

DOBLE GRADO EN DERECHO Y ECONOMÍA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

TRABAJO FIN DE GRADO CURSO ACADÉMICO [2021-2022]

**TÍTULO: EL IMPACTO DE LOS JUEGOS DE AZAR. ANÁLISIS SOCIAL,
ECONÓMICO Y LEGISLATIVO**

AUTOR: LAURA GONZÁLEZ GIL

TUTOR: YOLANDA HINOJOSA BERGILLOS

DEPARTAMENTO: DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA APLICADA I

**ÁREA DE CONOCIMIENTO: MÉTODOS CUANTITATIVOS PARA LA
ECONOMÍA Y LA EMPRESA**

RESUMEN: Los juegos de azar constituyen una práctica muy antigua, que se remonta a la antigua Roma y Grecia, por lo que se podría decir que ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad. Sin embargo, es en la actualidad, cuando más relevancia ha adquirido, sobre todo, desde la regulación del juego online (2011), que ha hecho que los efectos de este sector tengan un mayor impacto, sobre todo en la sociedad, hasta el punto de afectar tanto al ámbito personal y psicológico del jugador, como al profesional, teniendo grandes repercusiones en el entorno laboral. Cabe destacar que, quienes principalmente sufren las consecuencias del juego son los jóvenes, considerándose el público más vulnerable, debido a la gran influencia que, por ejemplo, la publicidad o el uso indebido de internet tiene sobre ellos. No obstante, sociedad y Estado siempre han ido de la mano y en este caso, lo que para la sociedad resulta un perjuicio, para el Estado, el sector del juego constituye una gran fuente de ingresos, ya sea por el gasto que realiza el consumidor en este mercado, como por los impuestos que las empresas pagan al Estado y que por tanto suponen un gran beneficio para este último. Es por ello que, la actual legislación tiene como principal objetivo conseguir un juego seguro y responsable para proteger al consumidor.

PALABRAS CLAVE: Juego online; juegos de entretenimiento; ludopatía; juego real o Gross Gaming Revenue.

ÍNDICE

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN	7
CAPÍTULO 2: IMPACTO EN LA SOCIEDAD. ANÁLISIS SOCIAL, PSICO Y PATOLÓGICO	9
2.1. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES SOCIO-DEMOGRÁFICAS	9
2.1.1. Sexo	9
2.1.2. Edad	10
2.1.3. Ocupación laboral	11
2.1.4. Estado civil	11
2.2. CARACTERÍSTICAS PSICOLÓGICAS Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	11
2.2.1. Ludopatía en hombres versus en mujeres	12
2.2.2. Ludopatía y repercusión laboral	13
2.3. VULNERABILIDAD DE LA POBLACIÓN JUVENIL	15
CAPÍTULO 3: IMPACTO EN LA ECONOMÍA	19
3.1. GASTO MEDIO DEL CONSUMIDOR	19
3.1.1. Juego online	19
3.1.2. Juego presencial	22
3.2. INGRESOS PARA EL ESTADO Y EL SECTOR PRIVADO	23
3.2.1. Juego real, Gross Gaming Revenue o margen del operador	24
3.2.1.1. Efecto de la pandemia de Covid-19 en el juego real	27
3.2.2. Impuestos	28
3.3. EMPLEO	31
3.4. GASTO EN MARKETING	33
CAPÍTULO 4: LEGISLACIÓN	37
4.1. HISTORIA DEL JUEGO: DESDE SU PROHIBICIÓN A LA ACEPTACIÓN	37
4.2. LA REGULACIÓN DEL JUEGO DE AZAR EN LA ACTUALIDAD	38
CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES	41
BIBLIOGRAFÍA	43

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

Los juegos de azar pueden ser una actividad placentera, de entretenimiento y diversión, pero un uso incorrecto y continuo de estos puede volverse en una práctica adictiva, causando graves problemas en el entorno del jugador, llegando al extremo de convertirse en jugadores patológicos o también llamados ludópatas. El juego patológico cada vez está más presente en nuestros días: la ludopatía tiene un peso del 1 al 3% de la población general en España.

Por otra parte, el mercado del juego constituye una pieza angular en la Economía del país y es que aparte de los ingresos que le aporta a este en término de impuestos, también aumenta los índices de empleabilidad.

