprana, en la práctica clínica, de factores de riesgo en el desarrollo de problemas de juego a apuestas deportivas. Por ejemplo, uno de los datos más llamativos que se observa durante este estudio es que, en el GRCS-Reducido, dentro de los cuatro factores que se establece, se observa que el que presenta un valor menor es el de “incapacidad para dejar de jugar”. Esto

es debido a que este factor mide creencias relacionadas con la conciencia del problema y de la interferencia y la gravedad de este, por lo que es probable que el 25% que afirmó invertir más tiempo en realizar apuestas deportivas del que le gustaría haya puntuado más alto en este criterio, pero que aquellos que forman parte del 15% que presenta criterios de juego patológico no posean conciencia del problema. En este caso, el poder pasar este cuestionario a un sujeto junto con un instrumento de evaluación de problemas de juego permite, en la práctica clínica, una aproximación al conocimiento del estadio de motivación al cambio en el que se encuentra el sujeto y conocer el tipo de creencias específicas que posee de cara a poder trabajarlas mediante reestructuración cognitiva u otras técnicas durante el tratamiento. Esto también pasaría en el caso del CBAAD, que no sólo permite evaluar las actitudes hacia las apuestas deportivas desde una perspectiva social, sino desde una perspectiva de interferencia en la vida del sujeto; y en el caso del UPPS-Screening, que permite hacer un cribado de los tres factores más relevantes en los apostadores deportivos, según la literatura (Cooper et al., 2022; Navas et al., 2014): la urgencia positiva, la urgencia negativa y la búsqueda de sensaciones.

Finalmente, en el **estudio 3** se integran los estudios 1 y 2 en un *path analysis*. Este estudio se considera de interés ya que permite establecer un marco estadístico y explicativo para examinar las potenciales relaciones entre la problemática de juego en las apuestas deportivas, la motivación, las actitudes, las creencias irracionales y la impulsividad. Las preguntas que se han querido responder son: *¿Cómo se configura la problemática de juego? ¿Existen determinados factores que permitan explicar la varianza en la problemática de juego? De ser así, ¿cuáles son y en qué orden se configuran?*

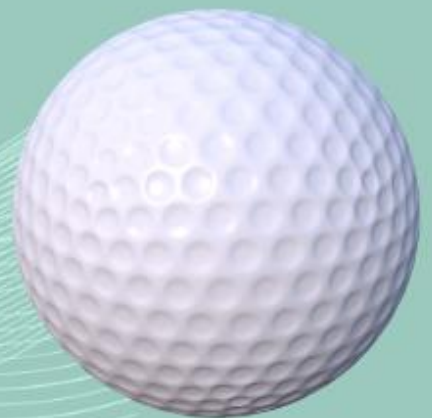
Estas preguntas surgen al observar que en los estudios anteriores las diferencias entre las apuestas deportivas parecen bastante significativas y que el modelo preponderante en la actualidad es el modelo de Sharpe (2002). Esto supone dos inconvenientes: el primero, que este modelo es teórico y no empírico; y, el segundo, que es generalizado de los juegos de azar y, como ya se ha establecido, los juegos de azar parecen presentar una caracterización suficientemente diferente a las apuestas deportivas como para no hipotetizar que también haya cambios en los modelos explicativos. No obstante, poder partir del modelo teórico de Sharpe (2002) y actualizarlo con la información recabada en los últimos 10 años, y luego realizar un análisis de rutas parecía ser una buena estrategia para establecer una aproximación a un modelo explicativo de las apuestas deportivas. Si bien es cierto que esta aproximación no ha aclarado muchas de las dudas e hipótesis de este estudio, sí que ha ofrecido ciertos resultados relevantes.

El primero es que parece que, teniendo en cuenta las variables utilizadas en este estudio, la influencia de las cogniciones, actitudes, impulsividad y motivación, de forma independiente, sobre la variable dependiente explicarían más la varianza de los problemas de juego que siguiendo los modelos basados en la literatura. Lo llamativo, sin embargo, no es: por un lado, que prediga más que el modelo establecido en este estudio, ya que se contaba con que así sería por el hecho de interrelacionar todas las variables entre sí; ni por el hecho de que los modelos planteados tuvieran un ajuste peor, ya que se considera lógico teniendo en cuenta que la intención de este modelo es apuntar hacia futuras investigaciones y establecer un principio de aproximación. Lo sorprendente fue observar que, a pesar de que los factores en los modelos 1 y 3 (los establecidos a partir de la literatura) tenían un peso bastante similar entre ellos por lo general, al comparar ambos modelos, la capacidad de explicación de los problemas de juego pasa a ser mínima cuando se observa el modelo de problemas de juego a lo largo de la vida. Esto supone un hallazgo interesante de cara a la práctica clínica porque implica una posible nueva explicación a una observación que se lleva años realizando en la intervención de las adicciones: ¿por qué a pesar de trabajar creencias, impulsividad, motivación y actitudes, entre otros, con los pacientes más persistentes, las recaídas forman parte del proceso incluso años después de haberse mantenido sin jugar? A pesar de que se necesitan más estudios, con más variables y con otros instrumentos para corroborar los hallazgos establecidos en esta tesis, parece interesante hipotetizar que igual existen otras variables más relevantes que explican los problemas de juego a largo plazo y que tienen más peso que las evaluadas aquí. Incluso se podría hipotetizar también que igual las creencias o la impulsividad sí que son relevantes pero mediadas por otras variables o estímulos. Además, sería plausible que las variables establecidas en este estudio no permitan explicar la varianza de la problemática de juego tal cual se expone aquí, no porque dichas variables no sean relevantes, sino porque muten durante la problemática de juego cambiando el discurso y las características y que por eso estos ítems no sean representativos.

Finalmente, parece relevante destacar que sí que se observan diferencias con el modelo establecido por Sharpe (2002), sobre todo en tres direcciones: La primera es que las creencias influyen sobre las actitudes, y no a la inversa, por lo que las actitudes, en las apuestas deportivas, no parecen actuar como variables de vulnerabilidad psicológica que favorecen el juego y dan lugar a las creencias irracionales, si no a la inversa. Son las creencias irracionales las que favorecen un posicionamiento actitudinal hacia las apuestas deportivas. En segundo lugar, que las actitudes no influyen significativamente en la problemática de juego. En tercer lugar, que la motivación parece ser un factor independiente al resto de variables no estando influido por las creencias irracionales,

aunque sí que influyendo sobre la impulsividad. Todo ello, a pesar de tener que ser tratado con cautela ya que se trata de una primera investigación de aproximación, establece una base sobre la cual desarrollar futuras investigaciones. De confirmarse estos resultados, esto tendría implicaciones importantes de cara a la práctica clínica siendo importante establecer cambios en los procesos de tratamiento en función del tiempo que lleve la persona presentando criterios de riesgo a las apuestas deportivas y dando más relevancia a las estrategias de intervención de las creencias irracionales y, sobre todo, de la impulsividad.

**PARTE VIII:
CONCLUSIONES Y
LIMITACIONES**



Parte VIII. Conclusiones y Limitaciones

Capítulo 16: Conclusiones

A lo largo de esta investigación se ha abordado el tema de las apuestas deportivas. Se ha prestado especial atención a su caracterización (demográfica, cognitiva, comportamental, publicitaria y topográfica), sus métodos de evaluación (cognitivos y comportamentales) y los procesos que se producen tras esta y que pueden derivar en problemas de juego. Es importante recalcar que este estudio se ha realizado justo después del desconfinamiento debido a la pandemia mundial de la covid-19. Esto implica que la evaluación se ha realizado tras un periodo en el cual los eventos deportivos fueron prohibidos y, por ende, no hubo apuestas deportivas posibles prácticamente a nivel mundial. Los resultados pueden mostrar ciertas diferencias derivadas de esto, como una menor puntuación en problemas de juego, menos tiempo o dinero invertido o cambios en las creencias irracionales o la impulsividad.

A continuación, se procede a establecer las conclusiones más relevantes obtenidas en esta disertación:

Propiedades demográficas y topográficas de la realización de apuestas deportivas:

- El 49.7% de jóvenes entre 18 y 25 años realizan apuestas deportivas.
- El 40% de jugadores a puestas deportivas presenta criterios de riesgo (riesgo leve, riesgo moderado y patológico). Casi dos quintas partes (15.5%) presentan juego patológico en el último año.
- La prevalencia de jugadores patológicos a apuestas deportivas casi se duplica al comparar a los jugadores a lo largo de la vida (8.9%) con los jugadores en el último año (15.5%).
- Los factores demográficos: edad, género, nivel educativo y nivel económico, actúan como variables facilitadoras del inicio del juego. El que menos tamaño del efecto muestra es la edad, debido a las características de la muestra. El nivel educativo y el nivel económico presentan diferencias con respecto a la bibliografía. En el caso del nivel educativo, los estudiantes tienen mayoritariamente formación profesional y no son tanto estudiantes de secundaria o universitarios (Gainsbury et al., 2013; López-González et al., 2018a; Seal et al., 2022). En el caso del nivel económico predomina el nivel medio frente al bajo de la mayor parte de la literatura (Castrén et al., 2013; Heiskanen y Toikka, 2016).

- Los factores publicitarios no parecen actuar como variables facilitadoras del inicio del juego en contra de lo que establece la literatura.
- Los factores topográficos indican que la actividad de las apuestas deportivas está cada vez más orientada hacia el juego en línea y social con iguales. También se observa un patrón de juego frecuente pero no intenso, es decir, en el que se invierte mucho tiempo semanalmente pero poco dinero por apuesta.

Propiedades Psicométricas de los Instrumentos:

- El GRCS-Reducido es un instrumento de evaluación reducido y adaptado del GRCS-S (Del Prete et al., 2017), que presenta una solución de 4 factores similar a la recomendada por Billieux et al. (2012) con una buena fiabilidad y consistencia interna ($\alpha = .934$; $\omega = .929$; $r_{xx} = .93$).
- El CBAAD es un instrumento de cribado adaptado del Cuestionario de Actitudes del *Gamertest* (Labrador et al., 2019), que presenta una solución de dos factores: pérdida de tiempo/diversión y peligrosidad, que permite explicar el 70% de la varianza. Presenta índices de fiabilidad y consistencia interna sólida ($\alpha = .835$; $\omega = .779 - .852$; $r_{xx} = .81$).
- El UPPS-Screening es un instrumento de cribado adaptado del B-UPPS-P (Cándido et al., 2012), que presenta una solución de un factor. Presenta índices de fiabilidad y consistencia interna sólida ($\alpha = .835$; $\omega = .844 - .870$; $r_{xx} = .80$).

Relación entre los Instrumentos y los Problemas de Juego:

- El modelo biopsicosocial de juego a apuestas deportivas no es el modelo que mejor ajuste y predicción presenta. El mejor modelo, según esta investigación, es un modelo simplificado (modelo 0) que interrelaciona todos los factores entre sí y permite explicar el 64% de la varianza de la problemática de juego, aunque no está exento de limitaciones.
- El modelo biopsicosocial de juego patológico de Sharpe (2002) tampoco se ajusta a los resultados obtenidos en esta investigación. En primer lugar, porque, según lo encontrado en esta disertación, las actitudes no serían un factor de vulnerabilidad psicológica, ni influirían sobre las creencias. En segundo lugar, porque serían las creencias irracionales las que influirían en las actitudes. En tercer lugar, porque la motivación es un factor independiente, no explicado por ninguna otra variable, que ejerce su efecto sobre la impulsividad.

- Los modelos 1 y 3, establecidos a partir de la literatura, parecen establecer que, en contra de la hipótesis planteada y del modelo de Sharpe (2002), dentro de los factores cognitivos, la motivación al juego no actúa como variable facilitadora o protectoras de las cogniciones y las actitudes al juego; aunque sí de la impulsividad.
- Los modelos 1 y 3, establecidos a partir de la literatura, parecen establecer que, como se planteaba en la hipótesis y en contra de lo establecido por Sharpe (2002), dentro de los factores cognitivos, las creencias irracionales actúan como variable moduladora de las actitudes y la impulsividad, tal y como se ha encontrado en la literatura científica.
- Los modelos 1 y 3, establecidos a partir de la literatura, parecen establecer que, en contra de lo que se planteaba en la hipótesis y de lo establecido por Sharpe (2002), dentro de los factores cognitivos, las actitudes hacia el juego no sólo no actúan como variable moduladora de la impulsividad; sino que no tienen peso sobre ninguna variable.
- El modelo 1 y 3, establecidos en base a la literatura parecen confirmar que, tal y como se planteaba en las hipótesis y siguiendo lo establecido por Sharpe (2002), las creencias irracionales y la impulsividad actúan como las mayores variables moduladoras de la problemática de juego.
- Las motivación, las creencias irracionales y la impulsividad son variables que permiten explicar la varianza de los problemas de juego en el último año, pero no a lo largo de la vida, según las interacciones establecidas en este estudio.

Capítulo 17: Limitaciones

Este estudio no está exento de limitaciones. A continuación, se proceden a exponer las limitaciones más relevantes y las aproximaciones en futuros estudios que se consideran interesantes para poder subsanarlas.

Selección de la muestra: Como ya se ha concluido anteriormente, el tipo de muestreo utilizado en esta tesis posee ciertas limitaciones. La primera de todas es que no es representativa de la población general, ni de la población que realiza apuestas deportivas. Tampoco se puede considerar representativa de los jóvenes de 18 a 25 años o de los usuarios de las redes sociales. Por otro lado, esta forma de recolectar la muestra podría haber generado sesgos. Se recomienda en futuras investigaciones realizar un muestreo aleatorio estratificado y sistemático para garantizar la representación de diferentes grupos demográficos. También realizar un estudio longitudinal y no con medidas en una sola ocasión.

Análisis descriptivo: En futuras investigaciones se recomienda tener en cuenta otras variables de interés como las estrategias de regulación emocional, el apego, la sensación de falta de autoeficacia o de sentimientos de pertenencia entre iguales. Dados los resultados obtenidos, también sería interesante observar si, con respecto a la publicidad, igual la diferencia significativa no se encuentra en jugadores y no jugadores, con respecto a las tasas de recuerdo sino entre el recuerdo y la mayor inversión monetaria en esas casas. También sería interesante medir el recuerdo de la publicidad con otros instrumentos que no sea tasa de recuerdo, como el *eye tracking*.

Adaptación y reducción de escalas: A pesar de que las medidas de fiabilidad y validez de todos los instrumentos validados en este estudio parecen ser sólidas y buenas, modificar y reducir la cantidad de ítems en escalas previamente validadas puede afectar la validez y fiabilidad de las mediciones. Podría haber pérdida de información relevante o cambios en la estructura original de las escalas, lo que podría influir en los resultados y su interpretación. Sería interesante volver a validar estos instrumentos con una muestra diferente. También compararlas con otros instrumentos de evaluación similares. En el caso del CBAAD y del UPPS-Screening también sería interesante realizar análisis confirmatorios, a parte de los exploratorios ya realizados.

Path analysis: A pesar de que se entiende este estudio como una aproximación hacia futuras investigaciones, los resultados obtenidos podrían indicar limitaciones en la comprensión o medición de las variables utilizadas o que el modelo no se ajusta adecuadamente a la población estudiada. Se recomienda, en futuras investigaciones,

utilizar otros instrumentos diferentes, sobre todo en el caso de la medición de la problemática del juego. También introducir otro tipo de variables como la regulación emocional, la sensación de falta de habilidades de afrontamiento o de pertenencia o variables relacionadas con el apego. Finalmente, se podría considerar, en futuros estudios, el uso de diferentes técnicas de modelado para explorar relaciones complejas.

APÉNDICES



Apéndice 1: Revisión Sistemática Sobre las Apuestas Deportivas y Otras Variables

Tabla 22

Conclusiones de artículos entre 2012 y 2023 sobre la relación entre la edad y las apuestas deportivas.

Referencia	País	Participantes	Variables	Conclusiones
Abolakale et al. (2023)	Nigeria	N= 385 estudiantes	AD (BATQ) $\alpha = .73$	<p>Menores de edad: época de mayor vulnerabilidad para que cualquier conducta se traduzca en un patrón problemático: a la ausencia de madurez del cerebro</p> <p>Relación edad-género: mujeres comienzan a participar en las apuestas a una edad más avanzada</p> <p>Problemas de juego: jugadores entre 10 y 14 años (50.4%) tienen tendencia a tener problemática de juego. 34.6% mayores de 15 años tienen mayor tendencia a desarrollar adicción a AD. El 23.9% (entre 10 y los 18 años) no cumplían criterios de problemas de juego, el 36.4% cumplía criterios de juego de riesgo y el 39.7% de juego problemático.</p>
Abu et al. (2022)	Etiopía	N=414 jóvenes (25-31 años)	AD (SOGs) $\alpha = .97$ Actitudes (ATSB-8) $\alpha = .88$	<p>Problemas de juego: los jóvenes hasta los 31 años poseen 5 veces más probabilidades de tener problemas de juego que los mayores de 45 (AOR = 4.89, IC 95% (1.42-16.89)).</p>
Ayandele et al. (2020)	Nigeria	N=749 estudiantes (42.9% mujeres)	Actitudes hacia el juego (ATGS-8) Género Edad	<p>Relación edad-CI: Clara relación entre las creencias irracionales, sobre todo la ilusión de control, con una actitud positiva hacia la realización de apuestas deportivas (B=.38, t= 10.43, $p < .01$).</p>
Etuk et al. (2022)	RS Internacional	N=65 artículos	AD Publicidad	<p>Relación edad-actitudes: la edad presenta una correlación negativa con una actitud favorable hacia el juego</p> <p>Relación edad-motivación: Así mientras que los jóvenes y adolescentes comenzarían a jugar motivados principalmente por variables internas (aumentar la excitación, disminuir el malestar, académico y familiar, sobre todo, o paliar el aburrimiento) y, en menor medida, por variables externas (como forma de socialización); los adultos comenzarían a jugar más motivados por factores externos (ganar dinero o paliar las pérdidas) y en menor medida por factores internos (disminuir el malestar)</p>

Gainsbury et al. (2015)	Australia	N=15006 australianos adultos que han jugado en los últimos 12 meses	JA +AD Sociodemográficos Actitudes (AH) Creencias (AH)	Menores de edad: los jóvenes (OR = 1.03, $p = .002$) prefieren AD a través de internet (OR= .2, $p = .001$) y la participación en más juegos y de más riesgo (OR = .70, $p < .001$). Pérdida de mayores cantidades de dinero (OR = .64, $p < .035$). Relación edad-género: se relaciona ser joven con ser hombre (OR = .45, $p < .001$),
Habibu et al. (2020)	Tanzania	N= 383 estudiantes secundaria	AD: NE Adolescentes	Menores de edad: aumento en número de menores de entre 13 a 17 años que poseían teléfonos móviles y acceso a internet. Estos observaron que, no sólo eran activos en actividades deportivas, sino que la tasa de prevalencia del juego en su muestra (N=383) era bastante alta entre este grupo de edad (el 73.8%). Además, estos mismos autores obtuvieron que los jóvenes entre los 10 y 17 años estaban mucho más interesados en asumir los riesgos de las apuestas que aquellos que eran mayores de edad Relación edad-actitudes: los adolescentes presentan ciertas actitudes positivas hacia jugar alguna vez en la vida ($r = .18$, $p < .05$), hacia jugar una vez al mes ($r = .16$, $p < .05$) y con respecto a jugar una vez a la semana ($r = .11$, $p < .05$).
Hanss et al. (2014)	Noruega	N=2055 noruegos de 17 años	JA +AD (PGSI) Actitudes (ATGS) $\alpha = .83$ Motivación (AISS) $\alpha = .49 - .64$ Creencias (AH)	Relación edad-impulsividad: Los adolescentes presentan elevadas puntuaciones tanto en impulsividad como en búsqueda de sensaciones a la hora de realizar apuestas deportivas mensualmente ($r = .06$, $p < .05$, en ambas variables) y semanalmente ($r = .07$ y $r = .05$; $p < .05$, respectivamente), mientras que no observó diferencias estadísticamente significativas en los niveles de impulsividad en aquellos adolescentes que referían realizar apuestas deportivas puntualmente.
Heiskanen & Toikka (2016)	Finlandia	N=4484 jugadores fineses	Clústeres (PGSI)	Menores de edad: personas con menor edad comienzan a jugar en mayor proporción
Hing et al. (2017b)	Australia	N= 455 AD australianos	AD (PGSI) $\alpha = .98$ Promociones (frecuencia)	Problemas de juego: los adolescentes y jóvenes de menor edad, presentan mayores problemáticas de juego y riesgo de desarrollar juego patológico que los adultos.
Li et al. (2018)	Australia	N= 848 adolescentes (14- 17 años)	JA (NE) Actitudes (ATGS) $\alpha = .94$ Publicidad (tasa de recuerdo)	Relación edad-esponsorización: Vulnerabilidad de los menores de edad que presentan una clara influencia de la esponsorización ($F = 12.412$, $p < .001$). Solo ocurriría en jugadores que previamente presentasen una actitud positiva hacia el juego ($b = .028$, $p = .039$).

Marchica et al. (2017)	EEUU	N=6818 estudiantes de secundaria	AD (NODS-clip) $\alpha =$.96	Problemas de juego: el 29% de los adolescentes que realizan AD +1vez/mes cumplían criterios de jugadores de riesgo. Los jugadores entre 10 y 12 años que afirmaban realizar apuestas deportivas eran significativamente más propensos a ser considerados jugadores de riesgo ($\chi^2 (1, 608) = 15.41, p < .001, OR = 6.03$). Los jugadores entre 13 y 15 años que afirmaban realizar apuestas deportivas eran significativamente más propensos a considerarse jugadores de riesgo y 4 veces más tendentes a aumentar su frecuencia de juego ($\chi^2 (1, 2, 977) = 57.98, p < .001$). Entre los 16 y los 19 años y que afirmaban realizar apuestas más de una vez al mes fueron asociados significativamente con el juego de riesgo ($\chi^2 (1, 2, 492) = 234.14, p < .001, OR = 9.7$).
Mwadime (2017)	África	Cualitativo	AD	Menores de edad: subdesarrollo de mecanismos de autocontrol y mayor sensibilidad a los efectos de las sustancias neurotóxicas, independientemente de un origen farmacológico o comportamental
Pallesen et al. (2016)	Noruega	N=1239 adolescentes	JA (AH) $\alpha = .56$ Actitudes (ATGS) $\alpha =$.83-.85 Impulsividad (AISS y NIS-EIS) $\alpha = .63$ y NE	Juego: la edad supone una de las características demográficas más relevantes para el inicio y mantenimiento del juego Relación edad-actitudes: la edad presenta una correlación negativa con una actitud favorable hacia el juego
Pérez-Albéniz et al. (2022)	España	N=1790 adolescentes	JA +AD (ESTUDES)	Menores de edad: diferencia significativamente mayor: el 60% de los adolescentes preferían realizar apuestas deportivas seguido de uso de videojuegos (25.2%) y juegos de cartas con apuestas (22.8%). Las apuestas deportivas fueron el tipo de juego más frecuentado tanto en los juegos presenciales (el 28% de su muestra, N=219) como en juego <i>online</i> (32%, N=99) (menores de 18 años). Entre 13 y 16 y a partir de 16 años: aumento considerable en la tendencia a la realización de apuestas, en ambos sexos.
Russell et al. (2018)	Australia	N=1813 JA	JA + AD (PGSI) $\alpha =$.94 Impulsividad (BIS-B) $\alpha = .74$	Menores de edad: personas con menor edad comienzan a jugar en mayor proporción

Sarabia et al. (2014)	España	N= 79 jóvenes y adolescentes	JA	<p>Menores de edad: la población menor de edad presenta una mayor preferencia por las apuestas deportivas, tanto <i>online</i> como presenciales en comparación con otros tipos de juegos de azar.</p> <p>Relación edad-impulsividad: Los jóvenes y adolescentes muestran una mayor tendencia a la impulsividad, a la presión social y mayor susceptibilidad a las adicciones. Estas se ven aumentadas debido a la precocidad en la iniciación del juego y la disponibilidad de locales de apuestas deportivas</p> <p>Problemas de juego: vulnerabilidad para desarrollar problemáticas de juego se ve aumentada en gran medida debido a la precocidad de iniciación en el juego</p>
Seal et al. (2022)	Australia	N= 15000 sports fans australianos	AD Actitudes (ATSI)	<p>Menores de edad: No registros exactos de incidencia y prevalencia sobre apuestas deportivas en menores. Los jóvenes de 18 años 25% más de probabilidades de comenzar a realizar apuestas deportivas que los mayores de edad. A medida que aumenta en edad, disminuyen las probabilidades de comenzar a jugar y desarrollar problemas de juego</p> <p>Relación edad-género: las investigaciones más recientes no demuestran efectos significativos entre el género y la edad para las apuestas deportivas de mujeres. A partir de los 20 años, se ha observado que comienza a aumentar la proporción de mujeres que participan en apuestas deportivas disminuyéndose las diferencias entre ambos géneros</p>
Thomas et al. (2018)	Australia	N=111 adolescentes (11-16 años)	JA + AD Actitudes Anuncios	<p>Relación edad-casas de apuesta: Esto es relevante porque, según la investigación, los adolescentes y menores de edad se identificaban con ciertas casas de apuestas incluso antes de que puedan apostar legalmente</p>
Tolga (2019)	Turquía	N=6116 adolescentes (12-18)	AD <i>online</i> (SOB)	<p>Problemas de juego: aunque los jóvenes y adolescentes presentan entre 2 y 4 veces más probabilidades de desarrollar problemáticas relacionadas con el juego, estos patrones suelen disminuir al cabo de 8-12 años, con la madurez. El 2.9% de los adolescentes entre 12-18 años poseían rasgos de juego problemático. Casi ¼ de los jugadores había empezado a jugar entre los 10 y los 12 años, el 59% entre los 13 y los 15 años y el 18% entre los 16 y los 18 años, siendo los hombres los que referían empezar antes que las mujeres</p>
Winters y Derevensky (2019)	EEUU	Cualitativo	AD	<p>Menores de edad: las apuestas deportivas han sufrido un aumento, sobre todo, entre jóvenes y adolescentes que identifican éstas como una forma segura de ganar dinero.</p>

Nota. AD = Apuestas deportivas/ apostadores deportivos; RS = Revisión sistemática; JA = Juegos de azar/ Jugadores de azar; NE = No especificado; AH = Ad hoc. Los α que no aparecen en la tabla es debido a que no fueron establecidos en sus respectivos estudios.

Tabla 23

Conclusiones de artículos entre 2012 y 2023 sobre la relación entre el género y las apuestas deportivas.

Referencia	País	Participantes	Variables	Conclusiones
Ayandele et al. (2020)	Nigeria	N=749 estudiantes	Actitudes hacia el juego (ATGS-8) $\alpha = .88$ Género Edad	Relación género-juego: género ($r=.08$, $p < .05$)
Håkansson (2016)	Suecia	Cualitativo	JA	Diferencias de género: Gran diferencia entre los tipos de juegos y número de deportes a los que apuestan. Las mujeres más vinculadas a las máquinas recreativas o al bingo.
Hanss et al. (2014)	Noruega	N=2055 noruegos de 17 años	JA +AD Actitudes (ATGS) $\alpha = .83$ Demográficos Motivación Impulsividad (AISS) $\alpha = .49 - .64$	Relación género-actitudes: hombres jóvenes de 17 años ($r = -.25$, $p < .05$), los que tienen una actitud positiva hacia el juego frente a las mujeres. Ser hombre es la segunda variable que más explicaba las actitudes favorables hacia el juego ($B (SE) = -2.34 (.36)$, $\beta = -.16$; $t = -6.51$, $p < .001$) por detrás de la aprobación familiar. El género (ser hombre) ($B (SE) = -2.34 (.36)$, $\beta = -.16$; $t = -6.51$, $p < .001$), la agradabilidad (ausencia de) ($B (SE) = -.58 (.26)$, $\beta = -.05$; $t = -2.24$, $p = .03$), la búsqueda de sensaciones ($B (SE) = 1.19 (.5)$, $\beta = .06$; $t = 2.36$, $p = .02$) y el haber realizado apuestas deportivas alguna vez en la vida ($B (SE) = 1.14 (.51)$, $\beta = .05$; $t = 2.24$, $p = .03$) explicaban en un 29% las actitudes positivas hacia el juego (R^2 ajustada = .29; $F (15, 1762) = 48.89$, $p < .001$).
Heiskanen & Toikka (2016)	Finlandia	N=4484 jugadores fineses	Clústeres	Diferencias de género: hombres poseen un 25% más de probabilidades que las mujeres de realizar apuestas deportivas. Las mujeres, dentro de los JA, más vinculadas a las máquinas recreativas o al bingo. Relación género-creencias: hombres: mayor tendencia de generar creencias de ilusión de control y mayor frecuencia en la tendencia a apostar
Hing et al. (2018)	Australia	N=1813 ADaustrianos	AD (PGSI) $\alpha = .94$ Impulsividad (BIS) $\alpha = .87$ Publicidad (frecuencia partidos)	Diferencias de género: Hombres los que apuestan más frecuentemente y de forma más regular. Mujeres más impulsivamente. Relación género-edad: mujeres comienzan a participar a una edad temprana pero más avanzada que los hombres.