Sin duda alguna, el juego ha sido objeto de numerosos estudios, artículos e investigaciones que han supuesto una gran ayuda para la recopilación de datos numéricos, como datos teóricos en la elaboración de este Trabajo de Fin de Grado. Entre ellos, destacamos estudios de origen estatal, como el Informe anual de datos del Mercado Español del Juego (2020) y la Memoria de actividad (2020), ambos realizados por la Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ). En estos aparecen las cifras referentes a variables como el número de jugadores en el mercado, el juego real dependiendo de la modalidad del juego (casinos, bingos, apuestas, etc.), el gasto medio del consumidor, etc. Todo el contenido de estos dos informes fue recogido y desarrollado posteriormente por Gómez Yáñez, J.A y Lalanda Fernández, C. en el Anuario del juego en España (2021) y nos ofrece información como por ejemplo la relativa al gasto destinado por las empresas al pago de impuestos al Estado o, por otro lado, los empleos creados en este mercado. De ello se desprende, que el sector público realiza una gran labor de investigación y se mantiene flexible a la hora de aportar transparencia de los datos extraídos del mercado del juego.

Sin embargo, en los informes desarrollados por la DGOJ, apenas aparece información referente al juego que se realiza en establecimientos, es decir, al juego presencial; ni tampoco se tiene en cuenta el público menor de edad, por lo que los datos no muestran totalmente la envergadura de esta área, hecho que ha complicado en gran medida el desarrollo de este estudio. Es por ello que, para suplir este vacío, se ha consultado el Observatorio Español de Drogas y Adicciones (OEDA), el cual realizó en 2021 encuestas a la población de secundaria, así como la adulta (ESTUDES y EDADES) con el objetivo de conocer por ejemplo la cantidad de estudiantes que había apostado alguna vez dinero; la probabilidad del desarrollo del juego problemático tanto en los jóvenes como en los adultos; el impacto de la Covid-19; etc.

Palumberi, Emilia y Mannino, Giuseppe (2008) han intervenido en el análisis de este sector aproximándonos al perfil psicológico del jugador, definiendo al jugador social o responsable del jugador problemático y señalando las características de cada uno.

Por otro lado, García Ruiz, Pablo; Buil, Pilar; Solé Moratilla, M.J. (2015) profundizan en la repercusión que tiene el juego en los adolescentes, así como la influencia que ejerce sobre estos el uso de las nuevas tecnologías como los videojuegos, los teléfonos móviles, las redes sociales o la publicidad de casas de apuestas en plataformas como la televisión.

Por último, autores como Cases, J.I, (2011) o Langealaan Osset, FB. (2019), indagan en la evolución histórica del juego y en el papel fundamental y de suma importancia que realiza la legislación en este campo.

Por otra parte, y en consonancia con la justificación del tema elegido, mi interés por el juego de azar comenzó hace unos años, concretamente cuando cursaba mis estudios de bachillerato. Recuerdo escuchar entre clases, conversaciones que mis compañeros tenían, preguntándose entre ellos sobre cuál creían que iba a ser el equipo de fútbol ganador en el próximo partido con el objetivo de hacer apuestas deportivas o echar quinielas. Con tan solo 16 años y, por tanto, menores de edad, ya eran unos expertos en el tema de los juegos de azar y empresas como William Hill, Codere o bet365 formaban parte de nuestros temas de

conversación rutinarios. Todo ello me ha hecho replantearme preguntas como las siguientes: ¿somos conscientes de cómo y en qué medida afecta el sector del juego a la sociedad y a la economía?, ¿ha influido siempre de la misma manera a lo largo de la historia?, ¿qué repercusión puede tener para los jugadores esta práctica en su ámbito personal y laboral?, ¿afecta a todos los jugadores en la misma proporción o hay factores que ayudan a potenciar la adicción y agravar los problemas?, ¿el sector del juego ha experimentado algún cambio por causa del covid-19?, ¿cuál es la importancia e influencia de la publicidad de estos juegos y cuál es el gasto que las empresas invierten en esta?, ¿hasta qué punto llega el Estado a beneficiarse de esta práctica?, ¿tienen las empresas del sector del juego total libertad a la hora de gestionar sus negocios o la ley delimita sus actividades?, ¿existe actualmente una legislación que proteja al consumidor frente a los intereses del Estado?

A tenor de todo ello, este trabajo intentará contestar a las preguntas anteriores, por lo que conviene enmarcar los objetivos principales de este. En primer lugar, este estudio se va a centrar primordialmente en conocer cuál es el impacto que tiene el sector del juego en la sociedad (perjudicial) y en la Economía (beneficioso) del país. De ello se deriva que existe un conflicto de intereses entre la sociedad y las empresas o el Estado, por lo que el segundo objetivo será investigar si existe actualmente una legislación que proteja al consumidor frente a las prácticas ejercidas por estos dos sujetos.

Para el cumplimiento de los objetivos, el presente trabajo se estructura de la siguiente forma. Tras esta introducción (Capítulo 1), en el Capítulo 2 se estudiará el perfil medio del jugador, atendiendo a variables socio-demográficas y económicas, así como las principales repercusiones que tiene la práctica del juego, profundizando en la influencia del juego en los jóvenes. Seguidamente, en el Capítulo 3, se analizará el impacto en la Economía, investigando el gasto medio del jugador y el margen sobre las empresas, al igual que la importancia de la inversión de las empresas en publicidad. En el Capítulo 4, referente a la legislación, se realiza un estudio histórico del juego, desde sus inicios hasta la actualidad. Conviene destacar que se ha decidido desarrollar en último lugar este capítulo, para que después de haber analizado la influencia del juego en la sociedad y en la Economía, podamos entender en mayor medida el por qué es tan importante tener una legislación que nos proteja y el por qué el sistema legislativo siempre ha intervenido a lo largo de la historia. Por último, en el Capítulo 5, se desarrollan las conclusiones extraídas del trabajo.

CAPÍTULO 2

IMPACTO EN LA SOCIEDAD. ANÁLISIS SOCIAL, PSICO Y PATOLÓGICO

La industria del juego de azar, así como también las casas de apuestas, se dividen en dos modalidades en función del lugar donde se practiquen. En primer lugar, se halla el juego presencial, que es aquel que se da de forma física en los establecimientos, como pueden ser los casinos, los bingos, las apuestas presenciales o las máquinas B, conocidas popularmente como máquinas tragaperras. Por otro lado, se encuentra el juego online que, como su propio nombre indica, es el que se desarrolla telemáticamente y que, actualmente, debido al gran apogeo de las tecnologías, está tomando peso. A pesar de esto, y como se ha mantenido a lo largo de los años, el juego presencial tiene mayor protagonismo que el online, ya que presenta cifras superiores en todos los aspectos, como reflejaremos a lo largo de esta investigación.

No obstante, bien es cierto que, con ocasión de la pandemia de Covid-19 y el consiguiente cierre de los establecimientos, las cifras del juego online se han elevado de forma significativa a medida que las del juego presencial bajaban. Todo ello sin duda, va a tener un gran efecto en la sociedad, provocando repercusiones sustanciales.

Con el objetivo de comprender más fácilmente qué efecto tiene el juego de azar, se procede a estudiar las variables socio-demográficas, así como psicológicas de los jugadores para poder crear a partir de ellas, un perfil medio del consumidor y llegar a entender, por ejemplo, cuál es el público más vulnerable y por qué.

2.1. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES SOCIO-DEMOGRÁFICAS

Comenzaremos analizando las variables socio-demográficas, esto es, los datos referentes al sexo, edad, ocupación laboral y estado civil del juego de azar, para así poder comprobar si estas inciden en el comportamiento del consumidor.

2.1.1. Sexo

Para esta variable nos hemos basado en las cifras del juego online, ya que presentan datos más concretos que el juego presencial y sobre todo, más cercanos a la realidad ya que su recogida es más fácil. No obstante, ambas modalidades siguen la misma trayectoria, por lo que van a reflejar el mismo resultado, que es que el sexo masculino es el predominante en este sector.

Por otro lado, el estudio de este punto se basa en 2020 ya que es la información más reciente que se tiene.

Figura 2.1. Jugadores activos por sexo en España, 2020



Fuente: Informe del Jugador Online, DGOJ, 2020

En la Figura 2.1., se muestra el número de jugadores activos en el juego online en España en 2020. El colectivo masculino tiene una cuota del 82,33% sobre el total de jugadores activos, lo que equivale a 1.219.915 jugadores en 2020. Por otro lado, en referencia al sexo femenino,

su cuota se sitúa a niveles muy inferiores con respecto a la anterior, puesto que se trata de un 17,67%, lo que supone que el sexo masculino cuadriplica al femenino.