Hing et al. (2016a)	Australia	N=15000 australianos	JA + AD (PGSI) $\alpha = .87$	Problemas de juego: Hombres son más tendentes a ser jugadores de riesgo (25.4%) que no problemáticos (9.9%) ($\chi^2 (1, 4511) = 65.4, p < .001, \Phi = .12$) que las mujeres que no presentan diferencias significativas (2.6% jugadoras no problemáticas frente a 3.9% jugadoras de riesgo)
Hing et al. (2016b)	Australia	N= 639 AD australianos	AD (PGSI) Publicidad (frecuencia partidos)	Relación género-edad: los hombres suelen comenzar a jugar con menor edad que las mujeres, por lo que es más frecuente que los menores de edad que juegan sean varones.
Kristiansen et al. (2014)	Dinamarca	N=2223 estudiantes daneses (11-17 años)	JA + AD (SOGS-RA) Creencias (AH)	Género: variable más relevante en la realización de apuestas deportivas y los problemas derivados de ellas
Lin y Lu (2015)	Taiwan	N=1032 jugadores	AD (NE) Impulsividad (NE) Personalidad (NEO- FFI)	Problemas de juego: los hombres ($M = 1823.96, dt = 8832.61$) apostarían más dinero que las mujeres ($M = 500.30, dt = 966.21$) ($t = -4.27, p < .05$), con más frecuencia (al mes) ($Mh = 2, dt = 1.14$ vs. $Mm = 1.36, dt = .69$) ($t = -9.65, p < .05$). Relación género-impulsividad: hombres más impulsivos a la hora de tomar decisiones de cara a realizar apuestas deportivas
López-González et al. (2019)	España y Australia	N=361 AD españoles N=738 AD australianos	AD (PGSI) $\alpha = .94$	Problemas de juego: En población clínica, la severidad del trastorno de juego patológico es significativamente superior en mujeres que en hombres.
Marchica et al. (2017)	EEUU	N=6818 estudiantes de secundaria	AD (NODS) $\alpha = .96$	Diferencias con JA: que las mujeres, dentro de los juegos de azar, han estado más vinculadas a las máquinas recreativas o al bingo
McCarthy et al. (2018)	Australia	N=509 mujeres	JA + AD (PGSI) Percepción del juego (AH)	Diferencias de género: aumento del interés de las mujeres hacia las apuestas deportivas Problemas de juego: nivel de problemática de juego menor en las mujeres entre 16 y 34 años que en aquellas con más de 55 años ($F (2, 506) = 6.57, p = .001$).
Mercier et al. (2018)	Canadá (RS)	N=31 artículos	AD	Género: variable más relevante en la realización de apuestas deportivas y que más correlaciona con los problemas derivados.

Pitt et al. (2017)	Australia	N=48 adolescentes	AD (NE) publicidad	<p>Relación género-creencias: los hombres poseen mayor tendencia de creencias de ilusión de control, mayor frecuencia en la tendencia a apostar y sensación de que apostar es una actividad normal, común, fácil y sin riesgo</p>
Seal et al. (2022)	Australia	N= 15000 fans deportivos australianos	AD (NE) actitudes (ATSI)	<p>Diferencias de género: hombres poseen un 25% más de probabilidades que las mujeres de realizar apuestas deportivas.</p> <p>Relación género-edad: las investigaciones más recientes no demuestran efectos significativos entre el género y la edad para las apuestas deportivas de mujeres. A partir de los 20 años, se ha observado que aumenta la proporción de mujeres que participan en AD disminuyéndose las diferencias entre ambos géneros.</p>
Wardle et al. (2021)	UK	N=3866 AD antes de la covid-19	AD antes y después de la covid-19	<p>Relación género-edad: En la actualidad los jugadores se asemejan a un varón más joven (entre 15 y 35 años) cuya forma de apostar se habría modernizado y sería, en parte, telemática.</p>
Winters y Derevensky (2019)	EEUU	Revisión Sistemática	AD	<p>Género: una de las variables más relevantes en la realización de apuestas deportivas, apareciendo como una actividad preponderantemente realizada por hombres.</p> <p>Diferencias de género: menor interés de las mujeres por los deportes y ausencia de presión de grupo entre iguales, sean mujeres u hombres, tanto para conocer como para entender los eventos deportivos</p> <p>Problemas de juego: el género es una de las variables que más correlaciona con los problemas de juego.</p>

Nota. AD = Apuestas deportivas/ apostadores deportivos; RS = Revisión sistemática; JA = Juegos de azar; NE = No especificado; AH = Ad hoc. Los α que no aparecen en la tabla es debido a que no fueron establecidos en sus respectivos estudios.

Tabla 24

Conclusiones de artículos entre 2012 y 2023 sobre la relación entre el nivel educativo y las apuestas deportivas.

Referencia	País	Participantes	Variables	Conclusiones
Afe et al. (2022)	Nigeria	Muestra clínica (N=53) No clínica (N=400)	JA (SOGS) $\alpha = .69$ -. .87 DSM-BQ CIE- 11	Problemas de juego: representación desproporcionada de jugadores sin estudios obligatorios entre los jugadores patológicos. Los niveles más altos de educación no se asocian en tanta medida con el juego patológico ($p < .005$). = 13.56, $p < .001$)
Gainsbury et al. (2013)	Australia	N=6682 JA	JA (PGSI) Búsqueda de ayuda	Diferencias en el nivel educativo: la variable nivel de estudios difiere mucho en su influencia en el juego en función de si el juego es <i>online</i> o presencial. <i>Online</i> , el patrón de juego entre jugadores con un mayor o menor nivel educativo no difería tanto.
Hing et al. (2017a)	Australia	N= 1816 AD australianos	AD (PGSI) $\alpha = .942$ Impulsividad (BIS- brief) $\alpha = .78$	Diferencias en el nivel de estudios: aquellos jugadores que poseen un nivel de estudios mayor tienen más tendencia a la impulsividad, aunque sólo durante los partidos
Hing et al. (2016b)	Australia	N= 639 AD australianos	AD (PGSI) Publicidad (frecuencia partidos)	Problemas de juego: diferencias significativas entre los diferentes niveles educativos (Kruskal-Wallis $\chi^2(4) = 9.84$, $p = .043$) en la dirección opuesta. Los que no habían terminado los estudios obligatorios tenían menos nivel de problemática de juego que aquellos que sí que habían terminado (Mann-Whitney U = 5579.5, Z = -2.48, $p = .013$), que los estudiantes universitarios (Mann-Whitney U = 5248.5, Z = -2.07, $p = .039$) y que los estudiantes de posgrado (Mann-Whitney U = 3326.5, Z = -1.97, $p = .049$). Los que tenían los estudios obligatorios terminados tenían más nivel de problemática de juego que aquellos con una formación profesional (FP) (Mann-Whitney U = 11612.6, Z = -2.1, $p = .036$).
López-González et al. (2018)	España	N=659 jugadores españoles	AD (PGSI) $\alpha = .945$	Problemas de juego: no existe correlación entre nivel educativo y problemática de juego (Mann-Whitney U = 39.394, Z = -1.05, $p = .294$)
López-González et al. (2019)	España y Australia	N=361 AD españoles N=738 AD australianos	AD (PGSI) $\alpha = .94$	Problemas de juego: Mayor consenso es en que los niveles más altos de educación rara vez se han asociado con juego patológico.
Mestre-Bach	USA	N=113 AD	JA + AD (SOGS) $\alpha =$	Problemas de juego: los jugadores problemáticos en las AD suelen tener un nivel educativo mayor que aquellos que poseen problemática relacionada con otros juegos de

et al. (2022)		N=1135 JA	.94	azar ($Eta^2 = 55.36, p < .001$).
Ofosu y Kotey (2020)	Ghana	N= 99 AD	AD (NE)	Problemas de juego: niveles más altos de educación no asociados con juego patológico.
Russell et al. (2018)	Australia	N=1813 JA	JA + AD $\alpha = .94$ Impulsividad (BIS-brief) $\alpha = .74$	Problemas de juego: los jugadores con niveles de estudio de postgrado poseían significativamente más puntuaciones de juego problemático ($t = -2.321, p = .02$) que los jugadores con otros niveles educativos menores.

Nota. AD = Apuestas deportivas/ apostadores deportivos; RS = Revisión sistemática; JA = Juegos de azar/ jugadores de azar; NE = No especificado; AH = Ad hoc. Los α que no aparecen en la tabla es debido a que no fueron establecidos en sus respectivos estudios.

Tabla 25

Conclusiones de artículos entre 2012 y 2023 sobre la relación entre el nivel económico y las apuestas deportivas.

Referencia	País	Participantes	Variables	Conclusiones
Heiskanen & Toikka (2016)	Finlandia	N=4484 jugadores fineses	Clústeres	Problemas de juego: las personas con un mayor patrón de apuestas problemático se encuentran en un nivel socioeconómico bajo, en grupos minoritarios o en situación de exclusión social (desempleadas, con salarios mínimos o inmigrantes).
Lee et al (2014a)	Corea	N=587 JA	JA + AD Actitudes (GPS) Impulsividad (GPS)	Relación entre nivel económico-actitudes: sujetos con más recursos, dinero y tiempo tenían una actitud más positiva hacia las AD

Nota. AD = Apuestas deportivas; JA = Juegos de azar/ jugadores de azar. Los α que no aparecen en la tabla es debido a que no fueron establecidos en sus respectivos estudios.

Tabla 26

Conclusiones de artículos entre 2012 y 2023 sobre la relación entre las creencias irracionales y las apuestas deportivas.

Referencia	País	Participantes	Variables	Conclusiones
Cowie et al. (2017)	Alemania	N=49 jugadores	JA (NE) Creencias (GCI) $\alpha = .83 - .92$	Relación entre creencias-impulsividad: relacionada con conductas de riesgo ($r = .34, p < .05$) Creencias: identificar la realización de AD como un comportamiento auténtico puede dar la sensación de que la vida de la persona es satisfactoria y significativa siempre y cuando en ella exista ese sentimiento. Las CIs que se establecen con la funcionalidad de sentirse en consonancia con los valores del jugador, sobre todo, la ilusión de control y el exceso de confianza asociado a este tipo de creencias.
Etuk et al. (2022)	Internacional (RS)	N=65 artículos	AD Publicidad	Relación entre creencias-impulsividad: relacionada positivamente con conductas de riesgo (como, por ejemplo, apostar más dinero del que el propio jugador puede permitirse).
Heiskanen & Toikka (2016)	Finlandia	N=4484 jugadores fineses	Clústeres	Relación entre creencias-impulsividad: mayor tendencia a generar creencias de ilusión de control y una mayor frecuencia en el interés por apostar, además de una mayor impulsividad en el transcurso de la acción.
Hing et al. (2015a)	Internacional (Australia y Canadá)	N=25 jugadores en riesgo y problemáticos	JA (PGSI) Creencias (NE)	Creencias: las CIs (ilusión de control y exceso de confianza) se establecen con la funcionalidad de sentirse en consonancia con los valores del jugador.
Hing et al. (2015c)	Australia	N= 1000 adultos	AD (PGSI) $\alpha = .95$ Publicidad (recuerdo)	Relación creencias-publicidad-problemas de juego: que la exposición a la publicidad de las apuestas deportivas era mucho más efectiva a la hora de generar creencias de ilusión de control ($F = 6.72, p < .01$) en jugadores con riesgo leve y moderado de problemática de juego frente a aquellos que no presentaban problemas de juego.

Labrador & Labrador (2020)	España	Revisión bibliográfica	Creencias	<p>Creencias: no unanimidad entre los científicos sobre qué sesgos se deben considerar, como llamarlos o qué los caracteriza. Supersticiones o correlación ilusoria: Asociación entre dos eventos que no están relacionados. Perder por poco: Creencia de que “se ha estado cerca de ganar” y que a la próxima no volverá a cometer los mismos errores. Falacia del jugador (tipo 2) creencia de que, a raíz de un número de observaciones reducido, se puede detectar un resultado. Es decir, creer que la acumulación de información o apuestas pasadas les otorgará ventaja en la siguiente tanda de apuestas. Fijación en frecuencias absolutas: Consiste en poner más atención en cuánto se gana y no en la proporción entre lo ganado y lo apostado. Atribución flexible: tendencia a atribuir los éxitos a los conocimientos propios y los fracasos a influencias externas de otro tipo.</p>
Lee et al. (2014a)	Corea	N=587 JA internacionales	JA + AD Actitudes (GPS) Impulsividad (GPS)	<p>Creencias: la predicción de control se relaciona con la intención de realizar apuestas deportivas ($\gamma = .42$, $t = 5.98$, $p < .001$) Relación creencias-actitudes: la dificultad percibida a la hora de llevar a cabo una acción influye de cara a su actitud hacia ella.</p>
Leng et al. (2022)	Singapur	N= 173 estudiantes hombres (N=56 AD)	AD (AH) $\alpha = .94$ Actitudes (AH) $\alpha = .86$ Creencias (AH) $\alpha = .78$	<p>Creencias: Las personas que no apuestan poseen puntuaciones más bajas ($M = 2.82$, $dt = 1.04$) en el control percibido que los jugadores ($M = 3.34$, $dt = .92$) ($t [171] = 3.19$, $p < .01$). El control percibido era el mayor predictor de la intención de jugar ($\beta = .25$, $p < .01$, $R^2 = .43$) por parte de los jugadores.</p>
López-González et al. (2017)	UK	N= 102 anuncios	AD (NE) Creencias Publicidad	<p>Creencias: Ilusión de control: Entre las distorsiones cognitivas, tradicionalmente se ha considerado que la ilusión de control (Langer, 1975) tiene una gran influencia en la conducta de juego y en el desarrollo de problemas de juego. Según el modelo de Rothbaum, Weiss y Snyder (1982) el control percibido es una dinámica que implica una estrategia de control primaria y secundaria. El control primario ocurre cuando los individuos “intentan cambiar el mundo para que se ajuste a las necesidades del yo” (1982, p. 8). Sin embargo, cuando este cambio no es posible, los individuos se muestran adaptativos y desarrollan una estrategia de control secundaria que consiste en intentar “encajar en el mundo” (1982, p. 8). Es decir, cuando los individuos no logran cambiar el mundo para que se ajuste a sus necesidades, recurren a estrategias de control secundarias, es decir, a procesos internos, para proteger su propia percepción de control Control predictivo: Es un mecanismo importante de control secundario (Rothbaum et al., 1982) que tiene un papel cada vez más importante en las apuestas deportivas debido a que, cuando las personas se sienten incómodas con respecto a un evento incontrolable, pueden reducir su incomodidad haciendo predicciones sobre ese evento.</p>

López-González et al. (2020b)	España	N= 43 FEJAR	AD Tratamiento	<p>Creencias: Las AD se diferencian de otros JA como la lotería, la mayoría de las máquinas recreativas, la ruleta y el bingo en que están estructuradas como una combinación de habilidades y azar, similar al póquer o al blackjack. Esta combinación genera una percepción sobreestimada del poder que tiene el jugador en la obtención de ganancias e infraestima el importante papel del azar.</p> <p>Problemas de juego: El modelo de vías integrales del juego problemático (Blaszczynski y Nower, (2002) establece así que las creencias relacionadas con la ilusión de control y la falacia del jugador se encuentran presentes tanto en jugadores de riesgo como en los jugadores sin problemas teniendo un papel fundamental en el desarrollo del trastorno. Sin embargo, según esta teoría, mientras que los jugadores sin problemas se quedarían en la ilusión de control, los jugadores con problemas recurrirían más frecuentemente a mecanismos explicativos de los resultados y al control predictivo. Esta tendencia a ser más irracionales en sus sesgos parece estar asociadas, según estos autores, con barreras internas que hacen que sea más difícil para los jugadores ser conscientes del poder que están teniendo sus creencias sobre sus conductas y percepciones.</p>
Mañoso et al. (2004)	España	N=80 jugadores patológicos	JA (NE)	<p>Creencias: Los heurísticos son atajos que permiten filtrar la información de manera que sea más accesible y que podamos hacer predicciones más fácilmente. Las diferencias entre las creencias podrían deberse a: la frecuencia de estas distorsiones, sobre todo en relación con la implicación en el juego; que, aunque todos los jugadores tengan creencias irracionales, estas sean diferentes para cada tipo de jugador; o debido al grado de irracionalidad que supone esa creencia para el jugador.</p>
Mestre-Bach et al. (2022)	USA	N=113 AD N=1135 JA	JA + AD (SOGS) $\alpha = .94$	<p>Problemas de juego: las Cis que se establecen para sentirse en consonancia con los valores del jugador (ilusión de control, sobre todo) parecen tener una mayor relación con tasas más elevadas de problemática de juego en las AD que en otro tipo de JA</p>
Phua et al. (2022)	Singapur	N=713 (N=80 AD, N=270 no AD, N=363 no JA)	JA + AD (SOGS) $\alpha = .97$ Creencias (GBQ) $\alpha = .96$	<p>Problemas de juego: Tanto los no jugadores ($M = 27.19$, $dt = 11.81$) como los jugadores problemáticos ($M = 35.27$, $dt = 13.63$) ($F(2, 710) = 126.91$, $p < .01$, $Eta^2 = .26$), poseían creencias significativamente elevadas de la falacia del jugador, siendo mayores en los jugadores problemáticos que en los no jugadores. Lo mismo ocurrió con las creencias de ilusión de control ($F(2, 710) = 114.29$, $p < .01$, $Eta^2 = .24$).</p>
Seyyed Masoomeh et al. (2019)	Irán	N=417 JA	AD (AH) $\alpha = .881$ Impulsividad (AH) $\alpha = .84$	<p>Creencias: clara relación entre CIs y la realización de apuestas deportivas ($\beta = -.309$, $p < .001$)</p>

Towfigh y Glöckner (2011)	Alemania	N= 214 AD	AD (NE) Creencias (NE)	Problemas de juego: Creencia de que los resultados del evento deportivo dependen más de la propia habilidad, conocimiento y análisis del jugador que del azar o la suerte. Existe una mayor relación con tasas más elevadas de problemática de juego en las AD que en otro tipo de JA. El control predictivo es significativamente más fuerte en las AD ($M = 3.819$, $dt = 5.268$, $R^2_{ajustada} = .216$, $p < .001$) que en otros juegos de azar como la lotería ($M = 1.869$, $dt = 8.852$; $R^2_{ajustada} = .061$, $p < .001$)
Winters y Derevensky (2019)	EEUU	Revisión bibliográfica	AD	Creencias: Aumenta la creencia de que los resultados del evento deportivo dependen más de la propia habilidad, conocimiento y análisis del jugador que del azar o la suerte. Se establecen con la funcionalidad de sentirse en consonancia con los valores del jugador, sobre todo

Nota. AD = Apuestas deportivas/ apostadores deportivos; RS = Revisión sistemática; JA = Juegos de azar/ jugadores de azar; NE = No especificado; AH = Ad hoc; CIs = Creencias irracionales. Los α que no aparecen en la tabla es debido a que no fueron establecidos en sus respectivos estudios.

Tabla 27

Conclusiones de artículos entre 2012 y 2023 sobre la relación entre las actitudes hacia el juego y las apuestas deportivas.

Referencia	País	Participantes	Variables	Conclusiones
Abu et al. (2022)	Etiopía	N=414 jóvenes (25-31 años)	AD (SOGs) $\alpha = .97$ Actitudes (ATGS-8) $\alpha = .88$	Actitudes: más del 70% (71.7%) de las personas que realizaban AD poseían una actitud positiva hacia el juego. Problemas de juego: la probabilidad de desarrollar problemas de juego es 2.5 veces mayor (AOR = 2.57, IC 95% (1.49 - 4.44) en aquellos jugadores que tienen una actitud positiva hacia las AD frente a aquellos que presentan actitudes negativas
Ayandele et al. (2020)	Nigeria	N=749 estudiantes	Actitudes hacia el juego (ATGS-8) $\alpha = .88$ Género Edad	Relación actitudes-edad: relación inversa. A menor edad actitudes más positivas ($r = -.019, p < .001$) Relación actitudes-género: Los hombres poseen una actitud más positiva hacia las AD que las mujeres ($r = .08, p < .05$) Relación actitudes-creencias: Los jugadores con actitudes positivas presentaban más CIs asociadas al juego ($B = .38, t = 10.43, p < .01$)
Etuk et al. (2022)	Internacional (RS)	N=65 artículos	AD Publicidad	Relación actitudes-edad: edad presenta una correlación negativa con una actitud favorable hacia el juego. Los jugadores, sobre todo más jóvenes presentarían una actitud positiva hacia el juego durante la realización de las AD. Relación actitudes-publicidad: actitud sobre que apostar es una actividad normal y de mucho valor tras ver algún anuncio relacionado con AD. Problemas de juego: las actitudes positivas hacia el juego son un gran predictor de su frecuencia y de su posible desarrollo de problemas de juego. una actitud favorable hacia el juego también estaría asociada con problemas de juego, de manera comórbida, a otros JA.
Hanss et al. (2014)	Noruega	N=2055 noruegos de 17 años	JA +AD (PGSI) Sociodemográficos Actitudes (ATGS) $\alpha = .83$ Creencias (AH) Motivación (AISS) $\alpha = .49 - .64$	Relación actitudes-edad: los adolescentes presentan ciertas actitudes positivas hacia jugar alguna vez en la vida ($r = .18, p < .05$), hacia jugar una vez al mes ($r = .16, p < .05$) y con respecto a jugar una vez a la semana ($r = .11, p < .05$).

Hing et al. (2015c)	Australia	N= 1000 adultos	AD (PGSI) $\alpha = .95$ Publicidad (recuerdo)	<p>Relación actitudes-publicidad-problemas de juego: la exposición a la publicidad de las AD es mucho más efectiva a la hora de generar actitudes positivas hacia el juego ($F = 10.58, p < .01$) en jugadores con riesgo leve y moderado de problemática de juego frente a aquellos que no presentaban problemas de juego. Diferencias significativas entre los jugadores de riesgo ($M = 2.3, dt = 1$), problemático ($M = 2.5, dt = 1.1$) o patológico ($M = 2.8, dt = 1.1$) frente a los jugadores sin riesgo ($M = 1.9, dt = .9$) ($F = 28.75, p < .01$) y, a su vez, entre los jugadores de riesgo ($M = 2.3, dt = 1$) frente a los jugadores patológico ($M = 2.8, dt = 1.1$) ($F = 28.75, p < .01$)</p> <p>Relación actitudes-esponsorización-problemas de juego: Diferencias significativas en las actitudes a los patrocinios entre aquellos que poseían puntuaciones de juego de riesgo ($M = 29.1, dt = 22.3$), problemático ($M = 33.1, dt = 22.36$) o patológico ($M = 50.2, dt = 23.7$) frente a los jugadores sin riesgo ($M = 16.3, dt = 19.2$) ($F = 58.9, p < .01$) y, a su vez, entre los jugadores de riesgo ($M = 29.1, dt = 22.3$) y los problemático ($M = 33.1, dt = 22.36$) frente a los jugadores patológico ($M = 50.2, dt = 23.7$) ($F = 58.9, p < .01$).</p>
Lee et al. (2014a)	Corea	N=587 JA internacionales	JA + AD Actitudes (GPS) Impulsividad (GPS)	Relación actitudes-nivel económico: Aquellos sujetos que poseen más recursos, dinero y tiempo tienen una actitud más positiva hacia las apuestas deportivas.
Leng et al. (2022)	Singapur	N= 173 estudiantes hombres (N=56 AD)	AD (AH) $\alpha = .94$ Actitudes (AH) $\alpha = .86$ Creencias (AH) $\alpha = .78$	Actitudes: las personas que no apuestan poseen puntuaciones más bajas ($M = 2.05, dt = .93$) en las actitudes favorables hacia las apuestas deportivas que los jugadores ($M = 2.55, dt = .91$) ($t [171] = 3.33, p < .01$). Estos mismos autores observaron que la actitud negativa hacia el juego era el mayor predictor de la no intención de jugar ($\beta = .55, p < .01, R^2 = .40$) por parte de los no jugadores.
Li et al. (2018)	Australia	N= 848 adolescentes (14-17 años)	JA (NE) Actitudes (ATGS) $\alpha = .94$ Publicidad (tasa de recuerdo)	Relación actitudes-edad: en adolescentes la realización de AD solo ocurriría en aquellos que previamente presentasen una actitud positiva hacia el juego ($b = .028, p = .039$)
Seal et al. (2022)	Australia	N= 15000 fans deportivos australianos	AD (NE) Actitudes (ATSI)	Relación actitudes-anuncios: los jugadores, sobre todo los más jóvenes presentarían una actitud positiva hacia el juego sobre todo durante la realización de las apuestas deportivas y una actitud sobre que apostar es una actividad normal y de mucho valor tras ver algún anuncio relacionado con AD.

Nota. AD = Apuestas deportivas; RS = Revisión sistemática; JA = Juegos de azar; NE = No especificado; AH = Ad hoc; CIs = Creencias irracionales. Los α

que no aparecen en la tabla es debido a que no fueron establecidos en sus respectivos estudios.

Tabla 28

Conclusiones de artículos entre 2012 y 2023 sobre la relación entre la motivación y las apuestas deportivas.

Referencia	País	Participantes	Variables	Conclusiones
Abu et al. (2022)	Etiopía	N = 414 jóvenes (25-31 años)	AD (SOGs) $\alpha = .97$ Actitudes (ATGS-8) $\alpha = .88$	Motivación: El segundo motivo con más peso para jugar era el de estar con amigos (N = 24%)
Etuk et al. (2022)	Internacional (RS)	N = 65 artículos	AD Publicidad	Relación motivación-edad: Los jóvenes y adolescentes comenzarían a jugar motivados principalmente por variables internas (aumentar la excitación, disminuir el malestar, académico y familiar, sobre todo, o paliar el aburrimiento) y menos por variables externas (como forma de socialización). Los adultos comenzarían a jugar más por factores externos (ganar dinero o paliar las pérdidas) y en menor medida por internos (disminuir el malestar).
Gökce et al. (2022)	Turquía	3 estudios con apostadores fans en el último año N = 281 N = 230 N = 643	AD (PADSI) Motivación (AH)	Problemas de juego: ganar dinero ($\beta = .267, p < .01$), socializar ($\beta = .219, p < .01$) o estar en el juego ($\beta = .148, p < .01$) eran factores predictivos de la problemática de juego y explicaban aproximadamente el 25% ($\Delta R^2 = .247$) del riesgo a desarrollar juego patológico.
Lamont y Hing (2018)	Australia	N = 35 hombres (18 y 34 años)	AD (AH) Motivación (AH)	Motivación: 4 motivos internos principales: <i>diversión</i> (sensaciones placenteras percibidas generadas por los resultados inciertos), <i>sensación de ganar</i> (sensación de refuerzo tras haberse implicado personal y económicamente), <i>probar las habilidades</i> (Deseo de demostrar competencia en las apuestas deportivas, incluyendo tanto el esfuerzo mostrado como los resultados. 3 motivos externos principales: Ganar dinero (perspectiva de recompensa económica), conocer gente (percepción de recompensa social a través de la vinculación con otras personas en un entorno de ocio) y estar con amigos (percepción de pertenencia generada por los grupos de referencia inmediatos). percibidos) y <i>distraerse de los problemas</i> .

Lee et al. (2014b)	Corea	N= 288 coreanos con cuenta en sports-toto	AD (NE) Motivación (AH) Impulsividad (GPS)	<p>Relación entre motivación e impulsividad: la motivación intrínseca (búsqueda de emociones, evitación...) se correlaciona, a largo plazo, más con la implicación sana ($R^2 = .376$); mientras que los factores de motivación extrínsecos (dinero) daban más lugar a una implicación negativa (impulsiva) ($R^2 = .185$)</p> <p>Motivación intrínseca: Dentro de la motivación intrínseca las variables con más peso fueron "diversión" ($\gamma = .398, t = 5.055, p < .001$), seguido de "evitación" ($\gamma = .226, t = 2.942, p < .001$) y de "probar habilidades" ($\gamma = .268, t = 3.358, p < .001$). Esta significativamente relacionada con las consecuencias positivas de la realización de apuestas deportivas ($\beta_2 = .786, t = 11.626, p < .001$) y débilmente relacionada con las consecuencias negativas ($\beta_4 = -.121, t = -2.052, p < .05$)</p> <p>Motivación extrínseca: Variable con más peso era el dinero ($\gamma = .431, t = 5.494, p < .001$). Relacionada con las consecuencias negativas de la realización de apuestas deportivas ($\beta_4 = .609, t = 8.531, p < .001$).</p>
Lister et al. (2015)	Canadá	N = 61 JA	Autenticidad JA + AD (AH) Motivación (GMQ) $\alpha = .88$	<p>Motivación: Actúa directamente sobre la frecuencia de las apuestas disminuyendo la disonancia cognitiva producida por las pérdidas y aumentando la intensidad del refuerzo producido por la mejora (tanto del rendimiento de las apuestas como del malestar emocional).</p> <p>Problemas de juego: Interacción entre el sentimiento egosintónico de realizar AD y la motivación derivada de la disminución del malestar que pueden ser particularmente importantes de cara al desarrollo de juego problemático</p>
López-González et al. (2020a)	España	N = 659 AD España	AD (PGSI) $\alpha = .945$ Motivación (MSSC) $\alpha = .81 - .95$ Impulsividad (UPPS-P) $\alpha = .73 - .93$ Anuncios	<p>Problemas de juego: la motivación para escapar de los problemas era significativamente mayor entre los jugadores patológicos y los jugadores sin riesgo ($\chi^2 (3) = 17.642, p < .001$)</p>
Mestre-Bach et al. (2022)	USA	N=113 AD N=1135 JA	JA + AD (SOGS) $\alpha = .94$	<p>Relación motivación-creencias: la motivación influye en la generación de creencias irracionales</p> <p>Relación motivación-actitudes: la motivación influye en la generación de actitudes hacia el juego</p>

Nyemcsok et al., (2022)	Australia	N=16 AD	AD (PGSI) Preocupación	Problemas de juego: Los mecanismos motivacionales que más influencia tienen serían: ganar dinero, evitación del malestar relacionado con problemas en el entorno o la búsqueda de adrenalina y aceptación.
Sakala et al. (2019)	Zambia	N= 100 estudiantes de medicina	AD (NE)	Relación motivación-nivel de estudios: los estudiantes (78%) entendían las apuestas deportivas como una forma inteligente de ganar dinero para sobrevivir en el campus en lugar de depender de sus padres o tener que pedir préstamos para estudiar.
Seal et al. (2022)	Australia	N= 15000 fans deportivos australianos	AD (NE) Actitudes (ATSI)	Relación motivación-género: existen diferencias en la motivación al juego en función del género. Mientras los hombres afirmaban realizar apuestas deportivas con la finalidad de obtener un refuerzo (dinero, sensaciones positivas o aceptación social, entre otros), las mujeres lo hacían como forma de lidiar con estados emocionales negativos.