Figura 2.2. Variación anual por sexo en España, 2019-2020



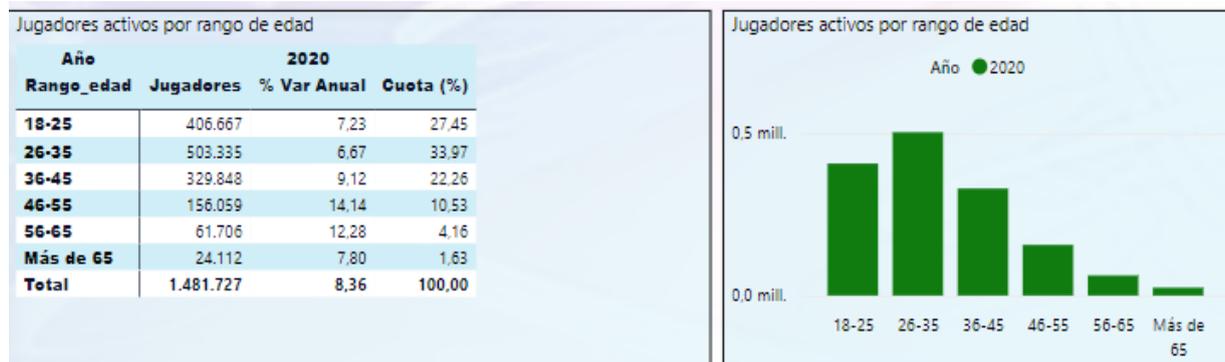
Fuente: Informe del Jugador Online, DGOJ, 2020

Sin embargo, como se aprecia en la Figura 2.2, el número de mujeres ha aumentado en 2020 en relación al año anterior, más concretamente, la tasa de variación ha sido de un 16,06%, lo que supone un total de 36.232 jugadoras activas nuevas.

2.1.2. Edad

Por lo que se refiere a la variable demográfica edad de las personas jugadoras, el perfil que prevalece en términos generales, lo conforman los jugadores de 45 y 50 años de edad (Estudio sobre prevalencia, comportamiento y características de los usuarios de juegos de azar en España, DGOJ, 2015). No obstante, si nos centramos solamente en el juego online, esta edad difiere del dato anterior, como se muestra en la Figura 2.3.

Figura 2.3. Jugadores activos por rango de edad en España, 2020



Fuente: Informe del Jugador Online, DGOJ, 2020

El rango de edad sobresaliente en el juego online es el referente al grupo de 26-35, con un total de 503.335 jugadores activos, lo que equivale al 33,97% de cuota sobre el total de jugadores activos. Se puede comprobar, que a medida que la población envejece es menos frecuente que consuma este tipo de servicio y esto puede deberse principalmente a que las generaciones mayores no están tan al día con las tecnologías, como las nuevas. En referencia a esto último, se puede comprobar en la figura que el 83,68% de los jugadores tienen menos de 45 años.

Cabe destacar, que en la Figura 2.3. no se contempla el rango de edad referente a los menores de 18 años, que suponen un gran peso en esta industria y que han experimentado un auge debido al avance en las tecnologías y al uso de internet. Atendiendo a esto, y basándonos en la Encuesta sobre Uso de drogas en Enseñanzas Secundarias en España realizada por el Ministerio de Sanidad, más concretamente por el Observatorio Español de Drogas y Adicciones (OEDA) a un total de 22.321 estudiantes de secundaria de entre 14 y 18 años, en 2021 el 20,15% de estos, había jugado alguna vez con dinero, ya fuera de forma online o presencial y un 3,4% de los alumnos serían candidatos para presentar un posible

juego problemático (Ministerio de Sanidad, C. y B.S., 2021). Según la DGOJ, esto supone un fuerte factor de riesgo para la población, ya que el 44% de los individuos que se inician en el juego a edades tempranas tienden a desarrollar una ludopatía.

2.1.3. Ocupación laboral

La mayor parte de los consumidores se encuentra laboralmente en activo y desempeñan una actividad poco cualificada. Este público se caracteriza mayormente por tener ingresos escasos o muy bajos, por lo que deciden invertir en este servicio puesto que la idea de obtener un beneficio a corto plazo y fácil les atrae en gran medida (Estudio sobre prevalencia, comportamiento y características de los usuarios de juegos de azar en España, DGOJ, 2015).

No obstante, como se explicará posteriormente, a medida que se crea mayor nivel de adicción, la tasa de desempleo aumenta, puesto que el jugador empieza a incumplir sus obligaciones en el trabajo.

2.1.4. Estado civil

Si clasificamos a los consumidores atendiendo a este criterio, extraemos tres categorías: personas casadas o que están viviendo en pareja; solteros; viudos; y, por último, divorciados o separados.

Tabla 2.1. Prevalencia del juego según el estado civil del jugador, 2015

	Persona jugadora sin riesgo	Persona jugadora en riesgo	persona jugadora con problema	persona jugadora patológica	persona no jugadora	Personas encuestadas
Soltero	23,3%	35,3%	33,2%	39,1%	35,8%	27,1%
Casado, vida en pareja	61,6%	46,1%	46,2%	31,7%	48,8%	57,4%
Separado Divorciado	7,4%	13,3%	10,3%	23,9%	6,5%	7,6%
Viudo	7,7%	5,3%	10,3%	5,4%	8,9%	7,9%

Fuente: Juventud y juegos de azar. Una visión general del juego en los jóvenes, 2019

Para el estudio de esta variable se han consultado datos referentes al 2015 y no al 2020 como en las anteriores, porque ha sido la información más reciente y, sobre todo, completa, que se ha encontrado. No obstante, esto no influye a la hora del análisis, ya que la tendencia de esta se ha mantenido en el transcurso de los años.

Atendiendo a la Tabla 2.1., son las personas casadas o que viven en pareja las que presentan menor riesgo de adicción cuando juegan (61,6% de los encuestados) o simplemente no juegan (48,8%). Por el contrario, las mayores cifras en cuanto a riesgo (35,3%) y adicción (33,2%) las representa los jugadores que están solteros. Por lo que, existe una relación directa entre el número de personas con problemas del juego y el porcentaje de solteros, divorciados o separados y es que, a medida que estos problemas van aumentando, el porcentaje de estos grupos es mayor (Pérez Camarero, S.; Alcalá Revilla, B.; Pérez Cañellas, G.; Yahón, A., 2019).

Por lo tanto, de esta información se puede extraer la idea de que el matrimonio o la vida en pareja y la familia constituyen un factor de protección y de disminución del riesgo en el desarrollo de patologías relacionadas con el juego.

2.2. CARACTERÍSTICAS PSICOLÓGICAS Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Para poder comprender cuáles son los principales factores que incitan a los consumidores a participar en el mercado del juego y las casas de apuestas, también es necesario analizar cuál es el comportamiento o características psicológicas del consumidor.

A grandes rasgos, los principales factores de personalidad son los siguientes: personalidad vulnerable, estructura familiar débil, relaciones sociales pobres, presión de grupo, estrés.

Concretamente, los jugadores y, sobre todo, los patológicos, contemplan el juego como una “vía de escape” a sus problemas, un refugio o un entretenimiento (Tobón Álvarez, Nelson I.; Cano Bedoya, Víctor H.; Londoño Arredondo, Nora H., 2010).

No obstante, no todos los jugadores se consideran patológicos o ludópatas, sino que también existen otros, que juegan de manera esporádica o para divertirse con los demás, llamados “jugadores sociales”. Es importante distinguir ambos, ya que las características de personalidad de uno y otro son muy distintas.

En primer lugar, los jugadores sociales generalmente no son problemáticos. Para estos, los juegos de azar son un entretenimiento cautivador, placentero y que en ciertos casos son ocasionales o habituales. Como se puede desprender de lo anterior, no es la cantidad de tiempo el factor principal que determina si se trata de una patología o no. El jugador social a pesar de ser cautivado por el riesgo, está capacitado para dejar de jugar, así como dejar de apostar, cuando lo desea, incluso cuando ha ganado. Por lo tanto, dentro de este grupo se encuentra aquel público que juega por diversión, para entretenerse, relajarse. Para este conjunto, lo principal no es el juego, sino que hay otros aspectos de su vida que le importan más (Palumberi, E.; Mannino, G., 2008).