Nota. AD = Apuestas deportivas/ apostadores deportivos; JA = Juegos de azar/ jugadores de azar; NE = No especificado; AH = Ad hoc; CIs = Creencias irracionales. Los α que no aparecen en la tabla es debido a que no fueron establecidos en sus respectivos estudios.

Tabla 29

Conclusiones de artículos entre 2012 y 2023 sobre la relación entre la impulsividad y las apuestas deportivas.

Referencia	País	Participantes	Variables	Conclusiones
Cooper et al. (2022)	Canadá	N = 1280 participantes N = 596 AD en el último año	JA + AD (PGSI) α = .95 Creencias (GBS) α = .92- .97 Impulsividad (UPPS) α = 67 - .86 Motivación (GMS) α = .84- .94	Impulsividad: los AD tenían puntuaciones significativamente más altas de urgencia negativa ($t = 4.538, p < .001, d = .255$), urgencia positiva ($t = 6.007, p < .001, d = .338$) y búsqueda de sensaciones ($t = 9.228, p < .001, d = .516$) que los apostadores no deportivos. Los dos tipos de apostadores no se diferenciaron en la falta de perseverancia o falta de premeditación. Problemas de juego: la urgencia positiva como un predictor importante de la gravedad del problema con el juego para los apostadores deportivos ($B = .710, SE = .068, p < .001$), mientras que la urgencia negativa se seleccionó como un predictor importante para los apostadores no deportivos ($B = .362, SE = .058, p < .001$).
D'Astous & Di Gaspero (2013)	Canadá	N = 161 AD <i>online</i>	AD <i>online</i> (NE) Creencias (NE) Actitudes (ATGS)	Problemas de juego: vivir experiencias estimulantes y variadas, relacionadas con conductas impulsivas, se asocia positivamente con la tendencia a realizar apuestas de riesgo con sumas de dinero más elevadas, fuera del alcance del jugador y con menor probabilidad de éxito (Zuckerman, 2007) Relación impulsividad-actitudes: la impulsividad actuaría como modulador de las actitudes positivas acentuando la visión del jugador en el papel de controlador del resultado.
Etuk et al. (2022)	Internacional (RS)	N = 65 artículos	AD Publicidad	Problemas de juego: La búsqueda de sensaciones se encontraría presente más en jugadores sin riesgo mientras que, a medida que el juego se convierte en problemático, los jugadores no presentarían tanta búsqueda de sensaciones sino menos autocontrol y más impulsividad.
Habibu et al. (2020)	Tanzania	N = 383 estudiantes secundaria	AD (NE) Adolescentes	Relación impulsividad-edad: Los jóvenes entre los 10 y 17 años estaban mucho más interesados en asumir los riesgos en las AD que aquellos que eran mayores de edad.
Hanss et al. (2014)	Noruega	N = 2055 noruegos de 17 años	JA +AD (PGSI) Sociodemográficos Actitudes (ATGS) α = .83 Creencias (AH) Motivación (AISS)	Relación impulsividad-edad: adolescentes presentaban elevadas puntuaciones tanto en impulsividad como en búsqueda de sensaciones en AD mensuales ($r = .06, p < .05$, en ambas variables) y semanales ($r = .07$ y $r = .05; p < .05$, respectivamente), mientras que no observó diferencias estadísticamente significativas en los niveles de impulsividad en aquellos adolescentes que referían realizar apuestas deportivas puntualmente.

$\alpha = .49 - .64$

Heiskanen & Toikka (2016)	Finlandia	N = 4484 jugadores fineses	Clústeres	<p>Relación impulsividad-creencias: existe relación entre la ilusión de control y una mayor impulsividad en las AD.</p>
Hing et al. (2017a)	Australia	N = 1816 AD australianos	AD (PGSI) $\alpha = .942$ Impulsividad (BIS-brief) $\alpha = .78$	<p>Diferencias impulsividad: diferencias entre los jugadores que realizaban las apuestas deportivas de manera planificada y estudiada antes de los partidos, los que las realizaban impulsivamente antes de un partido y los que las realizaban impulsivamente durante los partidos. Más de $\frac{3}{4}$ de los sujetos (78.4%) afirmaba haber realizado apuestas deportivas de manera impulsiva en los últimos 12 meses. Las variables que predecían la realización de apuestas deportivas de manera planificada y estudiada antes de los partidos eran: ser hombre (B (SE) = $-.515 (.078)$, $\beta = -.154$, $t = -6.573$, $p < .001$), mayor (B (SE) = $.007 (.003)$, $\beta = .057$, $t = 2.113$, $p = .035$) y tener menos rasgos de impulsividad (B (SE) = $-.551 (.082)$, $\beta = -.185$, $t = -6.737$, $p < .001$). Las variables que predecían la realización de apuestas deportivas de forma impulsiva antes de un partido eran: ser mujer (B (SE) = $.493 (.083)$, $\beta = .137$, $t = 5.905$, $p < .001$) y tener elevada puntuación en impulsividad (B (SE) = $.649 (.087)$, $\beta = .203$, $t = 7.454$, $p < .001$). Las variables que predecían la realización de apuestas deportivas de forma impulsiva durante los partidos eran: tener un nivel más elevado de educación (B (SE) = $.056 (.022)$, $\beta = .044$, $t = 2.592$, $p = .01$), tener un corto historial de realización de apuestas deportivas (menor de un año) (B (SE) = $.008 (.004)$, $\beta = .041$, $t = 2.181$, $p = .029$), gastar más tiempo realizando apuestas deportivas al mes (B (SE) = $.012 (.004)$, $\beta = .055$, $t = 2.949$, $p = .003$) y tener elevadas puntuaciones en problemática de juego (B (SE) = $.0113 (.005)$, $\beta = .051$, $t = 2.098$, $p = .036$). La impulsividad como rasgo no parece ser significativa en este tipo de patrón de juego (B (SE) = $.031 (.062)$, $\beta = .01$, $t = 0.495$, $p = .620$).</p>
Hing et al. (2018)	Australia	N = 1813 sports bettors australianos	AD (PGSI) $\alpha = .94$ Impulsividad (BIS) $\alpha = .87$ Publicidad (frecuencia partidos)	<p>Relación impulsividad-género: Mientras que los hombres son los que apuestan más frecuentemente y de forma más regular, las mujeres lo hacen de una manera más impulsiva. Entre los factores asociados con un mayor porcentaje de apuestas deportivas, de manera impulsiva, antes del inicio del juego estaba ser mujer ($t = 7.36$, $p < .001$), edad joven ($t = -3.75$, $p < .001$), y más impulsividad ($t = 8.44$, $p < .001$) ($R^2 = .11$, $F (15, 1792) = 15.40$, $p < .001$).</p>

Lin y Lu (2015)	Taiwan	N=1032 jugadores	AD (NE) Impulsividad (NE) Personalidad (NEO-FFI)	Relación impulsividad-género: hombres más impulsivos a la hora de tomar decisiones de cara a realizar apuestas deportivas.
López-González et al. (2020a)	España	N = 659 AD España	AD (PGSI) $\alpha = .945$ Motivación (MSSC) $\alpha = .81 - .95$ Impulsividad (UPPS-P) $\alpha = .73 - .93$ Anuncios	Problemas de juego: Diferencias, dentro de la impulsividad, en dos variables: falta de premeditación ($\chi^2 (3) = 31.741, p < .001$) y urgencia positiva ($\chi^2 (3) = 10.828, p < .013$), en función de la problemática de juego. En la falta de premeditación, observaron que había diferencias entre los jugadores sin problema ($M = 2.25, dt = .91$) y los jugadores de riesgo ($M = 2.48, dt = .9$) y entre los jugadores patológicos ($M = 2.78, dt = .67$) y los jugadores sin problema ($M = 2.25, dt = .91$), los jugadores de riesgo ($M = 2.48, dt = .9$) y los jugadores problemáticos ($M = 2.36, dt = .87$). En la urgencia positiva, observaron que había diferencias entre los jugadores patológicos ($M = 2.76, dt = .62$) y los jugadores sin problema ($M = 2.57, dt = .72$), los jugadores de riesgo ($M = 2.58, dt = .65$) y los jugadores problemáticos ($M = 2.55, dt = .65$).
Lorains et al. (2014a)	Australia	N = 39 JA con problemas	JA (PGSI) Toma de decisiones (IGT)	Problemas de juego: Los jugadores problemáticos presentan un peor control conductual en situaciones de ambigüedad y riesgo, además de exceso de confianza, menos tiempo de respuesta para pensar en su siguiente acción y elevada impulsividad, sobre todo en la toma de decisiones y en las respuestas motoras
Lorains et al. (2014b)	Australia	N = 41 grupo control N = 39 JA con problemas	JA (PGSI) Impulsividad (UPPS-P) $\alpha = .82 - .91$	Problemas de juego: Los jugadores con problemas desarrollan impulsos crónicos e incontrolables de gastar y apostar como forma de generar sensaciones positivas y asumir riesgos
Parke y Parke (2019)	Uk	N = 19 AD	AD (PGSI)	Relación impulsividad-bonos: Algunas promociones están diseñadas para generar apuestas impulsivas, sobre todo en adolescentes y jugadores problemáticos más jóvenes.
Russell et al. (2018)	Australia	N=1813 JA	JA + AD $\alpha = .94$ Impulsividad (BIS-brief) $\alpha = .74$	Problemas de juego: Diferencias significativas en el nivel de impulsividad entre los jugadores no problemáticos y los jugadores de riesgo ($t = -3.45, p < .017$), problemáticos ($t = -7.89, p < .017$) y patológicos ($t = -22.71, p < .017$) que habían estado bajo la influencia de los anuncios y promociones deportivas.

Seyyed Masomeh et al. (2019)	Irán	N=417 JA	AD (AH) $\alpha = .881$ impulsividad (AH) $\alpha = .84$	Impulsividad: clara relación entre la impulsividad y la realización de apuestas deportivas ($\beta = -.354, p < .001$)
---------------------------------------	------	----------	--	--

Nota. AD = Apuestas deportivas/ apostadores deportivos; JA = Juegos de azar/ jugadores de azar; NE = No especificado; AH = Ad hoc; RS = revisión sistemática. Los α que no aparecen en la tabla es debido a que no fueron establecidos en sus respectivos estudios.

Tabla 30

Conclusiones de artículos entre 2012 y 2023 sobre la relación entre los anuncios y las apuestas deportivas.

Referencia	País	Participantes	Variables	Conclusiones
Abu et al. (2022)	Etiopía	N = 414 jóvenes (25-31 años)	AD (SOGs) $\alpha = .97$ Actitudes (ATGS-8) $\alpha = .88$	Anuncios: Casi la mitad (49.8%) de jóvenes entre 25 y 31 años habían recibido publicidad a través de estos medios afirmando que el 36.2% habría visto publicidad impresa, el 9.4% a través de redes sociales como Facebook o Telegram y el 4.6% a través de la radio. Problemas de juego: Los jugadores que recibían mayoritariamente la publicidad a través de televisión poseían 3 veces más probabilidades de desarrollar problemática de juego que los que lo recibían a través de medios escritos (AOR = 3.15 IC 95% (1.78-5.56)). Los que recibían la publicidad a través de redes sociales tenían 3.6 veces más probabilidades de desarrollar problemas de juego que los que recibían la publicidad por medios tradicionales (periódico...) (AOR = 3.58, IC 95% (1.46-8.8)).
Clemens et al. (2017)	Alemania	N = 4617 adolescentes y jóvenes de 38 colegios	JA (SOGS) Publicidad	Anuncios: correlación entre publicidad y apuestas es de OR= 2.36 (95% CI 1.91, 2.92, $p < .005$). Problemas de juego: correlación entre jugadores patológicos y la influencia de los anuncios en su realización de apuestas fue de ORajustada= 3.23 (95% CI 1.60, 6.54, $p < .05$).
Deans et al. (2017)	Australia	N = 50 AD entre 20-37 años	AD (PGSI) Actitudes (NE) Publicidad	Anuncios: Narrativas relacionadas con el cambiante entorno de marketing de los productos de apuestas deportivas. La mayoría de las estrategias de marketing para las apuestas deportivas mencionadas por los participantes no estaban en entornos diseñados específicamente para los juegos de azar. Los participantes describieron el papel de los acuerdos de patrocinio entre la industria y los códigos deportivos como la creación de una alineación simbólica entre el juego y los deportes.

Djohari et al. (2019)	UK	N = 71 familias N = 99 jóvenes (8-16 años)	AD (AH) Publicidad Esponsorizació n	<p>Anuncios: Un poco menos de la mitad de los jóvenes ($n = 46$, 46 %) y más de dos tercios de los adultos ($n = 49$, 71 %) fueron capaces de nombrar al menos una casa de apuestas de forma espontánea. Catorce jóvenes ($n = 14$, 14 %) y un tercio de los adultos ($n = 25$, 33 %) fueron capaces de nombrar tres o más casas de apuestas de forma espontánea (rango de niños de 0 a 5, $M = .96$; rango de adultos 0-6, $M = 1.92$).</p> <p>Relación anuncios-edad: Los niños tenían un recuerdo significativamente mayor de las casas de apuestas en comparación con las niñas ($p < .02$). Los jóvenes que fueron categorizados como "Super Fans" también tenían significativamente más probabilidades de poder nombrar uno o más marcas en comparación con otros jóvenes ($p = .01$). La marca más recordada por los jóvenes fue Bet365 ($n = 30$), seguida de Betway ($n = 18$). Las principales marcas mencionadas por los adultos fueron Ladrones ($n = 25$) y William Hill ($n = 24$). Sin incitación, los jóvenes recordaron con mayor frecuencia haber visto anuncios de juegos de apuestas en la televisión ($n = 45$), seguidos de lugares de apuestas ($n = 15$) y tecnología/pantallas ($n = 14$). A los jóvenes no se les permite ingresar a los lugares de apuestas en el Reino Unido, pero explicaron que habían visto anuncios en "escaparates". Después de ver el tablero de imágenes de posibles ubicaciones de publicidad de juegos de apuestas, los lugares más comunes que los jóvenes recordaron haber visto publicidad de juegos de apuestas fueron abrumadoramente en la televisión ($n = 78$), seguidos por tecnología/pantallas ($n = 49$) y equipos deportivos ($n = 43$). Los adultos tenían un recuerdo espontáneo de haber visto publicidad de apuestas en televisión ($n = 43$), tecnología/pantallas ($n = 16$) y equipos deportivos ($n = 16$). Después de ver el tablero de imágenes de ubicación, la televisión seguía siendo la más frecuente. Más de las tres cuartas partes de los jóvenes ($n = 74$ de 95 respuestas, 78 %) consideraban que las apuestas eran una parte normal del deporte. El setenta y dos por ciento de los jóvenes ($n = 68$, de 95 respuestas) pensaba que apostar en deportes era algo normal para los adultos, y el 13 % ($n = 12$, de 94 respuestas) pensaba que era normal para los jóvenes. La mayoría de los adultos ($n = 57$, 80 %) y jóvenes ($n = 56$, 62 %) creían que la publicidad de apuestas durante los partidos deportivos tenía un impacto en el comportamiento de apuestas de los jóvenes. Tanto los adultos ($n = 38$) como los jóvenes ($n = 30$) identificaron que la publicidad televisiva tiene el mayor impacto, y los adultos nombraron "redes sociales" ($n = 22$).</p> <p>Relación publicidad-actitudes: asociación entre el deporte y las apuestas deportivas, a través de profesionales que actúan como modelos influyentes a seguir, promoverían actitudes relacionadas con que apostar es divertido, inofensivo, saludable y seguro.</p>
Etuk et al. (2022)	Internaciona l (RS)	N = 65 artículos	AD Publicidad	<p>Anuncios: percibidos como influyentes y persuasivos y generarían comportamientos relacionados con la realización de apuestas deportivas.</p>

García-Ruiz et al. (2016)	España	Cualitativo-teórico	JA + AD Publicidad Regulación	Relación publicidad-actitudes: la publicidad genera esquemas erróneos sobre las AD, promoviendo una actitud positiva hacia el juego y de actividad inocua. Sobre todo, cuando los anuncios se centran en un mensaje de diversión o de recompensa económica.
Gathuru (2022)	Kenia	N = 341 keniatas	AD (NE)	Anuncios: Nexo positivo entre publicidad y participación en apuestas deportivas (Z-Statistics = 2.72). Anuncios: El 86,6 % podía recordar al menos una marca de apuestas al ver deportes televisados, y el 51,8 % recordaba la marca más recordada. El número promedio de marcas identificadas fue de 2.5 (SD = 2.0) con marcas de apuestas/AD que comprenden cuatro de las cinco marcas de juegos de azar recordadas con mayor frecuencia. La aprobación más alta en general fue para los comentarios previos al partido sobre las probabilidades de apuestas (JP: M = 3.5, dt = .9vs. NJR: M = 3, dt = 1.1; F = 7.18 p < .001). Relación anuncios-edad: 42% de los adolescentes entre 12 y 17 años recordaba anuncios publicitarios y los asociaba con la realización de apuestas deportivas.
Hing et al. (2015b)	Australia	N = 544 AD australianos	AD (PGSI) $\alpha =$.97 Bonos	Problemas de juego: Diferencias entre los jugadores sin problemas y los jugadores de bajo riesgo, de riesgo moderado y con problemas con respecto a la opinión de que los anuncios les animan a apostar (F = 30.99, p < .001). La puntuación media fue más alta para el grupo de jugadores con problemas. Patrón general de mayor acuerdo a medida que aumenta la gravedad del problema con el juego. Jugadores con problemas estuvieron de acuerdo en que todas las técnicas de promoción del juego los alentaron a apostar en el deporte (promoción prepartido, durante partido, comentaristas...). Los grupos de jugadores sin problemas y de bajo riesgo, en promedio, no estaban de acuerdo con que las promociones los alentaran a apostar en el deporte.
Hing et al. (2015c)	Australia	N= 1000 adultos	AD (PGSI) $\alpha =$.95 Publicidad (recuerdo)	Relación publicidad-creencias: que la exposición a la publicidad de las apuestas deportivas era mucho más efectiva a la hora de generar creencias de ilusión de control (F = 6.72, p < .01) Relación publicidad-actitudes-problemas de juego: efectiva también a la hora de generar actitudes positivas hacia el juego (F = 10.58, p < .01) en jugadores con riesgo leve y moderado frente a aquellos que no presentaban problemas de juego. La influencia de los estímulos relacionados con la acción de apostar (esponsorización, anuncios y promociones durante los partidos) era mucho mayor en jugadores patológicos (M = 3.2, dt = 1.4), frente a jugadores problemáticos y de riesgo (M = 2.5, dt = 1.1, ambos) y, a su vez, mostraban una gran diferencia con los jugadores sin problema (M = 2.1, dt = 1) (F = 23.93, p < .01).

Hing et al. (2017b)	Australia	N = 455 AD australianos	AD (PGSI) $\alpha = .98$ Bonos (frecuencia)	Problemas de juego: la publicidad y la promoción de apuestas deportivas son un desencadenante de la realización de AD, a través de recordatorios para apostar, impulsos y ansias especialmente en los jugadores de riesgo y problemáticos. Los predictores más significativos de problemática de juego eran: ser hombre ($\chi^2 = 7.15$, $p = .007$), joven ($\chi^2 = 29.399$, $p < .001$), con una actitud más positiva hacia la esponsorización ($\chi^2 = 4.582$, $p = .032$), y elevada influencia subjetiva hacia la promoción de apuestas deportivas ($\chi^2 = 92.712$, $p < .001$).
Lole et al. (2020)	Australia	N = 59	AD Publicidad (<i>eye tracking</i> , actividad electrodérmica)	Problemas de juego: diferencias entre los jugadores con problemas (de riesgo, problemático y patológico) y los no jugadores a la hora de responder a los mensajes publicitarios. La respuesta de los jugadores con algún tipo de problema relacionado con las apuestas deportivas ($M = 3.93$, $dt = 3.04$) a los anuncios publicitarios fue significativamente mayor que la respuesta de los no jugadores ($M = 1.41$, $dt = 1.03$, $p = .019$).
López-González et al. (2017b)	España y UK	N = 133 anuncios	AD (NE) Anuncios	Anuncios: Utilizan numerosas técnicas, como: patrocinio de segmentos (patrocinar los anuncios en los tiempos de descanso), uso de logotipos o <i>claims</i> (frase pegadiza que se utiliza en publicidad para crear emociones en el consumidor), patrocinios en uniformes o en estadios, uso de celebridades para su publicidad, o uso de publicidad a través del discurso de los comentaristas del evento deportivo. Las personas que realizan apuestas deportivas tienen una conexión emocional con los equipos o personas por las que apuestan y anuncian
Nyemcsok et al. (2022)	Australia	N = 16 AD	AD (PGSI) Preocupación	Relación anuncios-creencias: relación positiva entre los anuncios publicitarios y las creencias irracionales
O'Loughlin y Blaszczynski, (2017)	Australia	N = 120 estudiantes de una universidad	JA + AD (PGSI) $\alpha = .84$ Actitudes (GAS) $\alpha = .79$ Publicidad Intenciones (GIS)	Anuncios: Numerosas técnicas, como: patrocinio de segmentos, uso de logotipos, patrocinios en uniformes o en estadios, uso de celebridades para su publicidad, o uso de publicidad a través del discurso de los comentaristas del evento deportivo. En la actualidad los impactos publicitarios siguen vigentes, aunque a través de otras fuentes: anuncios en youtube, y en publicidad dentro de aplicaciones, juegos gratuitos o redes sociales.
Rubio García (2018)	España	N = 35 adolescentes	AD (cualitativo) Publicidad (cualitativo) Bonos (cualitativo)	Relación anuncios-creencias: relación positiva entre los anuncios publicitarios y las creencias irracionales

Pitt et al. (2017)	Australia	N = 48 adolescentes	AD (NE) Publicidad	Relación publicidad-edad: las estrategias publicitarias que más influirían en los menores serían aquellas que usan el humor o a celebridades, sobre todo deportistas. En adultos cuando los anuncios se centran en un mensaje de diversión o de recompensa económica.
Russell et al. (2018)	Australia	N = 1813 JA	JA + AD $\alpha = .94$ Impulsividad (BIS-brief) $\alpha = .74$	Problemas de juego: los jugadores patológicos poseían mayor tasa de recuerdo de los anuncios publicitarios que los no jugadores ($t = 2.84, p = .017$). Relación anuncios-impulsividad-problemas de juego: diferencias significativas en el nivel de impulsividad entre los jugadores no problemáticos y los jugadores de riesgo ($t = -3.45, p < .017$), problemáticos ($t = -7.89, p < .017$) y patológicos ($t = -22.71, p < .017$) que habían estado bajo la influencia de los anuncios y promociones deportivas.
Thomas et al. (2018)	Australia	N = 111 adolescentes (11-16 años)	JA + AD (NE) Actitudes (NE) Anuncios	Anuncios: los impactos publicitarios siguen vigentes, aunque a través de otras fuentes: anuncios en <i>youtube</i> , y en publicidad dentro de aplicaciones, juegos gratuitos o redes sociales Relación anuncios-edad: Los adolescentes y menores de edad identificaban ciertas casas de apuestas incluso antes de que puedan apostar legalmente.

Nota. AD = Apuestas deportivas/ apostadores deportivos; JA = Juegos de azar/ jugadores de azar; NE = No especificado; AH = Ad hoc. Los α que no aparecen en la tabla es debido a que no fueron establecidos en sus respectivos estudios.

Tabla 31

Conclusiones de artículos entre 2012 y 2023 sobre la relación entre la esponsorización y las apuestas deportivas.

Referencia	País	Participantes	Variables	Conclusiones
Djohari et al. (2019)	UK	N = 71 familias N = 99 jóvenes (8-16 años)	AD (AH) Publicidad Esponsorización	<p>Esponsorización: Casi dos tercios de los jóvenes (63%) colocaron correctamente uno o más patrocinadores de camisetas junto al equipo de fútbol correspondiente. Algo menos de un tercio (30%) colocó correctamente tres o más patrocinadores de camisetas junto al equipo de fútbol correspondiente. Los jóvenes categorizados como "Super Fans" tenían muchas más probabilidades de colocar un patrocinador junto al equipo correcto en comparación con otros jóvenes. Más de la mitad de los 'Super Fans' (n = 17, 52 %) pudieron colocar correctamente tres o más patrocinadores de camisetas junto al equipo de fútbol correspondiente.</p> <p>Relación esponsorización-edad: En los adultos la esponsorización actuaría como un factor de mantenimiento. En las personas jóvenes, sobre todo, menores de edad y, en especial, aquellos que son fans de los deportes, aumentaría la probabilidad de comenzar a jugar.</p>
Etuk et al. (2022)	Internacional (RS)	N = 65 artículos	AD Publicidad	<p>Esponsorización: durante los partidos podía motivar a los jugadores a realizar apuestas deportivas.</p>
Hing et al. (2015b)	Australia	N = 544 AD australianos	AD (PGSI) $\alpha = .97$ Bonos	<p>Relación esponsorización-edad: el 75% de la muestra entre 4 y 15 años era capaz de asociar un equipo con su esponsor</p>
Hing et al. (2015c)	Australia	N= 1000 adultos	AD (PGSI) $\alpha = .95$ Publicidad (recuerdo)	<p>Problemas de juego: la influencia de los estímulos relacionados con la acción de apostar (esponsorización, anuncios y promociones durante los partidos) era mucho mayor en jugadores patológicos (M = 3.2, dt = 1.4), frente a jugadores problemáticos y de riesgo (M = 2.5, dt = 1.1, ambos) y, a su vez, que todos ellos mostraban una gran diferencia con los jugadores sin problema (M = 2.1, dt = 1) (F = 23.93, p < .01). Las actitudes hacia las estrategias de esponsorización también eran diferentes en función de la problemática de juego que presentaban los sujetos. Diferencias significativas entre jugadores de riesgo (M = 29.1, dt = 22.3), problemático (M = 33.1, dt = 22.36) o patológico (M = 50.2, dt = 23.7) frente a los jugadores sin riesgo (M = 16.3, dt = 19.2) (F = 58.9, p < .01) y, a su vez, entre los jugadores de riesgo (M = 29.1, dt = 22.3) y los problemático (M = 33.1, dt = 22.36) frente a los jugadores patológico (M = 50.2, dt = 23.7) (F = 58.9, p < .01).</p>

Hing et al. (2017b)	Australia	N = 455 AD australianos	AD (PGSI) $\alpha = .98$ Bonos (frecuencia)	Problemas de juego: influencia indirecta del patrocinio de equipos surte más efecto en aquellos que ya son jugadores problemáticos que en aquellos que son jugadores sin riesgo. La promoción de apuestas deportivas supone un desencadenante de la realización de estas, a través de recordatorios para apostar, impulsos y ansias especialmente en los jugadores de riesgo y problemáticos. Relación esponsorización-actitudes-problemas de juego: observaron que aquellos que tienen una actitud positiva hacia los patrocinios de las apuestas deportivas poseen puntuaciones más elevadas en problemática de juego (Spearman's rho = .5, $p < .001$).
Hing et al. (2016b)	Australia	N= 639 AD australianos	AD (PGSI) Publicidad (frecuencia partidos)	Esponsorización: La finalidad es la asociación de las AD con algo que es sano y bueno para la salud (como es el deporte).
Hing et al. (2014)	Australia	N= 131 adolescentes australianos	AD (NE) Actitudes (GAS) $\alpha = .88$ Publicidad (frecuencia partidos) Esponsorización (tasa de recuerdo)	Relación esponsorización-edad: más del 65% de los adolescentes desaprobaron el patrocinio de celebridades, logotipos de apuestas en los uniformes de los jugadores (44.3% lo desaprobó totalmente), el patrocinio en el estadio (49.6 %) y segmentos patrocinados por empresas de juegos de azar (48 %). El 11% de los adolescentes aprobaron cualquier técnica de promoción del juego (1 de cada 10 se sintieron animados a apostar).
Killick y Griffiths (2022)	UK	N = 15 estudios	Esponsorización	Esponsorización: según la Encuesta de comisión de juego (Gambling Commission Survey) el 78% de los británicos afirman haber visto patrocinios en equipos o eventos deportivos.
Li et al. (2018)	Australia	N= 848 adolescentes (14-17 años)	JA (NE) Actitudes (ATGS) $\alpha = .94$ Publicidad (tasa de recuerdo)	Relación esponsorización-edad: vulnerabilidad de los menores de edad que presentan una clara influencia de la esponsorización ($F = 12.412$, $p < .001$). Los adolescentes y menores de edad se identifican con ciertas casas de apuestas incluso antes de que puedan apostar legalmente.