Por otro lado, los jugadores patológicos o ludópatas son aquellos que juegan de tal forma que dañan el ámbito personal, familiar y social, así como también laboral. Se caracterizan por actuaciones que conllevan un derroche de dinero, en algunos casos hasta llegar a un endeudamiento notable; absentismo escolar o laboral; dificultades en relacionarse; robos; engaños; depresión; así como también el uso complementario de sustancias adictivas, como las drogas. Para los jugadores patológicos el jugar se convierte en una necesidad incontrolable e imprescindible en su día a día, todo ello acompañado de grandes cambios en su personalidad, caracterizada por la agresividad, el aislamiento social, y a una situación de embriaguez parecida a la causada por el consumo de las drogas. El jugador pierde la noción del tiempo, este lo absorbe en su totalidad (Palumberi, E.; Mannino, G., 2008).

Por lo tanto, todo ello desemboca en la ludopatía, una enfermedad que cada vez está más presente en nuestros días y que no se es consciente del gran porcentaje de población afectada ni de los graves problemas que acarrea. El juego patológico tiene un peso de 1% a 3,4% en la población general y además se ha demostrado que predomina en el sexo masculino (Bisso-Andrade, A., 2007).

2.2.1. Ludopatía en hombres versus en mujeres

Como se ha comentado a lo largo del capítulo, el sexo masculino es el sexo dominante y el que más casos de ludopatía registra. Con el objetivo de esclarecer cuál es motivo por el cual la población se comporta así, es necesario mostrar cuáles son las principales diferencias entre ambos sexos.

En primer lugar y en relación a la conducta del juego, cabe destacar que, mientras la conducta de los hombres responde a la persecución de nuevas emociones o sensaciones, las mujeres se caracterizan por un estado de soledad, ansiedad o depresión, y utilizan el juego como evasión de sus problemas personales o para poder enfrentar dichos estados de ánimo (Vázquez Fernández, MJ., 2012).

Asimismo, el perfil medio de la mujer ludópata también difiere del perfil del hombre. Según la Asociación Alavesa de Jugadores en Rehabilitación, la mujer ludópata se caracteriza como hemos señalado anteriormente, por estar afectada por depresiones e, igualmente, por encontrarse en situaciones de soledad e incomunicación. Además, son mujeres de mediana edad (entre 46 y 65 años) y casadas, normalmente con hijos mayores, los cuales ya se encontrarían emancipados. De igual modo, de acuerdo con la revista Adicciones de la sociedad científica Socidrogalcohol, las mujeres con adicción a las máquinas tragaperras y que solicitan ayuda, poseen una menor cualificación profesional e inferior estado de ánimo que los hombres (Vázquez Fernández, MJ., 2012).

Desde otro ángulo, y haciendo alusión al tipo de juego de azar que practican ambos sexos,

se puede concluir aludiendo al bingo como el juego al que la mayoría de las mujeres juegan y, por otro lado, a las máquinas tragaperras como categoría predominante en los hombres.

De igual modo, la edad de comienzo en este ámbito también constituye un punto de desemejanza: las mujeres se inician en el juego y las apuestas a una edad más tardía que los hombres. A pesar de ello, el tiempo que transcurre entre que se empieza a jugar y se convierte en adicción, es relativamente menor en el caso de las mujeres que en los hombres, siendo este entre 10 a 11 años en el colectivo masculino y de 4 años en el femenino. En relación a un estudio realizado en la Facultad de Psicología de la Universidad del País Vasco, y la asociación de ayuda a la ludopatía de Guipúzcoa Ekintza-Dasalud, 2009, las mujeres ludópatas comienzan a jugar a los 34,8 años de media y desarrollan la adicción a los 40 (Asociación alavesa de jugadores en rehabilitación, 2012).

Una vez llegados a este punto, habiendo explicado las diferencias entre hombres y mujeres en el ámbito de la ludopatía, es hora de preguntarse el porqué de esta desigualdad. Haciendo referencia al porcentaje de población adulta afectada por ludopatía (entre el 1 y el 3,4%), la población femenina representa un 30% del total de hombres, pero solo un porcentaje en torno al 10 y 15% como máximo, solicitan tratamiento. Por lo tanto, un alto porcentaje de mujeres que padecen esta enfermedad no buscan ayuda.

La principal razón de todo ello se encuentra en la concepción que tiene la sociedad de la mujer ludópata (Vázquez Fernández, M.J., 2012). A diferencia de los hombres con adicción al juego, a los que la sociedad los contempla como enfermos, las mujeres son tachadas con “viciosas”, mujeres de mala reputación, derrochadoras, despreocupadas y que no cuidan a sus hijos, irresponsables y no como enfermas, personas que ya no pueden controlar su comportamiento y adicción. La sociedad desaprueba su comportamiento, es intolerante y, por lo tanto, quedan tachadas socialmente y en todos los aspectos de su vida. Todo ello hace que les sea más difícil aceptar el problema y buscar ayuda médica, es por ello por el que el porcentaje de asistencia de mujeres ludópatas que buscan ayuda sea tan bajo. De hecho, la mayoría de ellas, a la hora de buscar asistencia terapéutica lo hacen con discreción y de manera secreta, ya que se avergüenzan y sienten verdadero pánico de ser descubiertas por sus familiares o amigos, por lo que no los informan al dar este paso. En el caso del sexo masculino, y a diferencia del femenino, son los propios familiares y no ellos mismos, los que generalmente piden ayuda cuando se ven afectados por la adicción. Para que nos hagamos una idea, cuando la mujer es la adicta al juego, la asistencia para ella misma es del 10%, mientras que, si se trata de apoyar a algún miembro familiar o pareja, su asistencia es del 83%. Además, es importante subrayar, que normalmente la mujer es la encargada de las tareas domésticas en su hogar, por lo que les resulta más fácil que a los hombres ocultar su adicción, lo que hace además que la enfermedad llegue a niveles extremos y que cuando se busque ayuda, la víctima se encuentre en graves condiciones.

2.2.2. Ludopatía y repercusión laboral

Como bien es sabido, el ser humano puede emplear su tiempo en dos alternativas, ambas sustitutivas entre ellas, el ocio o el trabajo. A medida que más tiempo se le dedica al ocio, menor tiempo se le dedica a trabajar y viceversa.

Actualmente en nuestra sociedad, la mayor parte del tiempo se dedica al trabajo, ya que aparte de ser una actividad lucrativa, también se ha convertido en un papel importante de nuestra propia identidad. El ejercicio del trabajo es necesario para poder integrarse en el entorno sociocultural, así como también para ser aceptado como sujeto de pleno derecho por los demás y alcanzar la libertad personal por medio de la independencia económica (Fernández Montalvo, 2000).

Por todo esto, es primordial analizar la relación entre trabajo y salud mental, más concretamente con la ludopatía, con el objetivo de entender cuáles son las repercusiones que tiene esta enfermedad en el entorno laboral. En este sentido, la llamada psicopatología laboral tiene por objeto analizar la influencia que tienen en la actividad laboral los trastornos o alteraciones de la conducta. Siguiendo esta explicación, es lógico y ya sabido, que la ludopatía

va a afectar de forma negativa en el ámbito laboral. Tanto es así, que las repercusiones provocadas por esta patología se equiparan a menudo con las generadas con otras conductas adictivas como puede ser el alcoholismo.

En un estudio realizado por el Colegio Oficial de psicólogos de Madrid (Fernández Montalvo, J; Báez, C; Echeburúa, E., 2000) se llevó a cabo una muestra de 121 sujetos, todos ellos diagnosticados como jugadores patológicos de máquinas tragaperras y con edades comprendidas entre 15 y 65 años. En cuanto al perfil del jugador se obtuvo la siguiente información: el 85% eran varones, con un nivel socioeconómico medio o bajo y con baja cualificación laboral. En cuanto a la situación laboral de los sujetos, llama la atención que el 82% de estos se encuentran en activo, por lo que solo un 19% permanece en desempleo (23 sujetos). No obstante, esta tasa es un poco más elevada que la referente a la población normal (11%). Ahora bien, lo que más sorprende de este estudio es que, de ese 19% de desempleados, el 65% se encuentran en situación de desempleo como consecuencia de la adicción al juego. De ello se desprende, que la implicación en el juego pone en peligro la situación laboral y que, combinado con las numerosas deudas contraídas, la situación del individuo se agrava. En efecto, el porcentaje de sujetos que presenta alguna consecuencia laboral desfavorable por su adicción al juego, es del 72,3% (88 sujetos).