López-González et al. (2020a)	España	N = 659 AD España	AD (PGSI) $\alpha = .945$ Motivación (MSSC) $\alpha = .81 - .95$ Impulsividad (UPPS-P) $\alpha = .73 - .93$ Anuncios	Relación sponsorización-edad: el 77% de los australianos entre 5 y 12 años eran capaces de recordar ofertas de apuestas asociados a los he sponsors de sus equipos favoritos
López-González et al. (2017b)	España y UK	N = 133 anuncios	AD (NE) Anuncios	Esponsorización: Operadores utilizan numerosas técnicas, como: patrocinio de segmentos, uso de logotipos o <i>claims</i> , patrocinios en uniformes o en estadios, uso de celebridades para su publicidad, o uso de publicidad a través del discurso de los comentaristas del evento deportivo aprovechando que las personas que realizan apuestas deportivas tienen una conexión emocional con los equipos o personas por las que apuestan.
O'Loughlin y Blaszczynski (2017)	Australia	N = 120 estudiantes de una universidad	JA + AD (PGSI) $\alpha = .84$ Actitudes (GAS) $\alpha = .79$ Publicidad Intenciones (GIS)	Esponsorización: Operadores utilizan numerosas técnicas, como: patrocinio de segmentos, uso de logotipos o <i>claims</i> , patrocinios en uniformes o en estadios, uso de celebridades para su publicidad, o uso de publicidad a través del discurso de los comentaristas del evento deportivo.
Russell et al. (2018)	Australia	N = 1813 JA	JA + AD $\alpha = .94$ Impulsividad (BIS-brief) $\alpha = .74$	Relación sponsorización-impulsividad-problemas de juego: diferencias significativas en el nivel de impulsividad entre los jugadores no problemáticos y los jugadores de riesgo ($t = -3.45, p < .017$), problemáticos ($t = -7.89, p < .017$) y patológicos ($t = -22.71, p < .017$) que habían estado bajo la influencia de los anuncios y promociones deportivas.
Thomas et al. (2018)	Australia	N = 111 adolescentes (11-16 años)	JA + AD (NE) Actitudes (NE) Anuncios	Relación sponsorización-edad: Esto es relevante porque, según la investigación, los adolescentes y menores de edad se identifican con ciertas casas de apuestas incluso antes de que puedan apostar legalmente

Nota. AD = Apuestas deportivas/ apostadores deportivos; JA = Juegos de azar; NE = No especificado; AH = Ad hoc. Los α que no aparecen en la tabla es debido a que no fueron establecidos en sus respectivos estudios.

Tabla 32

Conclusiones de artículos entre 2012 y 2023 sobre la relación entre los bonos y las apuestas deportivas.

Referencia	País	Participantes	Variables	Conclusiones
Etuk et al. (2022)	Internacional (RS)	N = 65 artículos	AD Publicidad	Problemas de juego: La promoción de apuestas deportivas a través de bonos es un desencadenante de la realización de estas, a través de recordatorios para apostar, activando impulsos y ansias especialmente en los jugadores de riesgo y problemáticos. Algunas promociones están diseñadas para generar apuestas impulsivas, sobre todo en adolescentes y jugadores problemáticos más jóvenes.
Hing et al. (2015c)	Australia	N= 1000 adultos	AD (PGSI) $\alpha = .95$ Publicidad (recuerdo)	Problemas de juego: los bonos surten más efecto en aquellos que poseen juego de riesgo ($M = 2.4$, $dt = .8$), problemático ($M = 2.5$, $dt = .9$) o patológico ($M = 2.9$, $dt = .9$) frente a los jugadores sin riesgo ($M = 2$, $dt = .9$) ($F = 26.24$, $p < .01$) y entre los que presentan juego de riesgo ($M = 2.4$, $dt = .8$) y juego patológico ($M = 2.9$, $dt = .9$) ($F = 26.24$, $p < .01$).
Hing et al. (2018)	Australia	N = 1813 AD australianos	AD (PGSI) $\alpha = .94$ Impulsividad (BIS) $\alpha = .87$ Publicidad (frecuencia partidos)	Relación bonos-impulsividad: bonos y ofertas relámpago son un tipo de incentivo que predecía una reacción más instantánea e irreflexiva durante el juego
Hing et al. (2017c)	Australia	N = 611 australianos	AD (PGSI) $\alpha = .977$ Publicidad	Bonos: Destacan los bonos de bienvenida, por tramos o combo boost. Los propios jugadores perciben estos bonos como sujetos a numerosos términos y condiciones difíciles de entender. Relación bonos-impulsividad: los bonos son un tipo de incentivo que predecía una reacción más impulsiva Problemas de juego: los bonos son un desencadenante de la realización de AD, activando impulsos y ansias especialmente en los jugadores de riesgo y problemáticos.
Lole et al. (2020)	Australia	N = 59 australianos	AD Publicidad (<i>eye tracking</i> , actividad electrodérmica)	Bonos: Los incentivos que mostraron mayor preferencia fueron las <i>freebets</i> al ser incentivos de riesgo reducido ($M = 4.69$, $dt = .39$, $p < .001$) y los <i>cashback</i> ($M = 4.24$, $dt = .36$, $p < .001$), por encima de los <i>combo boost</i> ($M = 2.77$, $dt = .31$, $p < .001$). No se encontraron diferencias significativas entre las <i>freebets</i> y los <i>cashback</i> .
Rockloff et	Australia	N = 299 JA	JA + AD (PGSI)	Bonos: bono deportivo o código promocional es un tipo de promoción especial que, al emplearse, permitirá al jugador ahorrar dinero. Existen varios tipos de bonos entre los que

al., (2019)			Incentivos	destacan: Cashback y freebets
Rubio García (2018)	España	N = 35 adolescentes	AD (Cualit.) Publicidad Bonos	Bonos: un bono deportivo o código promocional es un tipo de promoción especial que, al emplearse, permitirá al jugador ahorrar dinero.
Russell et al. (2018)	Australia	N = 1813 JA	JA + AD $\alpha = .94$ Impulsividad (BIS-brief) $\alpha = .74$	Problemas de juego: Diferencias significativas en el uso de bonos entre los no jugadores y los jugadores de riesgo ($t = -6.82, p < .017$), problemáticos ($t = -11.67, p < .017$) y patológicos ($t = -36.22, p < .017$).
Seal et al. (2022)	Australia	N= 15000 fans deportivos australianos	AD (NE) Actitudes (ATSI)	Bonos: Tendencia a tener dificultades para interpretarlos y a subestimar los verdaderos costes de los incentivos ya que no incluyen ningún tipo de señal o advertencia

Nota. AD = Apuestas deportivas/ apostadores deportivos; JA = Juegos de azar/ jugadores de azar; NE = No especificado. Los α que no aparecen en la tabla es debido a que no fueron establecidos en sus respectivos estudios.

Apéndice 2: Hoja informativa



HOJA INFORMATIVA

Participación en la Tesis Doctoral “Apuestas Deportivas en jóvenes entre 18 y 25 años”

Estimado sr/a. (nombre del profesor de la asignatura/director del centro).

Existe una preocupación social significativa por la relación que muchos jóvenes establecen con los juegos de azar, especialmente, con las apuestas deportivas. Cada vez son más las investigaciones que ponen de relieve el uso abusivo o problemático de este tipo de actividades y la necesidad de dar una respuesta a este problema, sobre todo entre los jóvenes. Por ello, en la actualidad me encuentro realizando mi tesis doctoral sobre esta problemática en el marco del Departamento de Personalidad, Evaluación y Tratamiento de la Universidad Complutense de Madrid.

Para poder llevar adelante dicha tesis, necesito realizar un estudio pormenorizado de la situación en la que se encuentran los jóvenes actualmente en relación con las apuestas deportivas. Esto me exige poder contar con una muestra representativa bastante elevada de jóvenes procedentes de las diferentes universidades, centros de formación y centros educativos que imparten estudios Bachillerato, como el suyo. Es por este motivo que me pongo en contacto con Ud. para pedirle su colaboración y la de su clase en este proyecto. Esta no durará más de 15-20 minutos. Como contrapartida, si así le pareciese oportuno o lo estimase conveniente, me comprometo a realizar una conferencia/clase divulgativa sobre las apuestas deportivas y sus consecuencias asociadas para los alumnos en una fecha a convenir.

La actividad a realizar consistiría en completar, de modo anónimo y confidencial, el cuestionario online que estoy desarrollando. No se necesitará de ningún material específico más allá de los móviles u ordenadores de los participantes y una sala lo suficientemente espaciosa para que estos no puedan ver las respuestas de sus compañeros.

La tesis en la que le propongo participar, además, está respaldado por la Universidad de Madrid y el Banco Santander (CT63/19-CT64/19) en el marco de una beca de contrato predoctoral de personal investigador en formación para el fomento de la investigación científica y técnica de excelencia. Adicionalmente, el proyecto cuenta con la aprobación de la Comisión de Ética de la Facultad de Psicología de la Universidad Complutense de Madrid, e incluye la aplicación un modelo de consentimiento informado



HOJA INFORMATIVA

Participación en la Tesis Doctoral “Apuestas Deportivas en jóvenes entre 18 y 25 años”

para los participantes, y un protocolo para hacer anónimos los datos de los participantes a fin de garantizar la salvaguarda de sus datos personales y el cumplimiento de la RGPD 679/2016 y la Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal 3/2018.

Le pido que, de estar interesado/a en la propuesta se ponga en contacto conmigo a través de este email. Además, le facilito mi número de contacto por si prefiriese ponerse en contacto conmigo directamente: 623031653.

Esperando su respuesta, reciba un cordial saludo,



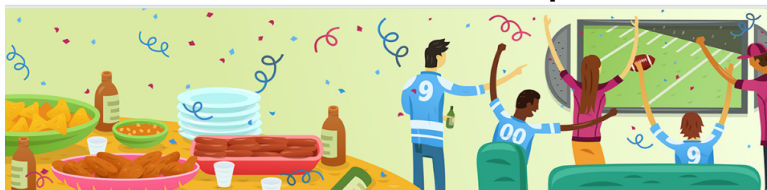
NCOL: M-35088

MARINA VALLEJO-ACHÓN
PSICÓLOGA GENERAL SANITARIA

☎ 623 031 653
✉ marinavallejoachon@gmail.com

Marina Vallejo-Achón
FPI y doctoranda de Psicología Clínica
Universidad Complutense de Madrid

Apéndice 3: Consentimiento Informado y Cuestionario.



CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN DE APUESTAS DEPORTIVAS

El cuestionario que va a proceder a responder implica la participación **voluntaria** en una investigación dentro del marco de una tesis doctoral sobre "Apuestas deportivas en jóvenes entre 18 y 25 años". Esta participación consistirá en la realización del siguiente cuestionario acerca de sus hábitos de juego (o de no juego) a apuestas deportivas, con una duración aproximada de 15-20 minutos y tendrá las siguientes condiciones:

-**Sus respuestas serán totalmente confidenciales.** Esto significa que sólo serán utilizadas con fines investigadores y de divulgación en el marco de la tesis "Apuestas deportivas en jóvenes entre 18 y 25 años". Los resultados de este estudio pueden ser publicados en revistas o libros científicos o difundidos por otros medios a la comunidad científica, sin hacer referencia en ningún caso a personas concretas.

-**Puede dejar de contestar en cualquier momento que considere oportuno.** La no finalización del cuestionario supone que ninguna de las respuestas dadas serán utilizadas para esta investigación. Tampoco existirá perjuicio alguno si decide, por el motivo que sea, no continuar con su participación.

- La investigadora que se encuentra en el aula con usted responderá a **cualquier pregunta** o duda sobre los propósitos de este estudio. Si usted está realizando la prueba online puede escribir a mvalle02@ucm.es (Marina Vallejo-Achón) y preguntarle todas las dudas que necesite antes de comenzar o continuar el cuestionario.

- **Este cuestionario es anónimo.** Es decir, no se guardará ningún dato que pueda dar lugar a que se le identifique (ni si quiera el correo electrónico a través del cual está realizando este cuestionario). Esta investigación no pretende recoger información sobre personas concretas, y todos los datos serán codificados manteniendo su anonimato.

-**No es un examen,** no hay respuestas correctas o incorrectas, lo único importante es que respondas con sinceridad.

Por último, si hay algún tema relacionado con este cuestionario, sus preguntas o si al responderlas le han surgido dudas sobre este tema o sus patrones de juego, se le informa de que puede plantearlas directamente a Marina Vallejo-Achón, estudiante de doctorado de Psicología de la Universidad Complutense de Madrid (teléfono: 623031653; e-mail: mvalle02@ucm.es). Esta consulta será siempre confidencial.

Así pues, tras leer la información relacionada con los datos que se van a obtener a través de este cuestionario se le informa que al finalizar y enviar estos datos usted está otorgando su consentimiento de participación en él.

Muchas gracias por ayudar a la investigación de un tema que tanto preocupa a la sociedad.

mvalle02@ucm.es [Cambiar de cuenta](#)

No compartido

* Indica que la pregunta es obligatoria

He leído, entiendo las explicaciones mencionadas arriba y consiento participar en este estudio. *

Sí

No

EDAD *

18

19

20

21

22

23

24

25

Otro: _____

COMUNIDAD AUTÓNOMA *

GÉNERO *

- Masculino
- Femenino

ESTUDIOS (acabados) *

- Estudios primarios incompletos
- Estudios primarios
- Estudios secundarios
- Estudios universitarios
- Formación profesional

NIVEL ECONÓMICO (familiar) *

SITUACIÓN LABORAL *

- Estudio
- Trabajo
- Estudio y trabajo
- En paro

ESTADO CIVIL *

- Soltero sin pareja
- Soltero con pareja
- Casado/conviendo con pareja
- Separado/viudo

SEÑALA TU GRADO DE ACUERDO CON LAS SIGUIENTES FRASES *

	Fuertemente desacuerdo	Moderadamente desacuerdo	Ligeramente desacuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	Ligeramente de acuerdo
Jugar me hace más feliz	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Las pérdidas en el juego, sin duda, van seguidas de una racha de ganancias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
No puedo funcionar sin jugar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jugar hace que las cosas parezcan mejores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jugar hace que el futuro parezca mejor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Relacionar mis ganancias con mi habilidad y mi destreza en el juego hacen que siga jugando	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Estoy fuera de control así que me resulta difícil parar de jugar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Relacionar mis pérdidas con la mala suerte o a las circunstancias adversas me hace seguir jugando	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Relacionar mis pérdidas con la casualidad hace que siga jugando	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
No puedo resistir las ganas de jugar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Echar una partida me ayuda a reducir la tensión y el estrés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
No soy lo suficientemente fuerte como para dejar de jugar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ciertos hábitos y rituales mejoran mis probabilidades de ganar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recordar cuánto dinero gané la última vez me hace continuar jugando	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Nunca seré capaz de dejar de jugar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tengo cierta capacidad para predecir cuándo voy a ganar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

EN QUÉ MEDIDA CREES QUE... *

	Nada de acuerdo	Poco de acuerdo	Bastante de acuerdo	Muy de acuerdo
Apostar es una forma de divertirse y pasar el tiempo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apostar es una pérdida de tiempo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Las apuestas deportivas son un problema	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realizar apuestas ayuda a desarrollar habilidades	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realizar apuestas es un acto social como ir al cine o tomar algo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Las apuestas deportivas son peligrosas y a la larga uno se engancha a ellas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Completa en función de la frecuencia con la que suceden: *

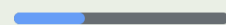
	Rotundamente de acuerdo	Algo de acuerdo	Algo en desacuerdo	Rotundamente en desacuerdo
Cuando estoy irritado suelo actuar sin pensar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Normalmente pienso cuidadosamente antes de hacer cualquier cosa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
En general me gusta asegurarme de llevar las cosas a buen término	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A veces me gusta hacer cosas que dan un poco de miedo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me gustan experiencias y sensaciones nuevas y excitantes, aunque causen un poco de miedo y sean poco convencionales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Con frecuencia empeoro las cosas porque actúo sin pensar cuando estoy irritado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cuando estoy realmente animado, no suelo pensar en las consecuencias de mis acciones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Cuando estoy realmente contento por algo, tiendo a hacer cosas que pueden tener malas consecuencias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Termino lo que empiezo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Normalmente tomo decisiones mediante un cuidadoso razonamiento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Has apostado dinero alguna vez en apuestas deportivas? *

- Sí
- No

[Siguiente](#)



Página 1 de 3

[Borrar formulario](#)

Sueles realizar apuestas mayoritariamente *

- Online
- Presencial

Dispositivos desde los que apuestas (puedes marcar más de uno) *

- Casas de apuestas en directo
- Casas de apuestas online
- Ordenador (online)
- Tablet (online)
- Móvil (online)

¿Cuándo fue la última vez que apostaste? *

Elige ▼

Promedio de días que apuestas a la semana *

- 0 1 2 3 4 5 6 7
-

¿Cuántas veces al mes sueles realizar apuestas? *

Elige ▼

Promedio de horas que apuestas a la semana *

Elige ▼

¿Cuánto tiempo (en horas) dedicas a realizar apuestas al mes? *

Elige ▼

¿Cuánto dinero sueles apostar de promedio al mes? *

Elige ▼

¿Cuánto dinero sueles apostar en cada apuesta? *

Elige ▼

Indica el tipo de apuesta deportiva que sueles hacer (puedes marcar más de una)

	Alguna vez	Habitualmente
Apuestas a resultado exacto final	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apuestas a resultado exacto al descanso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apuestas a ganador	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apuestas a ganador al descanso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Apuestas sobre estadísticas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apuestas hándicap	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apuestas over/under (de goles, puntos...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apuestas pre-partido	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apuestas en directo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apuestas a largo plazo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apuestas combinadas o parlay	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Por favor, indica a qué tipo de deporte sueles apostar

	Alguna Vez	Habitualmente
Fútbol	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Baloncesto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tenis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hockey	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Boxeo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rugby	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fútbol americano	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Baseball	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ciclismo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Carreras de caballos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Dedicas tiempo a planificar cómo, cuándo y cuánto vas a jugar? *

- Sí
- No

¿Apuestas más dinero del que deberías? *

- No
- Alguna vez
- Frecuentemente

¿Cómo juegas normalmente? *

- Sólo
- Acompañado de una persona (físicamente)
- Acompañado de una persona (online)
- En grupo (físicamente)
- En grupo (online)

Cuando juegas en compañía, sueles hacerlo con:

- No aplica
 Pareja
 Familia
 Amigos
 Compañeros

¿Para qué realizas apuestas deportivas? (puedes marcar varias opciones) *

- Ganar dinero
 Divertirme/pasar el rato
 Conocer gente
 Estar con mis amigos/pareja
 Sensación de ganar
 Probar mis habilidades
 Distraerme de mis problemas

En el último año, ¿cuántas veces te has planteado apostar menos y no lo has conseguido? *

- Ninguna
 Alguna vez
 Frecuentemente
 Siempre

A continuación, contesta primero si lo que te preguntamos ha sucedido a lo largo de toda tu vida. Conteste después si ha sucedido en el último año

	A lo largo de la vida	Último año
¿Has tenido periodos de 2 o más semanas en lo que has pasado mucho tiempo pensando en tus experiencias con las apuestas o planificando detalladamente futuros episodios de juego o apuestas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Has tenido periodos de 2 o más semanas en lo que has pasado mucho tiempo pensando en cómo conseguir dinero para apostar?.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Has mentido alguna vez a tu familia, amigos o a otros sobre cuánto apuestas o cuánto dinero perdías con las apuestas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Ha pasado 3 o más veces?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Has intentado alguna vez dejar, reducir o controlar tu conducta de apostar?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cuándo has intentado dejar, reducir o controlar tu conducta de apostar, ¿te has notado inquieto o irritado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Has necesitado apostar cada vez más cantidades de dinero para conseguir la misma satisfacción o excitación?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En algún momento, ¿has realizado apuestas deportivas para aliviar sentimientos de malestar como culpa, ansiedad, impotencia o depresión?.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

¿Has apostado alguna vez como una forma de escapar de problemas personales?

¿Has tenido alguna vez un periodo en el cual si perdías dinero en las apuestas volvías otro día a recuperarlo?

En algún momento has cogido dinero que no te pertenecía de tu familia o alguien más para poder apostar?.

Tu forma de hacer apuestas deportivas te ha causado serios o repetidos problemas en tu relación con tu familia o amigos?

Debido a las apuestas deportivas has tenido algún problema en el colegio/universidad como perder clase, días enteros o bajar las notas o en el trabajo (perder un encargo importante, una oportunidad de trabajo, etc)?

Debido a las apuestas deportivas has tenido algún problema con el trabajo o has perdido una oportunidad laboral importante?

¿Has pedido prestado dinero o vendido algo con el fin de conseguir dinero para apostar?

Indica cuál de las siguientes casas de apuestas has visto anunciadas o recuerdas haber visto su anuncio o patrocinio y si has apostado en alguna de ellas.

	La he visto anunciada	He apostado
888 sport	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bet365	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Betfair	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bwin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Codere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Betway	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sportium	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
William Hill	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Atrás

Enviar

Página 3 de 3

Borrar formulario

Atrás

Siguiente

Página 2 de 3 Borrar formulario

Escanee el QR para acceder al cuestionario y poder visionarlo directamente.



Apéndice 4. Artículo

Journal of Gambling Studies
<https://doi.org/10.1007/s10899-019-09863-y>

ORIGINAL PAPER



Prevalence and Characteristics of Sports Betting in a Population of Young Students in Madrid

Francisco Javier Labrador¹ · Marina Vallejo-Achón¹

© Springer Science+Business Media, LLC, part of Springer Nature 2019

Abstract

The participation of young people in sports betting is causing social alarm as a result of both its invasive advertising and its possible involvement in the development of gaming problems. The objective of this study is to identify and characterise the situation in which young students in Madrid participate in sports betting. A Sports Betting Evaluation Questionnaire was given to a convenience sample of 735 young students from Madrid (aged 18–25), both live (face-to-face) and on-line. 42.6% of the sample admitted having placed sports bets at one time; 81% of those who had bet were men and 78% had bet live, versus 18% who had done so on-line and 5% using both systems. Men were found to bet more frequently and spend more money and more time doing so than women. Those who bet on-line do so more frequently and spend more money and more time than those who bet live. Young people bet mainly on football and the most frequent bets are the most obvious ones, i.e. on the winner. The frequency of participation in sports betting is high, but the time and money spent is moderate, albeit always higher in men than in women.

Keywords Sports betting · Gambling · Students

Introduction

Concern for the negative effects of gambling is a constant in Spain, especially as from the legalisation, in 1977, of most of the games now available. Studies point to a high prevalence of gambling problems in Spain, in accordance with the study of Labrador et al. (2014a), who found that 1.1% of Spaniards are pathological gamblers, or 0.9% according to the study of the Directorate General for the Regulation of Gambling (*Dirección General de Ordenación del Juego*, DGOJ 2017). These figures rise to 5% if both “problem gamblers” and “gamblers at risk” are considered (Labrador et al. 2014a, b). The fact that 91% of Spaniards admit to having gambled at some time in their lives, whether live or on

✉ Francisco Javier Labrador
 labrador@cop.es

Marina Vallejo-Achón
 mvalle02@ucm.es

¹ Faculty of Psychology U.C.M., Universidad Complutense de Madrid, Campus de Somosaguas s/n, 28224 Madrid, Spain

the Internet, (Labrador et al. 2014a, b), or 82% if only gambling live is considered (DGOJ 2017), indicates the extent of possible gambling problems and highlights the large number of gamblers who may present them. These data do not vary greatly from those obtained in neighbouring countries, confirming the high prevalence of gambling problems (DGOJ 2017).

Concern for the negative effects of azar games has recently increased with the rise of gambling on the Internet, in particular as from Law 13/2011, which regulates on-line gambling (Chóliz 2014). This is also the case with the appearance and development of new forms of gambling such as on-line casino games, including poker in particular, or sports betting. These “new” platforms appear to have attracted the attention of teenagers and young people, who show less interest in traditional games of chance (slot machines, bingo, lotteries etc.). These concerns are supported by the data from the Annual Report of the DGOJ (2017), showing in December 2016 there were 611,929 on-line gamblers in Spain, compared with 511,706 gamblers in the same month of 2015, or 346,277 in 2014. Several researchers have argued that this accelerated growth in the recent decades, despite having stabilized in recent years, is increasingly contributing to the incidence of gambling problems (Hing et al. 2014b, 2015).

The reasons for which sports betting is one of the oldest and most used games in the present day are strictly and exclusively psychological (Chóliz 2008). The main variables that favour the beginning of the gambling activity are the accessibility that sports have and the possibility of betting both in person and online. Furthermore, the proliferation of sports betting venues, where other addictive substances (such as alcohol) are also consumed, even rewarding players with higher prizes, provides gamblers with a more exciting experience, (Chóliz 2008). Additionally, being able to make low-cost bets or flashy free bonuses, that allow people to start playing without investing their money, also facilitates the initiation of gambling behavior. Finally, cognitive bias (or control illusion) is one of the variables that most favours the maintenance of sports betting behavior, by generating an increase in intrinsic motivation. This may be because, as several studies suggest, adults who place sports bets perceive themselves as more in control of the outcomes (Auer and Griffiths 2013; Hing et al. 2014a) than in other games, such as lottery, bingo or casinos. This translates into a lower perception of the problem, of the possible long-term effects and ultimately of the perceived personal skills (Buil et al. 2015). According to Griffiths (2009), thus, while in other instances a game is not intended to win or lose, but simply to have fun, in this case the activity of betting favours a personal challenge, generating feedback from the performance and, becoming an absorbing action. Also, in some cases betting produces the phenomenon of “Flow”, an experience with a very powerful motivational component that acts as a predisposing and sustaining variable, with a pleasant component, that provides positive sensations to the player while playing (Csikszentmihalyi and Csikszentmihalyi 1998).

Sports betting is causing widespread alarm as a result of its invasive advertising on the media, especially through radio and television, even at times when no other game can be advertised, such as during children’s programming time. The concern is also accentuated by the fact that this type of gambling involves in particular the participation of young people (Sarabia et al. 2014), which are considered to be a group at risk of developing gambling problems. Moreover, it is emphasised that although sports bets are relatively new, they account for a seventh of the profits of the industry of azar games and are among the forms of gambling that are increasing most rapidly (DGOJ 2017). As an example, it can be seen that from 2012 to 2016 the proportion of people betting in sports has risen from 1.1 to 5.1%, i.e. almost 2 million people in Spain placed sports bets in 2016 (Gómez 2017).

Although it is difficult to discern the game frequencies depending on the platforms, due to the absence of studies related to this topic in Spain, it is known that the market of sports betting has grown regularly for 8 years, leading a rhythm of an increase of almost 20% per year (Gómez and Lalanda 2018). It is estimated that the observed rapid growth began before 2012, however, there are no national data or annual reports available with regards to this until the present year. Currently, in Spain, 85.5% of the market for sports betting is divided into two almost equal halves between face-to-face betting and betting on websites authorized and regulated by the state. This distribution is due to the fact that face-to-face bets are seen as another type of behavior, when taking into account the custom of viewing sport matches.

However, the increase in on-line gambling and sports betting is not restricted to Spain; many other neighbouring countries have been similarly affected. The study of DiCiccio-Bloom and Romer (2011) in Australia points out that in recent years there has been a considerable increase in the participation of teenagers (aged from 15 to 17) in games of chance such as cards or sports betting, 8.1% of whom admit to bet on a weekly basis. This increase can also be observed in adults, 80% of whom recognise having gambled at some point in their lives (Gordon et al. 2015). It is also pointed out that in 2014, 0.5–7.6% of the adult population had gambling problems deriving from sports betting and further 10–15% of them were at risk of developing gambling problems (Hing et al. 2014b). In the United Kingdom it is estimated that 48% of adults have taken part in some form of gambling within the last month (European Gaming and Betting Association 2017). In the United States and Canada it is estimated that 56.8 million people took part in sports betting in 2015, with sports bets being those with the highest rate of participation as 11% of men and 2.2% of women admitted that they bet more than once a month (Fantasy Sport Trade Association, 2015 quoted by Marchica et al. 2016). In countries further away from Spain, such as China, sports betting has seen an increase of up to 25.5%, compared to an increase of only 6.3% in the remainder of azar games (Li et al. 2015). As a summary, the study of López-González et al. (2018) points out that the prevalence of sports betting has increased in various countries in recent years, to such an extent that, currently, 37% of the annual on-line gaming market in Europe corresponds to sports betting, and these results are also confirmed by the European Gaming and Betting Association (2017).

Many factors may be contributing to the rise in sports betting: omnipresent advertising at almost all times of the day; the fact that it particularly targets teenagers and young people; the association between sport betting and healthy social and leisure activities; the ease of betting from any personal terminal (smartphone, tablet, computer etc.) to bet in real time; the use of social networks to promote consumption or the use of famous personalities, who are familiar to young people, as brand image (Deans et al. 2017; Hing et al. 2017; López-González et al. 2017).

Moreover, it is pointed out that there has been a shift in the profile of people who take part in games of chance. Some years ago the profile of the gambler was a man of approximately 30–40 years of age, whose objective was obtaining money or the recovering of losses and who bet live, especially on slot machines, bingo, and lotteries. Currently, the typical profile of the gambler is a younger male (aged between 15 and 35) with a high socio-economic level, in many cases a university student or graduate who invests more and more in on-line games or sports betting (Gómez 2017; Gainsbury et al. 2013, 2015; Sánchez et al. 2016). This seems to be at least partly due to the constant presence of advertising of sports bets, which has led to the “normalisation” of betting, as it is no longer seen by young people and teenagers as “something for older people” (Sarabia et al. 2014). Furthermore, sport betting has become a form of entertainment comparable to the most

popular group activities such as practising sports, listening to music, or taking part in social gatherings. Another contributing factor is the fact that sports betting does not strictly involve games with results depending exclusively on chance. The gambler's skill or knowledge may have an influence, albeit a minimal one, on the results of the bet. It is indeed possible that some of the cognitive biases of pathological gamblers, such as the illusion of control or the illusion of result prediction, may be particularly involved in these types of bets. Some studies, therefore, suggest that gamblers with this new "profile" perceive themselves as having greater control over the results (Auer and Griffiths 2013; Gainsbury et al. 2013; Nelson et al. 2008; Hing et al. 2015) and do not perceive the severity of the problem or possible long-term risks of the phenomenon (Griffiths 2009; Buil et al. 2015).

The increase in the participation in sports betting together with the different profile of gamblers, in particular their youth, has led some researchers to point out that the growth in sports betting is contributing more and more to the increase of gambling problems (Hing et al. 2014a; Lamont et al. 2011; Sproston et al. 2015). However, despite the concern on gambling problems that may arise by sports betting and the evidence which highlights this situation in other countries such as Australia or Canada (DiCicco-Bloom and Romer 2011; Gainsbury et al. 2016; Hanss et al. 2014), Iceland (Olason et al. 2015), China (Li et al. 2015), the United Kingdom (López-González et al. 2018), and the United States (Marchica et al. 2016), research on the subject has been limited, especially in Spain. There is a gap in the literature on the identification and characterisation of the actual participation of young people and teenagers in sports betting (percentages of participation, betting platforms, betting types, frequency, expenses...). The identification of this situation, appears to be a necessary step in the development of protective actions and the prevention of gambling problems. Hardly any studies have been carried out in Spain on the prevalence and characteristics of sports betting at a national level; those that exist are either biased (Labrador et al. 2014a, b), restricted to certain Autonomous Regions (Becoña 2004; Carbonell et al. 2013; Griffiths 2009), or financed by sports betting companies such as those of the Fundación Codere (Gómez 2017).

To overcome the lack of evidence, or the limitations of the available studies with small samples, on sports betting in Spain, the present study has been developed with the following objectives

1. Identifying the risk and protection factors in the youth population of Madrid and how these influence the pattern of participation in sports betting.
2. Identifying the relation between types of players and sociodemographic variables, types of game they play, impulsivity, presence of distortions about the game, and involvement in the game.
3. Identifying the presence of attitudes towards the game in the general population, and if these can be explained by sociodemographic variables or by type of bets they make.

Method

Participants

The study was carried out on a sample of 735 young people from the City of Madrid aged between 18 and 25, of which 50.2% were women. Of the sample, 84.9% reported being from a middle class background; most of them were university students (86.7%), of which

78.4% were undergraduates. This is a convenience sample obtained mostly in person at various university faculties and vocational training centres in Madrid (N= 603). The remaining part of the sample (N= 132) was obtained on the Internet by placing the questionnaire on social networks (Facebook and Whatsapp).

Design

Exploratory study in a convenience sample with measurements on one occasion

Dependent Variables

- Participation in sports betting (Yes/No)
- Type of bets in which you have participated (on-line vs. live)
- Frequency of betting (4 categories: yesterday/a week ago/2–3 weeks ago/1 month or more ago)
- Average money spent (per month and per bet)
- Time spent (in hours)
- Type of bets (12 categories)
- Type of sport bet on (10 categories)
- Bookmakers (with which bets are made and which have been seen in advertising) (16 categories)

Instrument

To obtain the data a specific assessment instrument was designed: The Sports Bets Evaluation Questionnaire (*Cuestionario de Evaluación de Apuestas Deportivas*, CEAD). The questionnaire included questions about:

- Socio-demographic variables (age (18–25 years), gender (male/female), studies, economic level (low/medium/high), employment situation (student/worker/both), civil status (single without partner/single with partner/couple living together))
- Characteristics of the bets placed (frequency, cost, type of bet...)
- Presence of gambling problems (NODS-CLiP)
- Beliefs related to gambling (5 items)
- Level of impulsiveness (5 items)
- Motivation for gambling (5 items)
- Bookmakers (17 types)

The design of the questionnaire took into account the gaming assessment instruments used by the research group led by F. J. Labrador so as to identify irrational beliefs related to gambling and the level of impulsiveness (see Labrador et al. 2013; Bernaldo-de-Quirós et al. 2017). For the identification of gambling problems, the NODS-CLiP questionnaire was included (Toce-Gerstein et al. 2009).

After revision by a group of experts and the carrying out the modifications indicated, a pilot test was carried out with a sample of 10 young people of both sexes and different ages

(18–25 years old). Once the pertinent modifications had been carried out, the definitive questionnaire was established with 28 questions.

Procedure

After designing the CEAD, it was administered both on-line and in person to the participants. For the on-line application, the original questionnaire was transferred to an on-line version by means of Google Forms and was publicised by means of Facebook and WhatsApp groups. For the live application several university centres were visited (Faculty of Psychology, Faculty of Politics, Faculty of statistical studies, Faculty of education—all of the Complutense University of Madrid, Faculty of physical activity and sports sciences of the Politécnica University of Madrid) and vocational training centres (the “Barrio de Bilbao” secondary school and the “Beatriz Galindo” secondary school), by one of the authors of the study. The application was carried out in groups, although every student answered his/her questionnaire individually and anonymously. Of the total 735 participants of the sample, 132 answered the questionnaire on-line compared with 603 who did so in person.

Data Analysis

The data was analysed by means of the Statistics Package for Social Sciences (SPSS-19), using in the first analysis T-test contrasts, when the dependent variable was numeric and contingency tables by means of a Chi squared analysis in the case of categorical variables. In order to carry out the second data analysis, ANOVA was used for continuous variables and the Chi squared analysis for categorical variables. Finally, to analyse the bivariate correlations (bookmakers advertised and establishments at which bets have been placed) the Pearson/Spearman correlation coefficient and a contingency table were applied.

Results

1. Placing sporting bets

Of the total 735 participants, 50.2% (N=369) were women. The 42.6% (N=313) of the total declared that they had placed sporting bets at some time in their lives; of these 24.6% (N=77) declared that they place more than 3 bets per month and 13.5% (N=42) place more than 5 bets per month. Of those who bet (N=313), 81.2% (N=254) were men and 18.8% (N=59) were women. *Gaming platform*: Of those who bet, 17.6% (N=55) declare that they do so on-line compared with 77.6% (N=243) who do so live and 4.8% (N=15) who use both forms of betting (see Table 1).

2. Frequency of bets

Among those who bet (N=313), the number of bets placed each month varies widely (from 0 to 40 bets) with the average being 2.97 (see Table 1). The differences due to gender are important ones; on average men place 3.44 bets a month compared with 0.93 in the case of women. With regard to the type of platform, gamblers who say they bet by using

Table 1 Frequency of bets, depending on total, on gender and on type of platform of those who bet (T student for gender and ANOVA for platform)

	Total	Gender		Student <i>t</i> (<i>p</i>)	Platform			ANOVA (<i>p</i>)
		Men	Women		On-line	Live	Both	
<i>Participants who bet</i>								
N	313	254	59	0.001	55	243	15	0.002
%	42.6	81.2	18.8		17.6	77.6	4.8	
<i>Frequency of bets per month</i>								
Average	2.97	3.44	0.93	0.001	6.53	1.90	7.27	0.002
Range	0–40	0–40	0–6		0–40	0–24	0–30	
<i>Frequency more than 3 times per month</i>								
N	77	73	4	0.001	26	43	8	0.002
%	24.6	19.94	1.08		47.2	17.7	53.4	
<i>Frequency more than 5 times per month</i>								
N	42	41	1	0.001	18	18	6	0.002
%	13.5	11.2	0.27		32.6	7.4	40.1	

both platforms place on average 7.27 bets a month, compared with 6.53 of those who bet on the Internet and 1.90 of those who only bet live (see Table 1).

With regard to higher frequencies (more than 3 or more than 5 times a month), 10.5% of the total sample bets at least four times a month and 5.71 at least 6 times a month, i.e. the frequencies are not so high in the population under study, but if we consider only those who bet, the percentages are almost trebled (24.6% and 13.5%). With regard to gender differences, men present higher frequencies than women both in betting more than 3 times a month (19.94% compared with 1.08%) and in particular in betting more than 5 times (11.2% compared with 0.27%). The trend is also maintained concerning the platform, with people who bet on both platforms showing higher betting percentages than those who bet on the Internet and than those who only bet live, also when considering betting at least four times a month (53.4%; 47.2%; and 17.7% respectively), and when betting at least 6 times (40.1%; 32.6%; and 7.4% respectively).

Those who place bets on-line, whether exclusively or combined with live bets, admit that they bet more frequently; the week before the questionnaire 27.3% and 26.7% of them respectively had placed bets compared with 6.2% of those who bet live. The 64.2% of those who place bets live mention having spent a month or more without gambling, compared with 47.2% of those who bet on-line and 20% of those who bet using both systems.

3. Time spent on sports betting

If we consider only the 313 participants who bet, the time spent on bets per month varies greatly (0–100 h) and it is on average 5.56 h (Sd: 13.72). Given the great dispersal, the data of the time used in betting, which were 3 typical deviations or more above average, were filtered, with 10 cases being eliminated. The results from the corrected data indicate that the average time spent betting by the participants is 3.41 h (Sd: 6.03). From now on the corrected data (N=313) will be used (see Table 2).

Again the results show gender differences. 36.88% (N=135) of men in the sample bet for 1 h or less per month compared with 12.20% (N=45) of women, and 26.23% (N=96)

of men bet for 3 h or more per month versus 2.98% (N=11) of women. Differences can also be observed *according to the type of platform*; 64.61% (N=157) of those who bet live devote 1 h or less to betting compared with 34.5% (N=19) of those who do so on-line and 26.7% (N=4) of those who use both platforms. Alternatively, 27.8% (N=68) of those who bet live do so for 3 h or more per month, versus 52.8% (N=29) of those who place bets on-line and 66.9% (N=10) of those who use both systems (see Table 2).

The data on the *Time since the last bet placed* indicate on average 3.21 weeks since the last bet, although a majority of 59.1% (N=185) placed their last bet in the previous month or more. Furthermore, they confirm the results obtained showing; men (3.16 weeks) bet for the last time more recently than women (3.76), and those who bet on both platforms (2.40 weeks) show less time since the last bet than those who only bet on-line (2.75 weeks), and than those who only bet live (3.36 weeks).

4. Money spent on betting

The amount of money per bet of the betting participants varied between 0.20 and 140€, with the average amount per bet being 5.27€. Given the wide variation in the average per bet (Sd=12.5870), the data which were 3 deviations or more above average were filtered, with 5 participants being removed. As from these filtered data an average per bet of 3.90€ was obtained (a range of 0.20–30€; Sd:=5.0265). The *amount of money spent per month* by those who bet varied between 0.20 and 4000€, with the average amount spent per month being 14€ (Sd:=236.28) (see Table 3). Again, given the spread of the data, they were filtered, withdrawing those values exceeding the average by 3 Sd, which meant that 27 cases were removed. After filtering, the results indicate an average amount of money bet each month of 6.80€ (a range of 0.20–40€) and a typical deviation of 8.75 (see Table 3).

Again significant differences can be appreciated depending on gender; men bet an average of 4.12€ (a range of 0.20–30€) per bet compared with 2.98€ (a range of

Table 2 Time spent on betting, depending on total, on gender and on type of platform of those who bet (N=313)

	Total	Gender		Student <i>t</i> (ρ)	Platform			ANOVA (ρ)
		Men	Women		On-line	Live	Both	
<i>Time since the last bet</i>								
Average	3.21	3.16	3.76	0.001	2.76	3.36	2.40	0.001
Range	1–4 ^a	1–4 ^a	1–4 ^a		1–4 ^a	1–4 ^a	1–4 ^a	
<i>Time spent on bets per month</i>								
Average	3.41	3.965	1.136		0.526	2.829	6.429	0.001
Range	0–100	0–40	0–10	0.006	0–30	0–40	0–10	
<i>Frequency of time invest 1 h/month or less</i>								
N	180	135	45	0.006	19	157	4	0.001
%	57.6%	53.2	76.3		34.5	64.5	26.7	
<i>Frequency of time invest at least 3 h/month or more</i>								
N	107	96	11	0.006	29	68	10	0.001
%	34.1	37.8	18.6		52.8	27.8	66.9	

^aBeen 1 = yesterday, 2 = 1 week ago, 3 = 2–3 weeks and 4 = 1 month or more

Table 3 Money spent on betting, depending on total, on gender and on type of platform of those who bet (T student for gender and ANOVA for platform)

	Total	Gender		Student <i>t</i> (ρ)	Platform			ANOVA (ρ)
		Men	Women		On-line	Live	Both	
<i>Money per month (N = 286)</i>								
Average	6.799	7.067	2.975	0.120	10.183	5.295	10.409	0.006
Range	0.20–40	0.20–35	0.20–20		0.20–30	0.20–35	0.5–30	
<i>Money per bet (N = 308)</i>								
Average	3.90	4.118	2.98	0.304	6.885	3.27	3.071	0.006
Range	0.20–30	0.20–30	0.20–10		0.20–30	0.20–30	0.5–10	

0.20–10€) in the case of women. These differences are greater if we consider the average amount of money spent on betting per month, as men bet on average 7.07€ (a range of 0.20–35€) compared with the 2.97€ (a range of 0.20–20€) bet by women (see Table 3).

Differences also can be found in the amounts invested per bet depending on the betting platform. Participants who bet only on-line are those who risk higher amounts (6.88€ on average ranging from 0.20 to 30€), which doubles the amount bet by those who use both systems (3.07€ ranging from 0.50 to 10€) and those who bet live (3.27€ on average ranging from 0.20 to 30€). However, the amount invested in bets per month is higher in people who bet on-line, either on both platforms (average = 10.41€; range 0.50–30€) or only on-line (average = 10.18€; range 0.20–30€), than those who bet directly (average = 5.29€; range 0.20–35€) (see Table 3).

5. Sports on which bets are placed

In order to analyse the type of sport in which most bets are placed, only 10 categories were considered, 9 of the latter are those in which bets are more frequent and a residual category (10th) of “others” included bets on all remaining sports.

Type of sport The immense majority of people who admit that they bet do so on football (94.6%), followed by basketball (34.5%), tennis (27.5%), and others (this category includes horse and greyhound racing) (15.7%). Less than 5% of participants bet on the remaining sports. This predominance of bets on football is similarly reflected across the sample, if we consider men (96.1%) and women (88.1%) or the type of platform (both = 100%; on-line = 98.2%; live = 93.4%).

Money bet per month In general, the amount bet per month on the various sports is low, with the highest (16.25€) being that devoted to baseball, a sport that only 7 participants declared that they bet on. The monthly amount devoted to football is low (6.28€), with that devoted to tennis (10.749€), boxing (9.75€) and even basketball (8.04€) being somewhat higher. With regard to the time invested per month, the sport involving most hours is also baseball (on average 6.35 h) and tennis (on average 6.11 h), followed by basketball (on average 4.71 h) (see Table 4).

With regard to differences according to gender, as was to be expected in almost all sports men bet more than women (except in Hockey and American football), at least doubling the average amount bet with the greatest differences being in boxing and cycling. No relevant differences are to be found in the type of sports on which they bet,

Table 4 Sports on which bets are placed depending on total, on gender and on type of platform of those who bet (N= 313)

	Total	Gender		Platform		
		Men	Women	On-line	Live	Both
<i>Football</i>						
N	296	244	52	54	227	15
%	94.6	96.1	88.1	98.2	93.4	100
Money/month	6.282	7.063	3.067	10.183	5.322	10.409
Time/month	3.176	3.64	1.263	5.285	2.596	6.591
<i>Basketball</i>						
N	108	98	10	26	74	8
%	34.5	38.6	16.9	47.3	30.5	53.3
Money/month	8.403	8.962	4.25	12.471	7.235	10.167
Time/month	4.711	5.108	1.58	8.976	3.162	9.667
<i>Tennis</i>						
N	86	78	8	27	55	4
%	27.5	30.7	13.6	49.1	22.6	26.7
Money/month	10.739	11.508	4.875	15.937	9.235	7.5
Time/month	6.109	6.644	2.025	10.688	4.775	3.5
<i>Hockey</i>						
N	4	3	1	1	3	0
%	1.3	1.2	1.7	1.8	1.2	0
Money/month	5.5	4	10	5	5.667	0
Time/month	1.3	1.667	0.2	1	1.4	0
<i>Boxing</i>						
N	16	15	1	3	10	3
%	5.1	5.9	1.7	5.5	4.1	20
Money/month	9.75	10.5	0.1	3	10	13.5
Time/month	3.907	4.208	0.1	2.5	4.3	3.667
<i>Rugby</i>						
N	3	2	1	1	2	0
%	1	0.8	1.7	1.8	0.8	0
Money/month	3.5	5	0.5	5	2.75	0
Time/month	0.367	0.55	0.1	0.1	0.5	0
<i>American football</i>						
N	14	13	1	6	5	3
%	4.5	5.1	1.7	10.9	2.1	20
Money/month	7.5	7	10	10	0.1	7.5
Time/month	2.5	2.8	1	2	0.1	4.5
<i>Baseball</i>						
N	7	6	1	4	2	1
%	2.2	2.4	1.7	7.3	0.8	6.7
Money/month	16.25	18.33	10	20	10	15
Time/month	6.325	8.367	0.2	2.55	0.2	20
<i>Cycling</i>						
N	5	5	0	3	1	1
%	1.6	2	0	5.5	0.4	6.7
Money/month	9	9	0	20	2	2

Table 4 (continued)

	Total	Gender		Platform		
		Men	Women	On-line	Live	Both
Time/month	4	4	0	1	5	6
<i>Others</i>						
N	49	2	9	8	2	1
%	15.7	0.8	15.3	14.5	0.8	6.7
Money/month	8.852	10.3	3.222	15	8.013	10
Time/month	4.652	5.634	0.833	2.62	4.963	3

with both men and women preferring to do so on football (96.1% and 88.1% respectively) followed by basketball (38.6% and 16.9% respectively) and tennis (30.7% and 13.6% respectively). The sports on which men bet more money are baseball (on average 18.33€) followed by tennis (11.51€) and others (horses and greyhounds) (10.3€), compared with baseball, American football, and hockey (on average 10€ each), which are preferred by women (see Table 4).

Concerning the type of platform, in all cases those who bet live spend less money on bets except in the case of boxing. In general, those who invest the most are those who only bet on the Internet except for football and hockey. Those who do so on the Internet make the highest bets on baseball and cycling (on average 20€) and on tennis (15.937€); those who bet live on baseball (10€), boxing (10€), and tennis (9.24€); and those who use both platforms on baseball (15€), boxing (13.5€ per month) and football (10.41€) (see Table 4).

Time devoted to betting per month The average amount of time per month devoted to betting does not exceed 6.40 h, with most time being spent on baseball (6.32 h) and tennis (6.10 h) and least time being spent on rugby (0.37 h) and hockey (1.3 h). The average time devoted to betting on football is 3.18 h and to basketball 4.71 h. With regard to gender differences, in all sports women devote much less time to betting than men, with the differences being particularly marked in the cases of boxing and cycling. Men devote more time to baseball (8.367 h) followed by tennis (6.644 h) and other sports (greyhounds and horses) (5.634 h). Women devote more time per month to tennis (2.025), basketball (1.58 h), and football (1.263 h) (see Table 4). With regard to the differences according to the platform type the spread is considerable if we consider all sports, which in many cases is probably influenced by a small number of cases. If we consider the two with the highest percentage of participants, football and basketball, those who devote most time to betting are those who use both platforms, followed by those who bet on-line and finally by those who bet live. In tennis however this pattern is not found. Differences have also been observed in the time devoted to betting according to the type of platform used. On-line gamblers spend more time on tennis (10.69 h), basketball (8.98 h), and football (5.28 h) per month; those who use both platforms invest it on baseball (20 h), basketball (9.67 h), and football (6.59 h); while those who bet live invest more time in cycling (5 h), other sports (horses and greyhounds) (4.96 h) and tennis (4.78 h) (see Table 4).

6. Types of bets made

12 types of bets were considered: the exact final result, the exact result at half-time, the winner, the winner at half-time, on statistics, handicap, over/under, pre-match, direct

or live, long-term, combined or parlay, and other types. The most frequent type of betting is that on the winner (82.4%), followed by combined bets (45%), the exact final result (35.8%), and over/under bets (31.6%). The types of bets that involve more money and time per month are those on the exact result at half-time (12.87€ and 10.15 h), other types of bets (12.26€ and 10.88 h), and direct or live bets (11.92€ and 8.15 h) (see Table 5).

Differences depending on gender Both men and women bet most on the winner (84.3% and 74.6% respectively). However, men bet more on combined or parlay bets (50.8%), over/under bets (34.6%), and the exact final result (34.3%) and women more on the exact final result (42.4%) and pre-match bets (25.4%). As far as the average amount of money invested and the time, men spend more money and time on other types of bets (14.38€ and 14 h), bets on the exact result at half-time (14€ and 11.24 h), and direct or live bets (12.84€ and 9.01 h); women spend more money per month on bets on the winner at half-time (7.33€), over/under bets (5.54€), and other types of bets (5.37€) and more time on the exact result at half-time (3.10 h), combined or parlay bets (2.81 h), and handicap bets (2.45 h) (see Table 5).

Differences depending on the platform The most frequent bets on the three platforms are on the winner (Internet=83.6%, both=80%, live=82.3%), followed by combined or parlay bets (60%, 73.3%, and 39.9% respectively). Those using the Internet (in isolation or both systems) prefer over/under bets (40% and 60% respectively) and those who bet directly do so on the final exact result (37%). The types of bet which receive most money per month vary according to the platform used. Those who bet on the Internet or using both systems invest more in bets on the exact final result (22.5€ and 15€ respectively) and in other types of bets (22.5€ and 11.32 € respectively), although they differ in the following; those who bet live invest more in other types of sports bets (11.32€), in the exact result at half-time (11.10€), and in the winner at half-time (9.37€). The types of bets to which they devote more time for the three platform types are bets on the exact result at half-time (on-line=26.5 h, both=20 h; live=6.61 h). Additionally, the following differences were found: those who bet on-line and live do so more on other types of bet (25 and 9.54 h respectively) and those who bet on both platforms do so on bets on the winner at half-time (20 h) (see Table 5).

7. Bookmakers used for betting

The bookmakers considered as the best known were taken into account for the gathering of data: 888 sport, Bet365, Betfair, Bwin, Cirsa, Codere, Globet, Interwetten, Juegging, Paf, Sportium, Suertia, Ttitanbet, Vebet, Unibet, William Hill, and Others. However, given the proliferation of companies and also the fact that for some the number of bettors was very low or zero, only bookmakers with at least 24 bettors were selected together with the residual category of Others, thus reducing those under consideration for a more exhaustive analysis to 9: 888 sport, Bet365, Betfair, Bwin, Codere, Juegging, Sportium, William Hill, and Others.

The bookmakers most frequently used for betting are in the following order: Sportium (N=247, 78.9%) followed a long way behind by Bet365 (N=117, 37.4%) and Codere (N=101, 32.3%). The companies at which the participants show most money spent per month are Juegging (6.839€) and Betfair (6.706€). Those at which most time is spent are also Betfair (14.139 h) and William Hill (10.020 h) (see Table 6).

The differences depending on gender when selecting bookmakers are small; the most important is that the frequencies are always higher in men. Both sexes bet more

Table 5 Type of bets made depending on total, on gender and on type of platform of those who bet (N=313)

	Total	Gender		Platform		
		Men	Women	On-line	Live	Both
<i>Exact final result</i>						
N	112	87	25	16	90	6
%	35.8	34.3	42.4	29.1	37	40
Money/month	6.095	6.933	3.580	6.864	5.576	15
Time/month	3.802	4.565	1.516	6.827	3.108	10.250
<i>Exact result at half-time</i>						
N	19	17	2	4	13	2
%	6.1	6.7	3.4	7.3	5.3	13.3
Money/month	12.867	14	5.5	22.5	11.083	15
Time/month	10.153	11.238	3.1	26.5	6.608	20
<i>Winner</i>						
N	258	214	44	46	200	12
%	82.4	84.3	74.6	83.6	22.3	80
Money/month	6.665	7.489	3.182	11.045	5.702	10.722
Time/month	3.291	3.772	1.259	5.824	2.727	5.778
<i>Winner at half-time</i>						
N	47	44	3	9	35	3
%	15	17.3	5.1	16.4	14.4	20
Money/month	10.194	10.455	7.333	14.2	9.367	15
Time/month	8.408	9.045	1.4	22.4	5.69	20
<i>On statistics</i>						
N	34	31	3	7	24	3
%	10.9	12.2	5.1	12.7	9.9	20
Money/month	9.611	10.188	5	20	8.286	2.750
Time/month	5.748	6.375	0.733	14.5	4.343	3
<i>Hándicap</i>						
N	56	49	7	17	31	8
%	17.9	19.3	11.9	30.9	12.8	53.3
Money/month	9.75	10.7	5	14.55	7.643	12.5
Time/month	7.183	8.129	2.457	14.05	4.436	9.25
<i>Over/under</i>						
N	99	88	11	22	68	9
%	31.6	34.6	18.6	40	28	60
Money/month	9.744	10.433	5.545	15.833	8.6	9
Time/month	6.744	7.518	2.027	11.175	6.007	5.25
<i>Pre-match</i>						
N	81	66	15	16	59	6
%	25.9	26	25.4	29.1	24.3	40
Money/month	7.273	8.459	3.4	13.125	6.106	10.75
Time/month	5.063	6.31	0.987	15.625	3.51	4.125
<i>Direct or live</i>						
N	66	61	5	19	40	7
%	21.1	24	8.5	34.5	16.5	46.7
Money/month	11.922	12.844	5	16.667	10.086	13.75

Table 5 (continued)

	Total	Gender		Platform		
		Men	Women	On-line	Live	Both
Time/month	8.153	9.013	1.7	12.258	6.649	9
<i>Long-term</i>						
N	38	33	5	6	30	2
%	12.1	13	8.5	10.9	12.3	13.3
Money/month	8.147	8.828	4.2	15	7.036	5
Time/month	4.415	4.928	1.44	11.4	3.111	6
<i>Combined or parlay</i>						
N	141	129	3.3	33	97	11
%	45	50.8	20.3	60	39.9	73.3
Money/month	8.855	9.304	4.667	12.386	7.866	10.444
Time/month	5.315	5.582	2.817	8.327	4.444	6.944
<i>Other types</i>						
N	17	13	4	2	11	4
%	5.4	5.1	6.8	3.6	4.5	26.7
Money/month	12.265	14.385	5.375	22.5	11.318	9.750
Time/month	10.882	14	0.750	25	9.545	7.5

frequently at Sportium (men=81.1%; women=69.5%) followed by Bet365 (men=39%; women=30.5%) and Codere (men=35.4%; women=18.6%). The highest average of money per month is spent by men and women at Betfair (14.67€ and 5.00€) and varies according to the companies; among men William Hill (11.64€) and 888 sport (11.47€) and among women Codere (4.27€) and Bet365 (3.47€). The companies at which they invest more time also differ between men and women; for men they are Juegging (6.84 h), Betfair (6.51 h), and Bet365 (5.34 h); and for women they are Betfair (10 h), Bwin (2.5 h), and William Hill (2.5 h).

Differences can be appreciated depending on the platform used for betting. Those who bet on the Internet, whether in isolation or on both platforms, choose most frequently for betting Bet365 (74.5% and 93.3%), followed by Sportium (70.9%; 86.7%) and Bwin (34.5% and 53.3%), while those who bet live do so above all at Sportium (80.2%), followed by Bet365 (25.5%) and Codere (31.7%) (see Table 6).

Discussion

The initial objective of this study was to find out the prevalence of gambling as sports betting in a population of 735 young people (aged 18–25) from Madrid. The data showed the high participation in gambling of this group, as almost half (42.6%) admitted having placed sports bets at some time, and almost a third (27.5%) having done so in the week prior to filling out the questionnaire. However, these high figures reflect the situation more accurately when differences according to gender are considered; 81% of those who placed bets were men, compared with only 19% of women. As alternative data 69.40% of the men have bet at some stage compared with 15.99% of the women, i.e. for each woman who bets, there are almost 4.5 men. As far as the platform used for betting is concerned, the most habitual scenario is the placing of bets in person (live) (77.8%), alternatively, betting on

Table 6 Bookmakers use for betting depending on total, on gender and on type of platform of those who bet (N = 313)

	Total	Gender		Platform		
		Men	Women	On-line	Live	Both
<i>888 sport</i>						
N	28	22	6	11	15	2
%	8.9	8.7	10.2	20	6.2	13.3
Money/month	5.029	11.467	2.75	16.667	4.885	12.5
Time/month	8.976	6.24	2	11.5	1.2	10.5
<i>Bet365</i>						
N	117	99	18	41	62	14
%	37.4	39	30.5	74.5	25.5	93.3
Money/month	4.714	9.447	3.472	11.81	5.891	11.4
Time/month	8.303	5.343	2.056	7.259	2.911	7.25
<i>Betfair</i>						
N	28	27	1	12	12	4
%	8.9	10.6	1.7	21.8	4.9	26.7
Money/month	6.706	14.676	5	17.625	11.5	10
Time/month	14.139	6.512	10	8.513	5.733	1
<i>Bwin</i>						
N	77	66	11	19	50	8
%	24.6	26	18.6	34.5	20.6	53.3
Money/month	2.971	7.412	2.636	9.636	5.739	7.4
Time/month	6.565	3.073	2.5	2.273	2.776	6.3
<i>Codere</i>						
N	101	90	11	16	77	8
%	32.3	35.4	18.6	29.1	31.7	53.3
Money/month	5.162	9.446	4.273	16.375	7.907	8.786
Time/month	8.776	5.626	2.045	5.262	5.153	5.143
<i>Juegging</i>						
N	24	24	0	3	20	1
%	7.7	9.4	0	5.5	8.2	6.7
Money/month	6.839	9.889	0	22.5	8.313	0
Time/month	9.889	6.839	0	25.05	5.563	0
<i>Others</i>						
N	40	34	6	8	27	5
%	12.8	13.4	10.2	14.5	11.1	33.3
Money/month	4.323	10.16	2.917	6.667	8.66	11.667
Time/month	8.758	5.32	0.167	3	3.88	9.333
<i>Sportium</i>						
N	247	206	41	39	195	13
%	78.9	81.1	69.5	70.9	80.2	86.7
Money/month	3.175	7.063	3.427	10.069	5.563	10.409
Time/month	6.392	3.628	1.171	4.49	2.759	6.591
<i>William Hill</i>						
N	35	31	4	15	16	4
%	11.2	12.2	6.8	27.3	6.6	26.7
Money/month	5.684	11.643	1.5	14.44	7.393	8.5

Table 6 (continued)

	Total	Gender		Platform		
		Men	Women	On-line	Live	Both
Time/month	10.020	6.29	2.5	8.456	3.429	9

the Internet (17.6%) or on both platforms (4.8%), which is relatively unusual. These data are very similar to those issued by the DGOJ, which indicate that 70% of sports bets correspond to live betting (DGOJ 2017; López-González et al. 2018; Sánchez et al. 2016). We can conclude that sports bets are made fundamentally in person or live.

However, the high percentage of young people who place sports bets on the Internet (22.4%) is striking, at least in comparison with other studies on gambling in Spain (4.5% in Labrador et al. 2014a); this discrepancy can probably be explained by the fact that a 3-year period separates the two studies and because the sample in the Labrador et al. (2014a), study included all age groups and not just young people. Although it is somewhat lower, the percentage found in this study is therefore closer to the results of the DGOJ (2017), in which 29.5% of young people, aged between 18 and 25, placed bets on the Internet in 2015 (Sánchez et al. 2016), or to data from other countries such as those of the study of Gray et al. (2013), in which it was estimated that 60% of the participants admitted having bet on-line in the last month. The increase found in gambling on the Internet seems to have a greater relationship with sports bets than with traditional games of chance. Along the same lines, we can observe that those who bet on the Internet (in isolation or on both platforms) presented higher betting frequencies the previous week (about 27%), compared to those who bet live (6%). It is probable that the ease of access to gambling is a relevant factor in this regard, as it was mentioned by Hing et al. (2017), or for participation in azar games (Labrador et al. 2013).

Frequency of betting Although the results of this research show a higher frequency of participation in sports betting than found in other studies, this does not appear to be very high; it is estimated at on average participants place 3 bets per month, despite the range of the number of bets per month being very wide (0–40). It is however true that the average betting frequency of men (3.44 bets per month) is almost four times that of women (0.93 times per month). 75% of those who admit that they bet declare that they do so at least three times a month, which is in accordance with the results obtained by the DGOJ (2017), Gray et al. (2013), or the European Gaming and Betting Association (2017). Other alternative indications, such as the percentage of those who bet more than 3 times or more than 5 times a month, confirm this tendency, as it was highlighted in previous studies (Chiu and Storm 2010). To sum up, the percentage of men taking part in sports betting is much higher than that of women, and moreover the man who bet do so more frequently than women (Sánchez et al. 2016). There are also differences by platform as the frequencies of those who bet on the Internet (in isolation or in addition to in person) are at least three times higher than the figures for those who bet live. These differences even increase when considering frequencies higher than 3 times and 5 times a month. Once again the people betting in internet bet more frequently. The accessibility of betting on the Internet seems relevant in this regard.

The average time invested in betting per month varies greatly (0–100 h) and the average seems to be rather high (5.6 h), in particular if we take into account the reference of the average of more than three bets per month. It would appear that an important aspect of sports betting must involve the “study” (analysis) of the relevant conditions of the sport

prior to betting, and the time devoted to watching the sporting event is considered to be part of this study. This “preparation” distinguishes sports betting from traditional gambling, since the results of a sport do not depend exclusively on chance, as being knowledgeable about a sport seems to aid betting, although the number of variables to be taken into account is so high that in practice a relevant prediction is almost impossible. This value of knowledge of the sport for the result prediction may contribute to the development of cognitive biases about the ability of prediction. Thinking that with sufficient preparation a person can predict the result will encourage the persistence of betting behaviour, despite the results. Bookmakers operate along these lines with special advertising and by placing special emphasis on complex bets, in which it is difficult for the gambler to identify the real probability of winning, as was found in the study of Sánchez et al. (2016) and in that of Gainsbury et al. (2015). On the other hand, it is likely that this greater duration in the placing of bets reflects the level of involvement; this factor has been shown to be highly relevant in the case of games of chance (Labrador et al. 2014b). Once again differences appear according to gender; men spend about three times longer on betting than women. It would appear that the latter consider the “study” of the bets to be less relevant, perhaps because they consider that they are less knowledgeable or simply because they become less involved. The tendency that those who bet on the Internet devote more time to betting than those who do so live is also maintained. Given that participating on the Internet is more accessible and faster, this difference appears to indicate, on the one hand, the higher frequency of betting that has already been seen, and on the other, a longer time of “study” or analysis on the state of the sport, which is easier to carry out alone than in a live situation at a bookmaker’s venue.

The average amount of money invested in each bet is relatively small (some 5€ or 3.90€ after filtering), although the range is very wide (0.20 to 140€). The average amount spent per month (14€; 6.79€ after filtering) is also not high, even when taking into account that the population involved has limited resources. These data are low compared with those of the Gambling Yearbook in Spain (2016/2017) (Gómez 2017), which establishes that the amounts gambled annually in the Region of Madrid are just above 10€. Once again the differences according to gender are maintained; men invest higher amounts of money than women on each bet and especially on average per month. The tendency is becoming consolidated; the percentage of men who bet is much higher, they bet more frequently, and they spend more money and more time on betting. Betting on sports appears to be an essentially masculine activity. Differences can also be found depending on the platform; the amounts invested per month are higher for those who bet on the Internet, which is to be expected as they gamble more frequently, as previously outlined. However, in the case of the amount spent per single bet, those who gamble only on the Internet invest double than what was found for the other two groups (live and using both systems), which show very similar values. This is a point of interest given the monthly amount of bets, especially when considering the findings by Gray et al. (2013) and Hing et al. (2017), showing that those who bet on-line do so with a higher frequency and greater intensity both for individual bets and average monthly bets. This may be due to the fact that those who use both platforms invest less money per bet but more time and their betting frequency is higher.

Sports on which bets are placed Bets are essentially placed on football (95% of those who gamble), which is the most important and most popular sport in Spain. Practically all bettors, irrespective of whether they also bet on other sports, bet on football. It is followed a long way behind by basketball and tennis, which are also very popular in Spain, although only approximately one third of gamblers bet on them. Finally, without considering the category of “other sports”, the remainder of sports considered account

for less than 5% of betting, i.e. bets are placed very sporadically. This also occurs in other countries such as Australia (Deans et al. 2017), where the highest percentage of bets is placed on rugby and football owing to the widespread advertising and sponsorship enjoyed by both sports. The results do not change when taking into consideration the gender of the participant or the platform used to gamble; in all cases the percentages of bets on football are around 90%. It can be emphasised that in the case of sports on which fewer bets are placed the representation of women is also differentially lower, perhaps owing to less familiarity or knowledge. In all sports men bet more than women, with the exception of hockey and baseball although the number of people betting on these sports is so low that these data should be treated with caution.

The fact that bets are essentially placed on football appears to be related not only to the fact that it is the most frequent and popular sport, but also to its presence in the media and particularly on television.

Usually, every day of the week there are one, or several, football matches that are broadcast live, almost any time, in addition to replaying many of the matches during the day, which does not happen with other sports. The presence of sports in the media, in particular on television or on websites, appears to be an important factor when organising participation in sports betting. Some sports such as boxing, although they have a long history of betting, seem to be penalised by their limited presence in the media and moreover at highly restricted hours. In other cases, the betting period is limited to a few months of the year (such as cycling) or in other cases the sporting seasons is even limited to a few weeks of the year (motorcycling, motor racing, or athletics), which may restrict betting periods. Finally, other sports are affected by their low presence in Spain (baseball, hockey, rugby, American football, etc.). Another reason may have to do with the amounts invested in betting. The average bet on football is low (6.28€ per month), and is lower than that on tennis (10.7€) or on basketball (8.4€). In conclusion, people bet on what they know best and what is most often found on the TV: on football, a little on basketball, and a little on tennis. It is also possible that one bets more on what one knows best, on the assumption that the result can be more easily “controlled” or “predicted”.

In general, the amount bet per month on different sports is low; it is logical that the average monthly bet on football (6.28€) is the most suitable index of reference. Figures such as 16.25€ per month in the case of baseball should be interpreted with caution given that they are based on only 7 participants. The same can be said of the time invested, with football again being the point of reference (3.20 h per month), which given that on average three bets per month have been mentioned would suppose little more than 1 h per bet, thus confirming the assumption of devoting time to “studying” the sporting event, involving an “active” attitude on the part of the gambler. It is possible that this active attitude is an important factor in the attraction of betting for young people compared with more passive bets in games such as lotteries or bingo. As for the type of platform, there appears to be a general tendency albeit with variations to invest more time when betting is carried out on the Internet rather than live on the three sports with most participants. It can however be emphasised that the average time of betting on tennis (6.1 h) is practically double that on football (3.2 h), which supports the idea that the time used to attend or analyse the sporting event is considered part of the time devoted to betting.

Type of bets The most frequent type of bets is also the most logical and simplest in a sporting event: “betting on the winner” (82%). The next category, “combined bets” (45%) is rather more complex. The third category in frequency is “exact final result” (35.8%), a simple category that is easily associated with sports, which may perhaps reflect that

participants tend to bet on the “main” or most representative aspect of sport: the final result. Most types of betting taken into account are represented; of the 12 types of bets considered only two have a frequency of betting of less than 10% (the exact result at half-time and other types). It is however curious that most time and money are devoted to the “result at half-time” and “direct or live bets”, in addition to the category of “other type of bets”. Perhaps this kind of bet involves active following of the sport (time which is considered as betting time) and emphasises the effect that this active involvement has on the sports event in order to increase the amount of money bet. It can also be considered that this active following may lead to a greater need for quick rewards and thus lead to combined bets or bets on the result at half-time.

Some differences depending on gender can be observed in the type of bet, the first being that bets placed by men show a higher involvement in time and money which at least doubles that of women. In both cases the first type of betting is on the winner, but men gamble more on combined and over/under bets and women on the exact final result and pre-match bets. However, the dispersal of the data does not allow us to identify a differentiating tendency. It is perhaps a rather risky hypothesis to suggest that women show less “involvement” in the sport and as a consequence the investment of time and money is lower (which shows considerable support) and the bets are simpler and probably less influenced by the progress of the event, however, showing rather low supporting evidence. Differences can also be found in the type of preferred bet according to the type of platform used for betting, although the fluctuations of the data are important. Perhaps the most general pattern that appears is that those who bet on-line are those who spend more time and money on almost all types of betting, followed by those who bet on both platforms and finally those betting live, who spend less money and also less time on betting.

Bookmakers Information was gathered on 18 bookmaker companies, but in some of them the number of bettors was very low or zero, reason for which, for greater validity of the results, only those companies with at least 24 participants betting were considered. The results showed that the company Sportium was the most frequently used (79%); those in second and third place show much lower percentages, Bet365 (37.4%) and Codere (32.3%), with the lowest of those considered being Juegging (7.7%). It appears that there are clear preferences for a company specialising in sports betting and with explicit publicity and advertisements, as was mentioned by Buil et al. (2015). The amount of money invested varies relatively little from 6.98€ (Juegging) to 2.97€ (Bwin), with Sportium approaching the lower limit (3.17€). The amount of time invested shows a similar variation, from 14.19 h at Betfair to 6.39 h at Sportium. When analysing time and money spent at each company, there is a difference more than double in value between the company at which most money or time is invested, compare to the least one. It is also striking that the company most frequently used, Sportium, shows the lowest betting values, which may perhaps reflect the fact that although it is a more accessible bookmaker's, its bets are easier, faster, or that a lower investment is needed to bet.

Differences were scarcely found in the bookmaker chosen when considering gender, except for the differences in time and money spent, which are always higher in the case of men. Regarding money these differences vary between twice (Sportium, 7.05€ for men compared with 3.42€ for women) and 10 times more (William Hill 11.64€ for men compared with 1.5€ for women). The differences in time tend to be smaller for all bookmakers and in general around double those in money. But it is not easy to hazard a hypothesis other than that already explored that men become more involved in sports and invest much more time and money in their bets. Aspects such as the fact that the major sports personalities are almost exclusively

males or the alleged greater knowledge of sports by men may perhaps underlie this greater involvement.

Differences do appear depending on the platform Sportium is not the most frequently chosen when betting on the Internet, although it is the leader in live betting. There are also differences in the companies at which betting is more frequent depending on the type of platform, which appears to indicate that the factors that encourage on-line or live betting are somewhat different. Otherwise the patterns already known are maintained; in general, more time and money is spent when betting from on-line platforms than live.

Conclusions

A high frequency of participation in sports betting was found among young students (42%).

Placing sporting bets appears to be “a man’s thing”, as shown by the fact that the percentage of men who bet is much higher and they also bet more frequently and invest more time and money on betting.

Although it is more frequent to bet live rather than on the Internet, those who bet on-line show to do so more frequently and spend more time and money on it.

The participants bet on what they know and on what is increasingly present in the media and especially on the television: football, a little basketball and tennis, and not much more.

The most frequent type of bet is also the most intuitive in a sport, i.e. betting on the winner: however, all betting alternatives have their followers.

There is a clear discrimination regarding bookmakers, one of which stands out above the others; several of them are scarcely used for betting.

Limitations

It should first be pointed out that although it is a large sample, it is one of convenience, which means that we should be cautious in generalising the results. The data obtained on-line and the live data are considered together, although it is not clear that they are equivalent.

It should be emphasised that it is hard to find similar studies with which to compare results. The rise in sports betting among young people has been widely publicised in the media, however, few studies exist on the subject. Most of the results found refer to data from other countries; Spanish studies have been carried out by companies with connections with bookmakers or by the state. It is for this reason that this study may be of special relevance as it presents significant data of a large sample of young people from the city of Madrid.

References

- Auer, M., & Griffiths, M. D. (2013). Voluntary limit setting and player choice in most intense *on-line* gamblers: An empirical study of gambling behaviour. *Journal of Gambling Studies*, 29, 647–660. <https://doi.org/10.1007/s10899-012-9332-y>.
- Becoña, E. (2004). Prevalencia del juego patológico en Galicia mediante el NODS, ¿Descenso en la prevalencia o mejor evaluación del trastorno? *Adicciones*, 16, 173–184. <https://doi.org/10.20882/adicciones.399>.
- Bernaldo-de-Quirós, M., Labrador, F. J., Estupiñá, F., Fernández-Arias, I., García-Fernández, G., & Labrador-Méndez, M. (2017). Psychometric properties of a brief *on-line* screening instrument to detect at-risk gamblers. *Psicothema*, 29(4), 558–562. <https://doi.org/10.7334/psicothema2016.378>.

- Buil, P., Solé Moratilla, M., & García Ruiz, P. (2015). La regulación publicitaria de los juegos de azar *on-line* en España. Una reflexión sobre la protección del menor. *Adicciones*, 27(3), 198. <https://doi.org/10.20882/adicciones.706>.
- Carbonell, X., Montiel, I., & Salom, M. (2013). Jóvenes, nuevas tecnologías y juego de azar. En X. Carbonell e I. Montiel (Eds.), *El juego de azar on-line en los nativos digitales* (pp. 17–38). Valencia: Tirant Humanidades.
- Chiu, J., & Storm, L. (2010). Personality, perceived luck and gambling attitudes as predictors of gambling involvement. *Journal of Gambling Studies*, 26(2), 205–227. <https://doi.org/10.1007/s10899-009-9160-x>.
- Chóliz, M. (2008). Las adicciones no tóxicas. In *Adicción al Juego de azar*. Buenos Aires: deauno.com. ISBN: 978-987-1462-86-5.
- Chóliz, M. (2014). La regulación del juego como sistema de prevención de la adicción al juego. In Deauno.Com (Ed.), *Informe presentado en la Comisión Mixta Congreso-Senado para el Estudio de las Drogas. Madrid: Congreso de los Diputados*.
- Csikszentmihalyi, M., & Csikszentmihalyi, I. (Eds.). (1998). *Experiencia óptima. Estudios psicológicos del flujo en la conciencia*. Bilbao: Desclée de Brouwer.
- Deans, E., Thomas, S., Derevensky, J., & Daube, M. (2017). The influence of marketing on the sports betting attitudes and consumption behaviours of young men: Implications for harm reduction and prevention strategies. *Harm Reduction Journal*. <https://doi.org/10.1186/s12954-017-0131-8>.
- DGOJ. (2017). *Informe anual de la Dirección General del Juego*. Madrid: Ministerio de Hacienda.
- DiCicco-Bloom, B., & Romer, D. (2011). Poker, sports betting, and less popular alternatives: Status, friendship networks and male adolescent gambling. *Youth & Society*, 44(1), 141–170. <https://doi.org/10.1177/0044118X10396641>.
- European Gaming and Betting Association. (2017). *Gambling participation in 2016: Behaviour, awareness and attitudes. Annual report* (pp. 1–42). Great Britain: Gambling Commission.
- Gainsbury, S., Liu, Y., Russell, A., & Teichert, T. (2016). Is all Internet gambling equally problematic? Considering the relationship between mode of access and gambling problems. *Computers in Human Behavior*, 55, 717–728. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.10.006>.
- Gainsbury, S., Russell, A., Hing, N., Wood, R., & Blaszczynski, A. (2013). The impact of internet gambling on gambling problems: A comparison of moderate-risk and problem Internet and non-Internet gamblers. *Psychology of Addictive Behaviors*, 27(4), 1092–1101. <https://doi.org/10.1037/a0031475>.
- Gainsbury, S., Russell, A., Hing, N., Wood, R., Lubman, D., & Blaszczynski, A. (2015). How the internet is changing gambling: Findings from an Australian prevalence survey. *Journal of Gambling Studies*, 31(1), 1–15. <https://doi.org/10.1007/s10899-013-9404-7>.
- Gómez, J. (2017). *Anuario del juego en España*. Madrid: Fundación Codere.
- Gómez, J., & Lalanda, C. (2018). *Anuario de juego de España*. Madrid: Instituto de Política y Gobernanza de la Universidad Carlos III y Grupo Codere. ISBN 978-84-09-04660-7.
- Gordon, R., Gurrieri, L., & Chapman, M. (2015). Broadening an understanding of problem gambling: The lifestyle consumption community of sports betting. *Journal of Business Research*, 68(10), 2164–2172. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.03.016>.
- Gray, H., Jónsson, G., LaPlante, D., & Shaffer, H. (2013). Expanding the study of internet gambling behavior: Trends within the icelandic lottery and sports betting platform. *Journal of Gambling Studies*, 31(2), 483–499. <https://doi.org/10.1007/s10899-013-9427-0>.
- Griffiths, M. D. (2009). Problem gambling in Europe: An overview. Report prepared for Apex Communications. Recuperado de https://www.academia.edu/890771/Griffiths_M.D._2009_Problem_gambling_in_Europe_An_overview_Report_prepared_for_Apex_Communications. Accessed 7 Nov 2017.
- Hanss, D., Mentzoni, R., Delfabbro, P., Myrseth, H., & Pallesen, S. (2014). Attitudes toward gambling among adolescents. *International Gambling Studies*, 14(3), 505–519. <https://doi.org/10.1080/14459795.2014.969754>.
- Hing, N., Cherney, L., Blaszczynski, A., Gainsbury, S., & Lubman, D. (2014a). Do advertising and promotions for online gambling increase gambling consumption? An exploratory study. *International Gambling Studies*, 14(3), 394–409. <https://doi.org/10.1080/14459795.2014.903989>.
- Hing, N., Lamont, M., Vitartas, P., & Fink, E. (2014b). Sports-embedded gambling promotions: A study of exposure, sports betting intention and problem gambling amongst adults. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 13(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11469-014-9519-9>.
- Hing, N., Russell, A., Lamont, M., & Vitartas, P. (2017). Bet anywhere, anytime: An analysis of internet sports bettors' responses to gambling promotions during sports broadcasts by problem gambling severity. *Journal of Gambling Studies*, 33(4), 1051–1065. <https://doi.org/10.1007/s10899-017-9671-9>.

- Hing, N., Russell, A., Vitartas, P., & Lamont, M. (2015). Demographic, behavioural and normative risk factors for gambling problems amongst sports bettors. *Journal of Gambling Studies*, 32(2), 625–641. <https://doi.org/10.1007/s10899-015-9571-9>.
- Labrador, F. J., Becoña, E., Crespo, M., Echeburúa, E., & Labrador, M. (2014a). Estudio de prevalencia del juego de azar en España en 2013. Recuperado de http://www.selae.es/ff/loterias/web_corporativa/Responsabilidad_Social/Gestion_responsable_del_juego/ESTUDIO_DE_PREVALENCIA_DEL_JUEGO_EN_ESPANA.pdf. Accessed 7 Nov 2017.
- Labrador, F. J., Bernaldo de Quirós, M., Estupiñá, F. J., Fernández-Arias, I., García-Fernández, G., & Labrador, M. (2014b). Conductas adictivas. En L. Ezpeleta y J. Toro (Eds.), *Psicopatología del desarrollo*. Madrid: Pirámide (pp. 519–545).
- Labrador, F. J., Villadangos, S. M., Crespo, M., & Becoña, E. (2013). Desarrollo y validación del cuestionario de uso problemático de nuevas tecnologías (UPNT). *Anales de Psicología*, 29(3), 836–847. <https://doi.org/10.6018/analesps.29.3.159291>.
- Lamont, M., Hing, N., & Gainsbury, S. (2011). Gambling on sport sponsorship: A conceptual framework for research and regulatory review. *Sport Management Review*, 14(3), 246–257. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2011.04.004>.
- Li, H., Mao, L., Zhang, J., & Xu, J. (2015). Classifying and profiling sports lottery gamblers: A cluster analysis approach. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 43(8), 1299–1317. <https://doi.org/10.2224/sbp.2015.43.8.1299-1318>.
- López-González, H., Estévez, A., & Griffiths, M. (2018). Internet-based structural characteristics of sports betting and problem gambling severity: Is there a relationship? *International Journal of Mental Health and Addiction*. <https://doi.org/10.1007/s11469-018-9876-x>.
- López-González, H., Guerrero-Solé, F., Estévez, A., & Griffiths, M. (2017). Betting is loving and bettors are predators: A conceptual metaphor approach to on-line sports betting advertising. *Journal of Gambling Studies*. <https://doi.org/10.1007/s10899-017-9727-x>.
- Marchica, L., Zhao, Y., Derevensky, J., & Ivoska, W. (2016). Understanding the relationship between sports-relevant gambling and being at-risk for a gambling problem among american adolescents. *Journal of Gambling Studies*, 33(2), 437–448. <https://doi.org/10.1007/s10899-016-9653-3>.
- Nelson, S. E., LaPlante, D. A., Peller, A. J., Schumann, A., LaBrie, R. A., & Shaffer, J. (2008). Real limits in the virtual world: Self-limiting behavior of internet gamblers. *Journal of Gambling Studies*, 24, 463–477. <https://doi.org/10.1007/s10899-008-9106-8>.
- Olason, D. T., Hayer, T., Brosowski, T., & Meyer, G. (2015). Gambling in the mist of economic crisis: Results from three national prevalence studies from Iceland. *Journal of Gambling Studies*, 31, 759–774. <https://doi.org/10.1007/s10899-015-9523-4>.
- Sánchez, L., Herrador, E., Aleixandre, R., & Bueno, F. (2016). *Guía para la prevención de la adicción al juego y las apuestas on-line*. Valencia: Ayuntamiento de Valencia. Recuperado de <http://cendocboga.ni.org/Archivos/DeIPMD/Guia%20adiccion%20juego%20y%20apuestas.pdf>. Accessed 7 Nov 2017.
- Sarabia, I., Estévez, A., & Herrero, D. (2014). Situación actual del juego con dinero en jóvenes y adolescentes. *Revista Española de Drogodependencias*, 39(3), 57–68.
- Sproston, K., Hanley, C., Brook, K., Hing, N., & Gainsbury, S. (2015). *Marketing of sports betting and racing*. Gambling Research Australia. Recuperado el de June, 07 2018 <https://www.gamblingresearch.org.au/resources/071d1081-3ee4-474a-98d1-944701ca229a/gramarketingofsbandr.pdf>.
- Toce-Gerstein, M., Gerstein, D. R., & Volberg, R. A. (2009). The NODS-CLiP: A rapid screen for adult pathological and problem gambling. *Journal of Gambling Studies*, 25, 541–555. <https://doi.org/10.1007/s10899-009-9135-y>.

Publisher's Note Springer Nature remains neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS



Referencias bibliográficas

- A**bolakale, M. S., Abdulqadir, M. M. L., & Opeyemi, A. (2023). Betting Addiction Predispositions of In-School Adolescents in Nigeria. *Canadian Journal of Family and Youth/Le Journal Canadien de Famille et de la Jeunesse*, 15(1), 51-62. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-1960760/v1>
- Abt, V.; McGurrin, M.C. y Smith, J.F. (1985). Toward a synoptic model of gambling behavior. *Journal of Gambling Behaviour*, 1 (2), 79-88.
- Abu, H., Tesfaye, Y., & Alenko, A. (2022). Problematic Gambling and Associated Factors Among Sports Bettors in Jimma Town Betting Centers, South West Ethiopia.
- Afe, T., Ogunsemi, O., Daniel, O., Ale, A., & Adeleye, O. (2022). Prevalence of and Factors associated with Disordered gambling Disorder, and use of DSM-5 based Sports betting Questionnaire, in a Southwest Nigerian Community. *Indian Journal of Psychological Medicine*, 44(3), 265-271. DOI: 10.1177/02537176211023809
- Anastasovski, I., & Nanev, L. (2014). Difference between sports betting and gambling on the aspect of educational level of citizens who are active users of the games of chance in the Republic of Macedonia. *Research in Physical Education, Sport and Health*, 3(1), 47–50.
- András, S. (s.f). *Simon's guide to gambling online & Land-based betting in (country)*. <https://simonsblogpark.com/onlinegambling/simons-guide-to-gambling-and-online-betting-in-argentina/>
- Antigua and Barbuda (2016). *The gambling act, nº 22 of 2016*. Official Gazzette vol. Nº XXXVII, nº 22, dated 30th March, 2017. <https://laws.gov.ag/wp-content/uploads/2019/04/No.-22-of-2016-THE-GAMBLING-ACT-2016-FOR-ASSENT.pdf>
- Arnett, J. (1994). Sensation seeking: A new conceptualization and a new scale. *Personality and individual differences*, 16(2), 289-296. [https://doi.org/10.1016/0191-8869\(94\)90165-1](https://doi.org/10.1016/0191-8869(94)90165-1)
- Asamblea Legislativa Plurinacional (2010). *Ley de 25 de noviembre de 2010*. https://www.aj.gob.bo/uploads/docs/Ley_060.pdf
- Assemblée nationale et le Sénat (s.f.). *LOI n° 2010-476 du 12 mai 2010 relative à l'ouverture à la concurrence et à la régulation du secteur des jeux d'argent et de hasard en ligne*. <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000022204510>
- Asociación Americana de Psiquiatría (APA) (1980). Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales (3ª ed.).
- Australian Government (2017). *Interactive Gambling Amendment Act 2017, nº85,2017*.

<https://www.legislation.gov.au/Details/C2017A00085>

- Autoriteti i mbikëqyrjes së lojërave të fatit, (s.f). <http://www.amlf.gov.al/index.php/en/>
- Ayandele, O., Popoola, O., & Obosi, A. C. (2020). Influence of demographic and psychological factors on attitudes toward sport betting among young adults in Southwest Nigeria. *Journal of Gambling Studies*, 36(1), 343-354. <https://doi.org/10.1007/s10899-019-09882-9>
- B**ecoña, E. (2004). Prevalencia del juego patológico en Galicia mediante el NODS. ¿Descenso de la prevalencia o mejor evaluación del trastorno? *Adicciones*, 16(3), 173-184. <https://doi.org/10.20882/adicciones.399>
- Bergler, E. (1957). The psychology of gambling.
- Billieux, J., Rochat, L., Ceschi, G., Carré, A., Offerlin-Meyer, I., Defeldre, A. C., ... & Van der Linden, M. (2012). Validation of a short French version of the UPPS-P Impulsive Behavior Scale. *Comprehensive psychiatry*, 53(5), 609-615. <https://doi.org/10.1016/j.comppsy.2011.09.001>
- Blaszczynski, A. & Nower, L. (2002). A pathways model of problem and pathological gambling. *Addiction* 97, 487-499.
- Bresin, K. (2019). Impulsivity and aggression: A meta-analysis using the UPPS model of impulsivity. *Aggression and violent behavior*, 48, 124-140. <https://doi.org/10.1016/j.avb.2019.08.003>
- Brown, R.I.F. (1988) Reversal theory and subjective experience in the explanation of addiction and relapse. En M.J. Apter, J.H. Kerr y M.P. Cowles (dirs.): *Progress in Reversal Theory*. North-Holland: Elsevier Science Publishers.
- Buil, P., Moratilla, M. J. S., & Ruiz, P. G. (2015). La regulación publicitaria de los juegos de azar online en España. Una reflexión sobre la protección del menor. *Adicciones*, 27(3), 198-204.
- Bunn, C., Mtema, O., Songo, J., & Udedi, M. (2020). The growth of sports betting in Malawi: corporate strategies, public space and public health. *Public health*, 184, 95-101. <https://doi.org/10.1016/j.puhe.2020.03.022>
- Buth, S., Wurst, F. M., Thon, N., Lahusen, H., & Kalke, J. (2017). Comparative analysis of potential risk factors for at-risk gambling, problem gambling and gambling disorder among current gamblers—Results of the Austrian representative survey 2015. *Frontiers in psychology*, 8, 2188. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.02188>
- Brown, L. B. (1950). *Gambling: An Investigation Into Student Attitudes: a Thesis Presented in Partial Requirement for the Degree of Master of Arts in Philosophy at Victoria University College* (Doctoral dissertation, Victoria University College)
- Brown, T. A. (2015). *Confirmatory factor analysis for applied research*. Guilford publications.

- Brown, R. I. F. (1988). Models of gambling and gambling addictions as perceptual filters. *Journal of gambling behavior*, 3(4), 224-236. <https://doi.org/10.1007/BF01019882>
- Calado, F., Alexandre, J., & Griffiths, M. D. (2017). Prevalence of adolescent problem gambling: A systematic review of recent research. *Journal of gambling studies*, 33, 397-424. <https://doi.org/10.1007/s10899-016-9627-5>
- Campo-Arias, A., & Oviedo, H. C. (2008). Propiedades psicométricas de una escala: la consistencia interna. *Revista de salud pública*, 10, 831-839.
- Canale, N., Vieno, A., Pastore, M., Ghisi, M., & Griffiths, M. D. (2016). Validation of the 8-item attitudes towards gambling scale (ATGS-8) in a British population survey. *Addictive behaviors*, 54, 70-74. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2015.12.009>
- Cándido, A., Orduña, E., Perales, J. C., Verdejo-García, A., & Billieux, J. (2012). Validation of a short Spanish version of the UPPS-P impulsive behaviour scale. *Trastornos adictivos*, 14(3), 73-78. [https://doi.org/10.1016/S1575-0973\(12\)70048-X](https://doi.org/10.1016/S1575-0973(12)70048-X)
- Cantero Araque, F., & Bertolín Guillén, J. M. (2015). Influencia de las nuevas tecnologías en los problemas de juego y en las compras impulsivas en los jóvenes.
- Castilla, C., Berdullas, S., Vicente, A., & Villamarín, S. (2013). Apuestas online: el nuevo desafío del juego patológico. *Infocop*, 61, 3-6.
- Caselles, P., Cabrera, V., & Lloret, D. (2018). Prevalencia del juego de apuestas en adolescentes. Un análisis de los factores asociados. *Health Addict*, 18, 165-173. ISSN 1578-5319 ISSNe 1988-205X
- Castrén, S., Basnet, S., Pankakoski, M., Ronkainen, J. E., Helakorpi, S., Uutela, A., ... & Lahti, T. (2013). An analysis of problem gambling among the Finnish working-age population: A population survey. *BMC Public Health*, 13(1), 1-9. <https://doi.org/10.1186/1471-2458-13-519>
- Cayman Islands Ministry (2016). *Gambling Law, supplement nº 7 published with Extraordinary Gazette No. 69 of 2nd September, 2016*. <https://cnslibrary.com/wp-content/uploads/Gambling-Law-2016-Revision.pdf>
- Chau, P. Y. (1997). Reexamining a model for evaluating information center success using a structural equation modeling approach. *Decision Sciences*, 28, 309-334. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.1997.tb01313.x>
- Chóliz, M. (2014). Propuesta de regulación del juego en España como sistema de prevención de la adicción al juego. *Valencia. Recuperado (http://juegoresponsable.eu/wp-ISSN: 2340-8413| http://dx. doi. org/10.17502/m. rcs. v6i1. 207 Nota de investigación.*
- Chóliz, M. & Herdoiza, P. (2020). *Adicciones comportamentales*. A. Belloch, B. Sandín y F.

- Ramos (Eds.). *Manual de psicopatología, vol.1* (pp. 513-540). McGraw-Hill.
- Chóliz, M., & Lamas, J. (2017). ¡Hagan juego, menores! Frecuencia de juego en menores de edad y su relación con indicadores de adicción al juego. *Revista Española de Drogodependencias*, 42(1), 34-47.
- Cialdini, R. B. (2001). *Influence: science and persuasion* (4th ed.). Needham Heights: Allyn and Bacon.
- Clemens, F., Hanewinkel, R., & Morgenstern, M. (2017). Exposure to gambling advertisements and gambling behavior in young people. *Journal of gambling studies*, 33(1), 1-13. <https://doi.org/10.1007/s10899-016-9606-x>
- Comisión del Juego de Puerto Rico (2020). *Puerto Rico Sports Betting and Fantasy Contest Regulations*.
<https://agencias.pr.gov/agencias/AIDH/Documents/Reglamentos/Puerto%20Rico%20Sports%20Betting%20and%20Fantasy%20Contest%20Regulations.pdf>
- Congreso de la República (2010). *Ley 1393 de 2010*. Diario Oficial nº 47.768 de 12 de julio de 2010.
http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1393_2010.html#22
- Cooper, A., Olfert, K., & Marmurek, H. H. (2022). Predictors of problem gambling for sports and non-sports gamblers: A stochastic search variable selection analysis. *Journal of Gambling Studies*, 1-17. <https://doi.org/10.1007/s10899-021-10025-2>
- Cowie, M. E., Stewart, S. H., Salmon, J., Collins, P., Al-Hamdani, M., Boffo, M., ... & Wiers, R. W. (2017). Distorted beliefs about luck and skill and their relation to gambling problems and gambling behavior in Dutch gamblers. *Frontiers in Psychology*, 8, 2245. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.02245>
- Cummings, T. y Corney, W. (1987) A conceptual model of gambling behavior: Fishbein's Theory of Reasoned Action. *Journal of Gambling Behavior*, 3: 190-201.
- Cyders, M. A., Littlefield, A. K., Coffey, S., & Karyadi, K. A. (2014). Examination of a short English version of the UPPS-P Impulsive Behavior Scale. *Addictive behaviors*, 39(9), 1372-1376. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2014.02.013>
- Cyders, M. A., & Smith, G. T. (2007). Mood-based rash action and its components: Positive and negative urgency. *Personality and individual differences*, 43(4), 839-850. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2007.02.008>
- D'Astous, A., & Di Gaspero, M. (2013). Explaining the performance of online sports bettors. *International Gambling Studies*, 13(3), 371-387. <https://doi.org/10.1080/14459795.2013.826709>
- Deans, E. G., Thomas, S. L., Derevensky, J., & Daube, M. (2017). The influence of marketing on the sports betting attitudes and consumption behaviours of young men:

- implications for harm reduction and prevention strategies. *Harm reduction journal*, 14(1), 1-12. <https://doi.org/10.1186/s12954-017-0131-8>
- Del Prete, F., Steward, T., Navas, J. F., Fernandez-Aranda, F., Jimenez-Murcia, S., Oei, T. P., & Perales, J. C. (2017). The role of affect-driven impulsivity in gambling cognitions: A convenience-sample study with a Spanish version of the Gambling-Related Cognitions Scale. *Journal of Behavioral Addictions*, 6(1), 51-63. <https://doi.org/10.1556/2006.6.2017.001>
- Dielman, T. E. (1979). Gambling: A social problem? *Journal of Social Issues*, 35(3), 36-42. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1979.tb01044.x>
- Dirección General de Ordenación del Juego (1 de abril de 2022). Datos del mercado español de juego 2021. <https://www.ordenacionjuego.es/es/datos-mercado-espanol-juego>
- Dirección General de Ordenación del Juego (17 de marzo de 2023). Informe anual 2022. <https://www.ordenacionjuego.es/es/mercado-juego-online-estatal>
- Dirección General de Ordenación del Juego (2018). Datos del mercado español de juego 2017. <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrljoiYTAwOGJmZmYtZTNhYi00YTRmLWI4ZDQtN2U2MWUzOTY1ZDgwliwidCI6ImY2NTQwYWFILTIkOWItNDBiNS05ODYzLTQ4YTIIMWlyYjU4YyIsImMiOjI9>
- Dirección General de Ordenación del Juego (2019). Datos del mercado español de juego 2018. <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrljoiZjlkMGM3ZTEtNTM3Yi00NDY5LWEwNzUtZDJKNzgxMzBIMzBhliwidCI6ImY2NTQwYWFILTIkOWItNDBiNS05ODYzLTQ4YTIIMWlyYjU4YyIsImMiOjI9>
- Dirección General de Ordenación del Juego (2020). Datos del mercado español de juego 2019. <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrljoiNzBIMGUxYjctNDE0Zi00NjFjLWFMmZyTNTAzNTA0YjMwMDUxliwidCI6ImY2NTQwYWFILTIkOWItNDBiNS05ODYzLTQ4YTIIMWlyYjU4YyIsImMiOjI9>
- Dirección General de Ordenación del Juego (2021). Datos del mercado español de juego 2020. <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrljoiNDNkZGFmZTgtYWQ4ZC00OTNhLWJmYmMtYjc2ODAyNGU2NDZmliwidCI6ImY2NTQwYWFILTIkOWItNDBiNS05ODYzLTQ4YTIIMWlyYjU4YyIsImMiOjI9>
- Dirección General de Ordenación del Juego (2023). Datos del mercado español de juego 2022. <https://www.ordenacionjuego.es/es/datos-mercado-espanol-juego>
- Djohari, N., Weston, G., Cassidy, R., Wemyss, M., & Thomas, S. (2019). Recall and

awareness of gambling advertising and sponsorship in sport in the UK: A study of young people and adults. *Harm reduction journal*, 16(1), 1-12.
<https://doi.org/10.1186/s12954-019-0291-9>

Ellis, A. (1955). Psychotherapy techniques for use with psychotics. *American Journal of Psychotherapy* 9, 452-476

Emond, A., Griffiths, M. D., & Hollén, L. (2020). Problem gambling in early adulthood: A population-based study. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 1-17.
<https://doi.org/10.1007/s11469-020-00401-1>

Etuk, R., Xu, T., Abarbanel, B., Potenza, M. N., & Kraus, S. W. (2022). Sports betting around the world: A systematic review. *Journal of Behavioral Addictions*, 11(3), 689-715.
<https://doi.org/10.1556/2006.2022.00064>

European Commission (2018). *Article 56 TFEU, Article 4(3) TEU. Charter of Fundamental Rights of the European Union, Restrictions, Betting and gaming*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:62017CJ0003&from=HR>

European Parliament (1998). *Directiva 98/34/CE del parlamento europeo y del consejo de 22 de junio de 1998 por la que se establece un procedimiento de información en materia de las normas y reglamentaciones técnicas y de las reglas relativas a los servicios de la sociedad de la información*. <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:1998L0034:20130101:ES:PDF>

European Gaming and Betting Association (EGBA) (2019). European Online Gambling – Key Figures 2018. <https://www.egba.eu/uploads/2019/12/European-Online-Gambling-Key-Figures-2018.pdf>

Evenden, J. L. (1999). Varieties of impulsivity. *Psychopharmacology*, 146(4), 348-361.
<https://doi.org/10.1007/PL00005481>

Eysenck, H. J., & Eysenck, S. B. (1968). Eysenck personality inventory. *Journal of Clinical Psychology*.

Ferreira, G. M., Lee, R. S., Piquet-Pessôa, M., de Menezes, G. B., Moreira-de-Oliveira, M.

E., Albertella, L., ... & Fontenelle, L. F. (2021). Habitual versus affective motivations in obsessive-compulsive disorder and alcohol use disorder. *CNS spectrums*, 26(3), 243-250.
[doi:10.1017/S1092852919001706](https://doi.org/10.1017/S1092852919001706)

Fuster, J. M. (1997). Network memory. *Trends in neurosciences*, 20(10), 451-459.
[https://doi.org/10.1016/S0166-2236\(97\)01128-4](https://doi.org/10.1016/S0166-2236(97)01128-4)

Gainsbury, S. M., & Russell, A. (2015). Betting patterns for sports and races: A longitudinal

- analysis of online wagering in Australia. *Journal of Gambling Studies*, 31, 17-32. <https://doi.org/10.1007/s10899-013-9415-4>
- Gainsbury, S. M., Russell, A., Hing, N., Wood, R., & Blaszczynski, A. (2013). The impact of internet gambling on gambling problems: a comparison of moderate-risk and problem Internet and non-Internet gamblers. *Psychology of Addictive Behaviors*, 27(4), 1092. <https://doi.org/10.1037/a0031475>
- Gainsbury, S. M., Russell, A., Hing, N., Wood, R., Lubman, D., & Blaszczynski, A. (2015). How the Internet is changing gambling: Findings from an Australian prevalence survey. *Journal of Gambling Studies*, 31, 1-15. <https://doi.org/10.1007/s10899-013-9404-7>
- Gainsbury, S., Wood, R., Russell, A., Hing, N., & Blaszczynski, A. (2012). A digital revolution: Comparison of demographic profiles, attitudes and gambling behavior of Internet and non-Internet gamblers. *Computers in Human Behavior*, 28(4), 1388-1398. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.02.024>
- Gaming Control Board (2013). *GCB-license regulation on Sports Betting*. https://gamingcontrol.spin-cdn.com/media/casino/20191111_sports_betting_regulations_dec_2013_final.pdf
- García Ruíz, P., Buil, P., & Solé Moratilla, M. J. (2016). Consumos de riesgo: menores y juegos de azar online. El problema del “juego responsable”. *Política y sociedad*. https://doi.org/10.5209/rev_POSO.2016.v53.n2.47921
- Gathuru, J. M. (2022). Participation in Sports Betting and Youth Welfare Nexus: An Endogenous Switching Regression Model in Kenyan Perspective. *Society & Sustainability*, 4(2), 33-39. <https://doi.org/10.38157/ss.v4i2.516>
- Gernstein, D., Murphy, S., Tace, M., Hoffman, J., Palmer, A., Johnson, R., et al. (1999). Gambling impact and behavior study. Chicago: Report to the National Gambling Impact Study Commission
- Gilovich, T. (1983). Biased evaluation and persistence in gambling. *Journal of personality and social psychology*, 44(6), 1110-1126. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.44.6.1110>
- Globo (2021a). *Apostas esportivas. Um panorama do mercado*. https://negociostvriosul.com.br/Imagens/MidiaKit/MidiaKit_295_pdf_20210729110045.pdf
- Globo (2021b). *O mercado de apostas esportivas*. <https://gente.globo.com/o-mercado-de-apostas-esportivas/>
- Gobierno de Buenos Aires (s.f.). *Ley 181/19*. <https://normas.gba.gob.ar/documentos/BLmG59fQ.html>
- Gobierno de El Salvador (s.f.) *Ley orgánica de la Lotería Nacional de Beneficencia*.

<https://www.transparencia.gob.sv/institutions/Inb/documents/ley-principal-que-rige-a-la-institucion>

- Gökce Yüce, S., Yüce, A., Katırcı, H., Nogueira-López, A., & González-Hernández, J. (2022). Effects of sports betting motivations on sports betting addiction in a Turkish sample. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 20(5), 3022-3043. <https://doi.org/10.1007/s11469-021-00563-6>
- Gomez, R., & Watson, S. (2023). Associations of UPPS-P negative urgency and positive urgency with ADHD dimensions: Moderation by lack of premeditation and lack of perseverance in men and women. *Personality and Individual Differences*, 206, 112125. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2023.112125>
- Gómez-Yáñez, J. A. (2013). Anuario del juego en España 2013. Instituto de Política y Gobernanza de la Universidad Carlos III y Fundación Codere. <https://www.grupocodere.com/sala-de-prensa/documentacion/documentacion-sector/>
- Gómez-Yáñez, J. A. (2014). Anuario del juego en España 2014. Instituto de Política y Gobernanza de la Universidad Carlos III y Fundación Codere. <https://www.grupocodere.com/sala-de-prensa/documentacion/documentacion-sector/>
- Gómez-Yáñez, J. A. (2015). Anuario del juego en España 2015. Instituto de Política y Gobernanza de la Universidad Carlos III y Fundación Codere. <https://www.grupocodere.com/sala-de-prensa/documentacion/documentacion-sector/>
- Gómez-Yáñez, J. A. (2016). Anuario del juego en España 2016. Instituto de Política y Gobernanza de la Universidad Carlos III y Fundación Codere. <https://www.grupocodere.com/sala-de-prensa/documentacion/documentacion-sector/>
- Gómez-Yáñez, J. A. (2017). Anuario del juego en España 2017. Instituto de Política y Gobernanza de la Universidad Carlos III y Fundación Codere. <https://www.grupocodere.com/sala-de-prensa/documentacion/documentacion-sector/>
- Gómez-Yáñez, J. A. y Lalanda, C. (2018). Anuario del juego en España 2019. Instituto de Política y Gobernanza de la Universidad Carlos III y Fundación Codere. <https://www.grupocodere.com/informe-anual-2018/index.html#p=1>
- Gómez-Yáñez, J. A. y Lalanda, C. (2020). Anuario del juego en España 2020. Instituto de Política y Gobernanza de la Universidad Carlos III y Grupo. Consejo Empresarial del Juego. <https://www.grupocodere.com/sala-de-prensa/documentacion/documentacion-sector/>
- Gómez-Yáñez, J. A., y Lalanda, C. (2021). Anuario del juego en España 2021. Instituto de Política y Gobernanza de la Universidad Carlos III y Grupo. Consejo Empresarial del Juego. <https://www.grupocodere.com/sala-de-prensa/documentacion/documentacion-sector/>
- Gómez-Yáñez, J. A., y Díaz, V. (2022). Anuario del juego en España 2022. Instituto de

- Política y Gobernanza de la Universidad Carlos III y Grupo. Consejo Empresarial del Juego. <https://www.grupocodere.com/sala-de-prensa/documentacion/documentacion-sector/>
- Gómez-Yáñez, J. A. (2023). Anuario del juego en España 2023. Instituto de Política y Gobernanza de la Universidad Carlos III y Grupo. Consejo Empresarial del Juego. <https://www.grupocodere.com/uploads/media/default/0001/06/2217064d2effe60bb554d6e2a00772536dc9facc.pdf>
- Government of Ireland (2013). *National Lottery act 2013, n°13/2013*. <file:///C:/Users/Marina/Desktop/national-lottery-act-2013.pdf>
- Government of Ireland (s.f.). *Betting Act, 1853*. <https://www.irishstatutebook.ie/eli/1853/act/119/enacted/en/print.html>
- Government of Yemen (1994). *Republican Decree for Law No 12 for the Year 1994 Concerning Crimes and Penalties*. <https://www.ilo.org/dyn/natlex/docs/ELECTRONIC/83557/92354/F1549605860/YEM83557.pdf>
- Granero, R., Jiménez-Murcia, S., del Pino-Gutiérrez, A., Mena-Moreno, T., Mestre-Bach, G., Gómez-Peña, M., ... & Fernández-Aranda, F. (2020). Gambling phenotypes in older adults. *Journal of Gambling Studies*, 36, 809-828. <https://doi.org/10.1007/s10899-019-09922-4>
- Gray, H. M., Jónsson, G. K., LaPlante, D. A., & Shaffer, H. J. (2015). Expanding the study of internet gambling behavior: Trends within the Icelandic lottery and sportsbetting platform. *Journal of Gambling Studies*, 31, 483-499. <https://doi.org/10.1007/s10899-013-9427-0>
- Grubbs, J. B., & Kraus, S. W. (2022). Symptoms of Problem Gambling Among US Adults Who Wager on Sports. *JAMA Network Open*, 5(10). doi:10.1001/jamanetworkopen.2022.39670
- Gullo, Matthew J., Natalie J. Loxton, and Sharon Dawe (2014). "Impulsivity: Four ways five factors are not basic to addiction." *Addictive behaviors* 39.11: 1547-1556. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2014.01.002>
- H**abibu, N. A., Iramba, I. F., & Kambuga, Y. (2020). The prevalence of sports betting in Tanzania secondary school students. *Journal La Edusci*, 1(3), 23-32. <https://doi.org/10.37899/journallaedusci.v1i3.195>
- Håkansson, A. (2016). Diferencias de género en el Trastorno de Juego: Desde los aspectos clínicos hasta la respuesta al tratamiento. *Cuadernos de medicina psicosomática y psiquiatría de enlace*, (117), 31-39. ISSN 1695-4238
- Hanss, D., Mentzoni, R. A., Delfabbro, P., Myrseth, H., & Pallesen, S. (2014). Attitudes

- toward gambling among adolescents. *International Gambling Studies*, 14(3), 505-519. <https://doi.org/10.1080/14459795.2014.969754>
- Heiskanen, M., & Toikka, A. (2016). Clustering Finnish gambler profiles based on the money and time consumed in gambling activities. *Journal of Gambling Studies*, 32, 363-377. <https://doi.org/10.1007/s10899-015-9556-8>
- Henson, R. K., Natesan, P., & Axelson, E. D. (2014). Comparisons of improvement-over-chance effect sizes for two groups under variance heterogeneity and prior probabilities. *The Journal of Experimental Education*, 82(2), 205-228. <https://doi.org/10.1080/00220973.2013.813359>
- Hill, D. (2015). Jumping into fixing. *Trends in Organized Crime*, 18(3), 212-228.
- Hill, H. E., Haertzen, C. A., & Belleville, R. E. (1958). The Addiction Research Center Inventory (ARCI). *Lexington, Ky.: National Institute of Mental Health Addiction Research Center*.
- Hing, N., Cherney, L., Gainsbury, S. M., Lubman, D. I., Wood, R. T., & Blaszczynski, A. (2015a). Maintaining and losing control during Internet gambling: A qualitative study of gamblers' experiences. *New Media & Society*, 17(7), 1075-1095. DOI: 10.1177/1461444814521140
- Hing, N., Lamont, M., Vitartas, P., & Fink, E. (2015b). Sports bettors' responses to sports-embedded gambling promotions: Implications for compulsive consumption. *Journal of Business Research*, 68(10), 2057-2066. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.03.003>
- Hing, N., Lamont, M., Vitartas, P., & Fink, E. (2015c). Sports-embedded gambling promotions: A study of exposure, sports betting intention and problem gambling amongst adults. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 13, 115-135. <https://doi.org/10.1007/s11469-014-9519-9>
- Hing, N., Li, E., Vitartas, P., & Russell, A. M. (2017a). On the spur of the moment: Intrinsic predictors of impulse sports betting. *Journal of Gambling Studies*, 34, 413-428. <https://doi.org/10.1007/s10899-017-9719-x>
- Hing, N., Russell, A. M. T., Lamont, M., & Vitartas, P. (2017b). Bet anywhere, anytime: An analysis of Internet sports bettors' responses to gambling promotions during sports broadcasts by problem gambling severity. *Journal of Gambling Studies*, 33, 1051-1065. <https://doi.org/10.1007/s10899-017-9671-9>
- Hing, N., Russell, A. M., Li, E., & Vitartas, P. (2018). Does the uptake of wagering inducements predict impulse betting on sport? *Journal of Behavioral Addictions*, 7(1), 146-157. <https://doi.org/10.1556/2006.7.2018.17>
- Hing, N., Russell, A., Tolchard, B., & Nower, L. (2016a). Risk factors for gambling problems: An analysis by gender. *Journal of gambling studies*, 32, 511-534.

<https://doi.org/10.1007/s10899-015-9548-8>

- Hing, N., Russell, A. M., Vitartas, P., & Lamont, M. (2016b). Demographic, behavioural and normative risk factors for gambling problems amongst sports bettors. *Journal of gambling studies*, 32, 625-641. <https://doi.org/10.1007/s10899-015-9571-9>
- Hing, N., Vitartas, P., & Lamont, M. (2017c). Understanding persuasive attributes of sports betting advertisements: A conjoint analysis of selected elements. *Journal of Behavioral Addictions*, 6(4), 658-668. <https://doi.org/10.1556/2006.6.2017.062>
- Hing, N., Vitartas, P., Lamont, M., & Fink, E. (2014). Adolescent exposure to gambling promotions during televised sport: An exploratory study of links with gambling intentions. *International Gambling Studies*, 14(3), 374-393. <https://doi.org/10.1080/14459795.2014.902489>
- Holub, A. (2003). Construction of the Gambling Cognitions Inventory.
- Hu, L., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6(1), 1-55. <https://doi.org/10.1080/10705519909540118>
- Humphreys, B. R., & Carcedo, L. P. (2012). Who bets on sports?: characteristics of sports bettors and the consequences of expanding sports betting opportunities. *Estudios de economía aplicada*, 30(2), 579-598. ISSN 1133-3197
- J**acobs, D.F. (1986) A general theory of addictions: a new theoretical model. *Journal of Gambling Behavior*, 2: 15-31.
- Junta de Protección Social de Costa Rica (2011). *Reglamento para los eventos de las apuestas deportivas*.
http://www.pgrweb.go.cr/scij/busqueda/normativa/normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRM¶m2=1&nValor1=1&nValor2=69549&strTipM=FN&IResultado=1&strSelect=sel#up
- K**allick-Kaufmann, M. (1976). *Survey of American gambling attitudes and behavior*. Commission on the Review of the National Policy Toward Gambling.
- Kelley, K. (2018). MBESS: The MBESS R Package (Version 4.4.3) [Computer software]. R Package. <https://CRAN.R-project.org/package=MBESS>
- Killick, E. A., & Griffiths, M. D. (2022). Sports betting advertising: A systematic review of content analysis studies. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 1-27. <https://doi.org/10.1007/s11469-022-00775-4>
- Korkmaz, S., Goksuluk, D., & Zararsiz, G. (2014). MVN: An R package for assessing multivariate normality. *The R Journal*, 6(2), 151-162.
- Kristiansen, S., Jensen, S. M., & Trabjerg, M. C. (2014). Youth gambling as risky business:

An examination of risk perception and perception of skill and luck among Danish adolescents. *Journal of Gambling Issues*, (29). DOI: <http://dx.doi.org/10.4309/jgi.2014.29.7>

- Labrador, F.J. (2012) Juego Patológico. En M.A. Vallejo (Ed.) Manual de Terapia de Conducta. Madrid: Dykinson (ISBN: 9788490310489).
- Labrador, F. J.; Bernaldo-de-Quirós, M.; Labrador-Méndez, M.; Fernández-Arias, I.; Estupiñá, F. J.; González-Álvarez, M.; Sánchez, I.; y Vallejo-Achón, M. (2019) GamerTest. [Aplicación web]. Recuperado de <http://gamertest.es>
- Labrador, F., & Labrador, M. (2020). Juegos de azar y distorsiones cognitivas. *Anuario Internacional De Revisiones En Psicología*,(1), 39-66. <https://doi.org/10.14635/REVPSY.0.3>
- Labrador, F. J., Labrador, M., Vallejo-Achón, M., Bernaldo de Quirós, M. Estupiñá, F. J., Fernández-Arias, I., & Sánchez-Iglesias, I. (2022). Intervención psicológica en problemas de juego con apuestas. *Manual de conductas adictivas: Teoría, evaluación y tratamiento* (pp. 359-383). Pirámide.
- Labrador, F. J., & Vallejo-Achón, M. (2020). Prevalence and characteristics of sports betting in a population of young students in Madrid. *Journal of gambling studies*, 36(1), 297-318. <https://doi.org/10.1007/s10899-019-09863-y>
- Lamont, M., & Hing, N. (2018). Sports betting motivations among young men: An adaptive theory analysis. *Leisure Sciences*, 42(2), 185-204. <https://doi.org/10.1080/01490400.2018.1483852>
- Langer, E. J. (1975). The illusion of control. *Journal of personality and social psychology*, 32(2), 311-328. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.32.2.311>
- Langer, E. J., & Roth, J. (1975). Heads I win, tails it's chance: The illusion of control as a function of the sequence of outcomes in a purely chance task. *Journal of personality and social psychology*, 32(6), 951-955 <https://doi.org/10.1037/0022-3514.32.6.951>
- Lee, J., Chen, C. C., Song, H. J., & Lee, C. K. (2014a). The role of responsible gambling strategy and gambling passion in the online gamblers' decision-making process: Revising the theory of planned behavior. *Journal of Gambling Studies*, 30, 403-422. <https://doi.org/10.1007/s10899-013-9359-8>
- Lee, C. K., Chung, N., & Bernhard, B. J. (2014b). Examining the structural relationships among gambling motivation, passion, and consequences of internet sports betting. *Journal of Gambling Studies*, 30, 845-858. <https://doi.org/10.1007/s10899-013-9400-y>
- Leng, H. K., Phua, Y. X. P., Pyun, D. Y., Kwon, H. H., & Lin, Y. C. (2022). Differences between gamblers and non-gamblers on sports betting websites. *Journal of*

- Gambling Studies*, 38(3), 753-766. <https://doi.org/10.1007/s10899-021-10065-8>
- Ley 13/2011, de 27 de mayo, de regulación del juego. *Boletín Oficial del Estado (BOE)* 127, de 28 de mayo de 2011. <https://www.boe.es/eli/es/l/2011/05/27/13/con>
- Li, H., Mao, L. L., Zhang, J. J., & Xu, J. (2015). Classifying and profiling sports lottery gamblers: A cluster analysis approach. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 43(8), 1299-1317. <https://doi.org/10.2224/sbp.2015.43.8.1299>
- Li, E., Langham, E., Browne, M., Rockloff, M., & Thorne, H. (2018). Gambling and sport: Implicit association and explicit intention among underage youth. *Journal of Gambling Studies*, 34, 739-756. <https://doi.org/10.1007/s10899-018-9756-0>
- Lin, H. W., & Lu, H. F. (2015). Elucidating the association of sports lottery bettors' socio-demographics, personality traits, risk tolerance and behavioural biases. *Personality and Individual Differences*, 73, 118-126. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.09.024>
- Lister, J. J., Wohl, M. J., & Davis, C. G. (2015). The dark side of authenticity: Feeling "real" while gambling interacts with enhancement motives to predict problematic gambling behavior. *Journal of Gambling Studies*, 31, 995-1003. <https://doi.org/10.1007/s10899-014-9460-7>
- Lole, L., Russell, A. M., Li, E., Thorne, H., Greer, N., & Hing, N. (2020). Interest in inducements: A psychophysiological study on sports betting advertising. *International Journal of Psychophysiology*, 147, 100-106. <https://doi.org/10.1016/j.ijpsycho.2019.10.015>
- López-González, H., Estévez, A., & Griffiths, M. D. (2017). Controlling the illusion of control: A grounded theory of sports betting advertising in the UK. *International Gambling Studies*, 18(1), 39-55. <https://doi.org/10.1080/14459795.2017.1377747>
- López-González, H., Estévez, A., & Griffiths, M. D. (2018a). Internet-based structural characteristics of sports betting and problem gambling severity: Is there a relationship?. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 17, 1360-1373. <https://doi.org/10.1007/s11469-018-9876-x>
- López-González, H., Griffiths, M. D., & Estévez, A. (2020a). In-play betting, sport broadcasts, and gambling severity: A survey study of Spanish sports bettors on the risks of betting on sport while watching it. *Communication & Sport*, 8(1), 50-71. <https://doi.org/10.1177/2167479518816338>
- López-González, H., Griffiths, M. D., & Estévez, A. (2020b). Why some sports bettors think gambling addiction prevented them from becoming winners? A qualitative approach to understanding the role of knowledge in sports betting products. *Journal of Gambling Studies*, 36(3), 903-920. <https://doi.org/10.1007/s10899-020-09944-3>
- López-González, H., Guerrero-Solé, F., Estévez, A., & Griffiths, M. (2018b). Betting is loving and bettors are predators: A conceptual metaphor approach to online sports betting

- advertising. *Journal of Gambling Studies*, 34, 709-726.
<https://doi.org/10.1007/s10899-017-9727-x>
- López-González, H., Russell, A. M., Hing, N., Estévez, A., & Griffiths, M. D. (2019). A cross-cultural study of weekly sports bettors in Australia and Spain. *Journal of Gambling Studies*, 36(3), 937-955. <https://doi.org/10.1007/s10899-019-09898-1>
- Lorains, F. K., Dowling, N. A., Enticott, P. G., Bradshaw, J. L., Trueblood, J. S., & Stout, J. C. (2014a). Strategic and non-strategic problem gamblers differ on decision-making under risk and ambiguity. *Addiction*, 109(7), 1128-1137.
<https://doi.org/10.1111/add.12494>
- Lorains, F. K., Stout, J. C., Bradshaw, J. L., Dowling, N. A., & Enticott, P. G. (2014b). Self-reported impulsivity and inhibitory control in problem gamblers. *Journal of Clinical and Experimental Neuropsychology*, 36(2), 144-157.
<https://doi.org/10.1080/13803395.2013.873773>
- Lynam, D. R. (2013). Development of a short form of the UPPS-P Impulsive Behavior Scale. *Unpublished technical report*.
- Lynam, D. R., Smith, G. T., Whiteside, S. P., & Cyders, M. A. (2006). The UPPS-P: Assessing five personality pathways to impulsive behavior. *West Lafayette, IN: Purdue University*, 10.
- M**archica, L., Zhao, Y., Derevensky, J., & Ivoska, W. (2017). Understanding the relationship between sports-relevant gambling and being at-risk for a gambling problem among American adolescents. *Journal of Gambling Studies*, 33, 437-448.
<https://doi.org/10.1007/s10899-016-9653-3>
- Mañoso, V., Labrador, F. J., & Fernández-Alba, A. (2004). Tipo de distorsiones cognitivas durante el juego en jugadores patológicos y no jugadores. *Psicothema*, 576-581.
- McCarthy, S., Thomas, S. L., Randle, M., Bestman, A., Pitt, H., Cowlshaw, S., & Daube, M. (2018). Women's gambling behaviour, product preferences, and perceptions of product harm: Differences by age and gambling risk status. *Harm Reduction Journal*, 15, 1-12. <https://doi.org/10.1186/s12954-018-0227-9>
- McDonald, R. P. (1999). *Test theory: A unified treatment*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- McGlothlin, W. H. (1954). A psychometric study of gambling. *Journal of Consulting Psychology*, 18(2), 145-149. <https://doi.org/10.1037/h0059813>
- Mercier, J., Sévigny, S., Jacques, C., Goulet, A., Cantinotti, M., & Giroux, I. (2018). Sports Bettors: A Systematic Review. *Journal of Gambling Issues*, (38).
<http://dx.doi.org/10.4309/jgi.2018.38.11>
- Mestre-Bach, G., Granero, R., Mora-Maltas, B., Valenciano-Mendoza, E., Munguía, L.,

- Potenza, M. N., ... & Jiménez-Murcia, S. (2022). Sports-betting-related gambling disorder: Clinical features and correlates of cognitive behavioral therapy outcomes. *Addictive Behaviors*, 133, 107371. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2022.107371>
- Miller, J., Flory, K., Lynam, D., & Leukefeld, C. (2003). A test of the four-factor model of impulsivity-related traits. *Personality and individual differences*, 34(8), 1403-1418. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(02\)00122-8](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(02)00122-8)
- Ministerie van Justitie en Veiligheid (2021). *The Remote Gambling Act (Wet Kansspelen op afstand, Koa)*. <https://kansspelautoriteit.nl/nieuws/2021/april/remote-gambling-act/>
- Ministerie van Justitie en Veiligheid (s.f.). *Wet op de kansspelen (ley de juegos de azar)*. <https://wetten.overheid.nl/BWBR0002469/2018-07-28>
- Ministerio de Hacienda y Crédito Público (2020). *ley especial para el control y regulación de casinos y salas de juegos de azar. ley no. 766, aprobada el 16 de julio de 2020*. Publicada en La Gaceta, Diario Oficial No. 156 de 21 de agosto de 2020. <http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/3133c0d121ea3897062568a1005e0f89/6de8fb0c7f1a421e06258610007dbc60?OpenDocument>
- Ministério das finanças de Angola (2021). *Diário da república nº255/21*. <http://www.ucm.minfin.gov.ao/cs/groups/public/documents/document/aw4x/njew/~edi sp/minfin1610595.pdf>
- Ministero delle finanze (1953). *D.Lgs. 14-4-1948 n. 496, Disciplina delle attività di giuoco. G.U. 22 maggio 1948, n. 118 e ratificato con L. 22 aprile 1953, n. 342*. https://www.adm.gov.it/portale/documents/20182/1100014/D_Lgs_14_4_1948_n_496.pdf/7d9ec808-332d-430b-ae4c-98bf83f12ea1
- Ministry of Environment, Forestry and Tourism of the Republic of Namibia (2018). *Gaming and Entertainment Control Act 13 of 2018, section 108*. <http://www.lac.org.na/laws/annoREG/Gaming%20and%20Entertainment%20Control%20Act%2013%20of%202018-Regulations%202021-254.pdf>
- Ministry of Finance of Czech Republic (1990). *Act of the Czech National Council of 17 May 1990 on Lotteries and Other Like Games*. https://www.mfcr.cz/assets/cs/media/Zak_1990-202_anglicka-verze-Act-on-Lotteries-and-Other-Like-Games-202-1990.pdf
- Ministry of Finance of Czech Republic (2016). *Act No. 186/2016 on gambling*. https://www.mfcr.cz/assets/cs/media/Zak_2016-186_anglicka-verze-zakona-o-hazardnich-hrach-ACT-No-186-2016-on-gambling.pdf
- Ministry of Finance of Georgia (2011). *Law of Georgia No 5448 of 9 December 2011. Law of Georgia on organising lotteries, games of chance and other prize games*. <https://mof.ge/images/File/lottery/law-of-georgia-on-organising-lotteries-games-of->

chance-and-other-prize-games.pdf

Ministry of Finance of the Republic of Lithuania (2016). *Amending articles 10, 206 and 28 of GAMING LAW No IX-325. 30 June 2016 No. XII-2588. Vilnius.* [https://lpt.lrv.lt/uploads/lpt/documents/files/34356_Losimu_istatymas_EN%20final\(1\).pdf](https://lpt.lrv.lt/uploads/lpt/documents/files/34356_Losimu_istatymas_EN%20final(1).pdf)

Ministry of Finance of the Republic of Lithuania (2021). *Republic of Lithuania Law on gaming 17 May 2001 No. IX-325. Vilnius.* Law published in: Official Gazette, 2001, No. 43-1495, e. c. 1011010ISTA00IX-325. [https://lpt.lrv.lt/uploads/lpt/documents/files/34356_Losimu_istatymas_EN%20final\(1\).pdf](https://lpt.lrv.lt/uploads/lpt/documents/files/34356_Losimu_istatymas_EN%20final(1).pdf)

Ministry of Finance of the Republic of Macedonia (s.f.). Law on games of chance and entertainment games. <https://finance.gov.mk/wp-content/uploads/2009/05/Law-on-games-of-chance-and-entertainment-games.pdf>

Ministry of Finance of the Republic of Moldova (2016). *Law of the republic of Moldova of December 16, 2016 No. 291 about the organization and carrying out gambings.* <https://cis-legislation.com/document.fwx?rgn=93340#A000000067>

Ministry of Finance of the Republic of Serbia (2020). *Law on games of chance. The official gazette of the Republic of Serbia, n° 18/2020 from 03.03.2020.* https://uis.gov.rs/static/uploads/383_Law_on_games_of_chance.pdf

Ministry of Health of New Zealand (2003). *Racing Act 2003, n° 3 repealed, on 1 August 2020, by section 130(1) of the Racing Industry Act 2020 (2020 No 28).* <https://www.legislation.govt.nz/act/public/2003/0003/latest/DLM184055.html>

Ministry of Health of New Zealand (2020). *Racing Industry Act 2020, n° 28 repealed, on 24 August 2023.* <https://www.legislation.govt.nz/act/public/2020/0028/latest/whole.html>

Ministry of Legal Affairs (1994). *The Betting Control Act Chapter 166 Of The Laws Of Zambia.* Government of the Republic of Zambia. <https://www.parliament.gov.zm/sites/default/files/documents/acts/Betting%20Control%20Act.pdf>

Ministry of the Attorney General and Legal Affairs (2016). *Gambling and betting act chapter 11:19.* https://rgd.legalaffairs.gov.tt/laws2/Alphabetical_List/lawspdfs/11.19.pdf

Moore, S. M., & Ohtsuka, K. (1997). Gambling activities of young Australians: Developing a model of behaviour. *Journal of Gambling Studies*, 13, 207-236. <https://doi.org/10.1023/A:1024979232287>

Mwadime, A. (2017). *Implications of sports betting in Kenya: Impact of robust growth of the sports betting industry* (Doctoral dissertation, United States International University-Africa).

- Navas, J. F., Torres, A., Cándido, A., & Perales, J. C. (2014). ¿'Nada' o 'un poco'? ¿'Mucho' o 'demasiado'? La impulsividad como marcador de gravedad en niveles problemático y no problemático de uso de alcohol e Internet. *adicciones*, 26(2), 146-158. <https://doi.org/10.20882/adicciones.19>
- Ndala, N. N. (2021). Assessing the effects of sports gambling among the youths in Blantyre City of Southern Malawi. *International Journal of Sociology and Anthropology*, 13(4), 111-122. <https://doi.org/10.5897/IJSA2021.0921>
- Nowak, D. E. (2018). A meta-analytical synthesis and examination of pathological and problem gambling rates and associated moderators among college students, 1987–2016. *Journal of gambling studies*, 34(2), 465-498. <https://doi.org/10.1007/s10899-017-9726-y>
- Nyemcsok, C., Pitt, H., Kremer, P., & Thomas, S. L. (2022). Young men's perceptions about the risks associated with sports betting: a critical qualitative inquiry. *BMC Public Health*, 22(1), 867. <https://doi.org/10.1186/s12889-022-13164-2>
- Ofofu, A., & Kotey, R. (2019). Does Sports Betting Affect Investment Behaviour? Evidence from Ghanaian Sports Betting Participants. *Ofofu, A., & Kotey, RA (2019). Does Sports Betting Affect Investment Behaviour.*
- Ogachi, F. M., Muchiri Karega, D., & Mvungu, E. N. (2020). Prevalence and factors associated with gambling disorder among Kenyan university students involved in sports betting. *Int J Educ Res*, 8, 131-42.
- O'Loughlin, I., & Blaszczynski, A. (2018). Comparative effects of differing media presented advertisements on male youth gambling attitudes and intentions. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 16, 313-327. <https://doi.org/10.1007/s11469-017-9753-z>
- Orden EHA/3080/2011, de 8 de noviembre, por la que se aprueba la reglamentación básica de las apuestas deportivas de contrapartida. *Boletín Oficial del Estado (BOE)*, 277, de, 17 de noviembre de 2011. <https://www.boe.es/eli/es/o/2011/11/08/eha3080/con>
- Orford, J., Griffiths, M., Wardle, H., Sproston, K., & Erens, B. (2009). Negative public attitudes towards gambling: Findings from the 2007 British gambling prevalence survey using a new attitude scale. *International Gambling Studies*, 9(1), 39–54. <https://doi.org/10.1080/14459790802652217>
- Oyanedel Dr, J., Huenchumilla Ms, M., & Rubio Mr, A. (2019). Measuring gambling: Prevalence of at risk and problematic gambling in Chile 2015-2018.
- Pallesen, S., Hanss, D., Molde, H., Griffiths, M. D., & Mentzoni, R. A. (2016). A longitudinal

- study of factors explaining attitude change towards gambling among adolescents. *Journal of Behavioral Addictions*, 5(1), 59-67. <https://doi.org/10.1556/2006.5.2016.017>
- Parke, A., & Parke, J. (2019). Transformation of sports betting into a rapid and continuous gambling activity: A grounded theoretical investigation of problem sports betting in online settings. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 17(6), 1340-1359. <https://doi.org/10.1007/s11469-018-0049-8>
- Parliament of the United Kingdom (2005). *Gambling Act 2005*. https://www-legislation-gov-uk.translate.google.com/ukpga/2005/19/contents?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=hu&_x_tr_hl=hu&_x_tr_pto=sc
- Patton, J. H., Stanford, M. S., & Barratt, E. S. (1995). Factor structure of the Barratt impulsiveness scale. *Journal of clinical psychology*, 51(6), 768-774. [https://doi.org/10.1002/1097-4679\(199511\)51:6<768::AID-JCLP2270510607>3.0.CO;2-1](https://doi.org/10.1002/1097-4679(199511)51:6<768::AID-JCLP2270510607>3.0.CO;2-1)
- Pérez, L. (2017). Outside of the United States: The worldwide availability of sports betting. *Dual Markets: Comparative Approaches to Regulation*, 343-352.
- Pérez-Albéniz, A., Gil, M., Díez-Gómez, A., Martín-Seoane, G., & Lucas-Molina, B. (2022). Gambling in Spanish adolescents: prevalence and association with mental health indicators. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(1), 129. <https://doi.org/10.3390/ijerph19010129>
- Pitt, H., Thomas, S. L., Bestman, A., Daube, M., & Derevensky, J. (2017). What do children observe and learn from televised sports betting advertisements? A qualitative study among Australian children. *Australian and New Zealand journal of public health*, 41(6), 604-610. <https://doi.org/10.1111/1753-6405.12728>
- Philleo, J., Brisbane, F. L., & Epstein, L. G. (Eds.). (1997). *Cultural competence in substance abuse prevention*. NASW Press.
- Phua, Y. X. P., Pyun, D. Y., & Leng, H. K. (2022). M Cognitive Distortions and Problem Gambling in Sports Gambling. *Journal of Gambling Issues*, 50, 6-20. ISSN: 1910-7595
- Plotka, I., Blumenau, N., & Vinogradova, Z. (2016). Research if implicit attitudes towards gambling for gamblers and non-gamblers. Society. Integration. Education. *Proceedings of the International Scientific Conference*, 1, 498–514. <https://doi.org/10.17770/sie2016vol1.1529>
- Presidencia da República (2018). *Lei nº 13.756, de 12 de dezembro de 2018*. http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13756.htm
- Prochaska, J.O. y DiClemente, C.C. (1982): Transtheoretical therapy: Toward a more integrative model of change. *Psychotherapy: Theory, Research, and Practice*, 19,

276-288.

Quandt, R. E. (1958). The Economics of Chance. *Challenge*, 6(4), 17-21.

Raylu, N., & Oei, T. P. (2004). The Gambling Related Cognitions Scale (GRCS): Development, confirmatory factor validation and psychometric properties. *Addiction*, 99(6), 757-769. <https://doi.org/10.1111/j.1360-0443.2004.00753.x>

Real Decreto 176/2023, de 14 de marzo, por el que se desarrollan entornos más seguros de juego. *Boletín Oficial del Estado (BOE)*, 63, del 15 de marzo de 2023, 37961-37983. <https://www.boe.es/eli/es/rd/2023/03/14/176>

Real Decreto 958/2020, de 3 de noviembre, de comunicaciones comerciales de las actividades de juego. *Boletín Oficial del Estado (BOE)*, 291, del 4 de noviembre de 2020. <https://www.boe.es/eli/es/rd/2020/11/03/958>

Regierung von Liechtenstein (2010). *Geldspielgesetz (GSG) vom 30. Juni 2010 LGBl. 2010 Nr. 235 vom. 30. August 2010*. <https://isa-guide.de/wp-content/uploads/2012/06/isa-guide-00015693-hmu35b1z27.pdf>

Revelle, W. (2018) psych: Procedures for Personality and Psychological Research, Northwestern University, Evanston, Illinois, USA [Computer software]. Retrieved from <https://CRAN.R-project.org/package=psych> Version = 1.8.12.

Ricijaš, N., Hundric, D. D., & Kranzelic, V. (2015). Sports betting and other risk behaviour among Croatian high-school students/Sportsko kladenje i druga rizicna ponasanja hrvatskih srednjoskolaca. *Hrvatska Revija za Rehabilitacijska Istrazivanja*, 51(2), 41-57.

Rockloff, M. J., Browne, M., Russell, A. M., Hing, N., & Greer, N. (2019). Sports betting incentives encourage gamblers to select the long odds: An experimental investigation using monetary rewards. *Journal of Behavioral Addictions*, 8(2), 268-276. <https://doi.org/10.1556/2006.8.2019.30>

Rosseel, Y. (2012). Lavaan: An R package for structural equation modeling and more. Version 0.5-12 (BETA). *Journal of statistical software*, 48(2), 1-36. <https://doi.org/10.18637/jss.v048.i02>

Rothbaum, F., Weisz, J. R., & Snyder, S. S. (1982). Changing the world and changing the self: A two-process model of perceived control. *Journal of personality and social psychology*, 42(1), 5. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.42.1.5>

Rousseau, F. L., Vallerand, R. J., Ratelle, C. F., Mageau, G. A., & Provencher, P. J. (2002). Passion and gambling: On the validation of the Gambling Passion Scale (GPS). *Journal of Gambling Studies*, 18, 45-66.

<https://doi.org/10.1023/A:1014532229487>

- Rubio, G. (2006) Eficacia diferencial del tratamiento psicológico individual versus en grupo en jugadores patológicos de máquinas recreativas con premio. Tesis Doctoral. Universidad Complutense de Madrid.
- Rubio-García, L. (2018). Apuestas deportivas online: percepción adolescente y regulación publicitaria. *metadatos. revista de ciencias sociales*, 6(1), 139-148. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.17502/m.rcs.v6i1.207>
- Russell, A. M., Hing, N., Li, E., & Vitartas, P. (2018). Gambling risk groups are not all the same: Risk factors amongst sports bettors. *Journal of Gambling Studies*, 35(1), 225-246. <https://doi.org/10.1007/s10899-018-9765-z>
- Russell, A. M., Hing, N., Browne, M., Li, E., & Vitartas, P. (2019). Who bets on micro events (microbets) in sports? *Journal of Gambling Studies*, 35(1), 205-223. <https://doi.org/10.1007/s10899-018-9810-y>
- Saeima (s.f). *On Gambling lotteries*. Legal Acts of the republic of Latvia. <https://likumi.lv/ta/en/en/id/122941>
- Sakala, C., Paul, R., Dalal, N., & Sheikh, W. A. (2019). Prevalence of sports betting addictive disorder among the medical students at the University of Zambia in Lusaka, Zambia. *Medical Journal of Zambia*, 46(4), 329-334.
- Sánchez-Pardo, L., Herrador-Bueno, E., Alexandre-Benavent, R., Bueno-Cañigral, F. J., Bueno, E. H., & Benavent, R. A. (2016). Guía para la prevención de la adicción al juego y las apuestas online.
- Sarabia Gonzalvo, I., Herrero Fernández, D., & Estévez Gutiérrez, A. (2014). Situación actual del juego con dinero en jóvenes y adolescentes.
- Schreiber, J. B., Nora, A., Stage, F. K., Barlow, E. A., & King, J. (2006). Reporting Structural Equation Modeling and Confirmatory Factor Analysis Results: A Review. *The Journal of Educational Research*, 99(6), 323-338. <https://doi.org/10.3200/JOER.99.6.323-338>
- Seal, E., Cardak, B. A., Nicholson, M., Donaldson, A., O'Halloran, P., Randle, E., & Staley, K. (2022). The gambling behaviour and attitudes to sports betting of sports fans. *Journal of Gambling Studies*, 38(4), 1371-1403. <https://doi.org/10.1007/s10899-021-10101-7>
- Seyyed Masoomah (Shamila) S., Cochran, J. K., Allen, S. F., Toth, A. G., & Kabiri, S. (2019). Sports Gambling among Iranians: A test of control and rational choice theories. *Deviant Behavior*, 41(5), 591-606. <https://doi.org/10.1080/01639625.2019.1580252>
- Sharpe, L. (2002). A reformulated cognitive-behavioral model of problem gambling. A biopsychosocial perspective. *Clinical Psychology Review*, 22, 1-25.

- Sharpe, L. y Tarrier, N. (1993). Towards a cognitive-behavioural theory of problem gambling. *British Journal of Psychiatry*, *162*, 407-412.
- Sherif, M. (1937). An experimental approach to the study of attitudes. *Sociometry*, *1*(1/2), 90-98.
- Shulman, Elizabeth P., et al. (2017). "The dual systems model: Review, reappraisal, and reaffirmation." *Developmental cognitive neuroscience* *17*: 103-117. <https://doi.org/10.1016/j.dcn.2015.12.010>
- Stautz, K., Dinc, L., & Cooper, A. J. (2017). Combining trait models of impulsivity to improve explanation of substance use behaviour. *European Journal of Personality*, *31*(1), 118-132. <https://doi.org/10.1002/per.2091>
- Steenbergh, T. A., Meyers, A. W., May, R. K., & Whelan, J. P. (2002). Development and validation of the Gamblers' Beliefs Questionnaire. *Psychology of addictive behaviors*, *16*(2), 143-149. <https://doi.org/10.1037/0893-164X.16.2.143>
- Strickland, L. H., & Grote, F. W. (1967). Temporal presentation of winning symbols and slot-machine playing. *Journal of Experimental Psychology*, *74*(1), 10. <https://doi.org/10.1037/h0024511>
- T**homas, S. L., Bestman, A., Pitt, H., Cassidy, R., McCarthy, S., Nyemcsok, C., ... & Daube, M. (2018). Young people's awareness of the timing and placement of gambling advertising on traditional and social media platforms: a study of 11–16-year-olds in Australia. *Harm reduction journal*, *15*(1), 1-13. <https://doi.org/10.1186/s12954-018-0254-6>
- Tolga Aricak, O. (2019). Problematic online betting among Turkish adolescents. *Journal of gambling studies*, *35*(1), 31-45. <https://doi.org/10.1007/s10899-018-9793-8>
- Towfigh, E., & Glöckner, A. (2011). GAME OVER: Empirical support for soccer bets regulation. *Psychology, Public Policy, and Law*, *17*(3), 475. <https://doi.org/10.1037/a0023402>
- Tribunal Superior de Cuentas (1993). *Ley de casinos, juegos de envite o azar*. Decreto nº 488. https://www.tsc.gob.hn/web/leyes/Ley_de_Casino_Juegos_Envite_Azar.pdf
- U**kranian Parliament (2020). *Law of Ukraine of July 14, 2020 No. 768-IX about state regulation of activities for the organization and carrying out gamblings*. <https://cis-legislation.com/document.fwx?rgn=126861>
- V**allerand, R. J., Blanchard, C., Mageau, G. A., Koestner, R., Ratelle, C., Léonard, M., ... & Marsolais, J. (2001). Les passions de l'ame: on obsessive and harmonious passion. *Journal of personality and social psychology*, *85*(4), 756-767

<https://doi.org/10.1037/0022-3514.85.4.756>

Verdejo-García, A., Bechara, A., Recknor, E. C., & Pérez-García, M. (2007). Negative emotion-driven impulsivity predicts substance dependence problems. *Drug and alcohol dependence, 91*(2-3), 213-219. <https://doi.org/10.1016/j.drugalcdep.2007.05.025>

Walker, M., Toneatto, T., Potenza, M. N., Petry, N., Ladouceur, R., Hodgins, D. C., El-

Guebaly, N., Echeburua, E., & Blaszczynski, A. (2006). A framework for reporting outcomes in problem gambling treatment research: The Banff, Alberta Consensus. *Addiction, 101*(4), 504–511. doi:10.1111/j.1360-0443.2005.01341.x

Wang, X., Won, D., & Jeon, H. S. (2021). Predictors of sports gambling among college students: The role of the theory of planned behavior and problem gambling severity. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 18*(4), 1803. <https://doi.org/10.3390/ijerph18041803>

Wardle, H. (2007). *British gambling prevalence survey 2007*. The Stationery Office.

Wardle, H., Donnachie, C., Critchlow, N., Brown, A., Bunn, C., Dobbie, F., ... & Hunt, K. (2021). The impact of the initial Covid-19 lockdown upon regular sports bettors in Britain: Findings from a cross-sectional online study. *Addictive Behaviors, 118*, 106876. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2021.106876>

Wardle, H., Moody, A., Griffiths, M., Orford, J., & Volberg, R. (2011). Defining the online gambler and patterns of behaviour integration: Evidence from the British Gambling Prevalence Survey 2010. *International Gambling Studies, 11*(3), 339-356. <https://doi.org/10.1080/14459795.2011.628684>

Whiteside, S. P., & Lynam, D. R. (2001). The five factor model and impulsivity: Using a structural model of personality to understand impulsivity. *Personality and individual differences, 30*(4), 669-689. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(00\)00064-7](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(00)00064-7)

Whiteside, S. P., Lynam, D. R., Miller, J. D., & Reynolds, S. K. (2005). Validation of the UPPS impulsive behaviour scale: a four-factor model of impulsivity. *European Journal of personality, 19*(7), 559-574. <https://doi.org/10.1002/per.556>

Willie, C., Gill, P. R., Teese, R., Stavropoulos, V., & Jago, A. (2022). Emotion-driven problem behaviour: The predictive utility of positive and negative urgency. *Brain and Neuroscience Advances, 6*, 23982128221079573. <https://doi.org/10.1177/23982128221079573>

Wilson, C., Butler, N., & Quigg, Z. (2022). Associations between playing free-to-play sports gambling predictor games and online sports betting frequency for men in the United Kingdom. *Journal of Public Health, 1-10*. <https://doi.org/10.1007/s10389-022-01774-4>

Winters, K. C., & Derevensky, J. L. (2019). A review of sports wagering: prevalence,

characteristics of sports bettors, and association with problem gambling. *Journal of Gambling Issues*. <http://dx.doi.org/10.4309/jgi.2019.43.7>

- Zermatten, A., & Van der Linden, M. (2008). Impulsivity in non-clinical persons with obsessive-compulsive symptoms. *Personality and Individual Differences*, *44*(8), 1824-1830. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2008.01.025>
- Zsila, Ágnes, et al. "Further exploration of the SUPPS-P impulsive behavior scale's factor structure: Evidence from a large Hungarian sample." *Current Psychology* 39 (2020): 378

El presente trabajo ha sido realizado por **Marina Vallejo Achón**, financiado por la Universidad Complutense de Madrid y el Banco Santander (CT63/19-CT64/19) en el marco de un contrato predoctoral de personal investigador en formación y llevado a cabo bajo la dirección del
Dr. Francisco Javier Labrador Encinas y Marta Isabel Labrador Méndez.