Entre las repercusiones laborales que produce la dependencia al juego recogidas en el estudio mencionado en el párrafo anterior, hay que señalar las siguientes por orden de importancia: absentismo laboral, problemas de concentración y disminución del rendimiento, robos o estafas, conflictos con los compañeros, despido o no renovación del contrato, dificultades para encontrar nuevo empleo, cambios de puesto de trabajo por problemas derivados del juego y, por último y con menor relevancia, accidentabilidad laboral.

Figura 2.4. Repercusiones laborales negativas en los jugadores que buscaron tratamiento en el Centro de Salud Mental de Rentería y en la Asociación de Ayuda a Ludópatas Ekintza-Dasalud (Guipúzcoa) de una muestra de 121 sujetos, 1993-1997

REPERCUSIÓN LABORAL	N	(%)
Absentismo laboral	57	(47,1%)
Problemas de concentración y disminución del rendimiento	48	(39,6%)
Robos o estafas en el trabajo	34	(28%)
Conflictos con los compañeros de trabajo	28	(23,1%)
Despidos, amenazas de despido y no renovación del contrato	26	(21,5%)
Dificultades para encontrar un nuevo empleo	20	(16,5%)
Cambios de puesto por problemas derivados del juego	4	(3,3%)
Accidentabilidad laboral	1	(0,8%)

Fuente: Clínica y Salud, vol.11 nº.1 (2000, pp. 5-14)

De acuerdo con la Figura 2.4., y con la primera repercusión negativa, el absentismo laboral, casi la mitad de los jugadores ha faltado en algún momento a su trabajo como consecuencia de su adicción al juego, por lo que se trata de la principal repercusión en este sector. El absentismo laboral abarca desde ausencias justificadas, retrasos o impuntualidad, hasta bajas laborales en los casos más graves. Esto es debido a que el jugador ludópata se halla inmerso en el juego, por lo que pierde la noción del tiempo y es incapaz de abandonar la partida para asistir al trabajo (Fernández Montalvo, J; Báez, C; Echeburúa, E., 2000).

La segunda repercusión más importante es la disminución de la concentración, así como del rendimiento, que suponen un 39,6% de la muestra. La principal causa es que los individuos son invadidos constantemente por pensamientos acerca del juego y de cómo obtener dinero para jugar y poder saldar las deudas ocasionadas por este. Asimismo, cuando la concentración disminuye, el riesgo de accidentabilidad laboral en algunos casos incrementa.

La comisión de hurtos o estafas, tanto a compañeros de trabajo como a la propia empresa,

es otro de los efectos negativos más comunes. A menudo, los jugadores consideran que el dinero robado se trata de un préstamo. Este efecto a su vez repercute en otras dos repercusiones negativas, puesto que los hurtos pueden conllevar al despido o al inicio de relaciones complicadas entre los compañeros.

Atendiendo a las malas relaciones con los compañeros, el 23,1% de los sujetos se incluyen en esta categoría. Este deterioro en las relaciones puede deberse a la mayor irritabilidad y a la menor paciencia con las frustraciones, así como también a los hurtos o estafas señaladas anteriormente.

Por otro lado, el 21,5% de los sujetos se encuentran dentro de la condición de “despido, amenaza de despido y no renovación del contrato”. Los motivos principales de despidos son los hurtos, el bajo rendimiento, así como también el absentismo laboral injustificado. Independientemente de todo esto, esta repercusión puede agravar aún más la condición patológica del jugador y causar un mayor nivel de adicción por el simple motivo de que si el sujeto pierde su puesto de trabajo, y consiguientemente, su fuente de ingresos puede aumentar su motivación para la búsqueda de ingresos en el juego. Otro aspecto que se debe destacar es el referente al “despido procedente”. Jurídicamente, este concepto hace referencia a la extinción unilateral por parte del empleador de la relación laboral ante incumplimientos graves y culpables al trabajador de sus obligaciones (artículo 45 del Estatuto de los Trabajadores). Por lo tanto, se puede deducir que, en el ámbito del derecho laboral, la ludopatía no se considera una circunstancia eximente o atenuante del cumplimiento del contrato ni consecuentemente, de responsabilidad penal.

2.3. VULNERABILIDAD DE LA POBLACIÓN JUVENIL

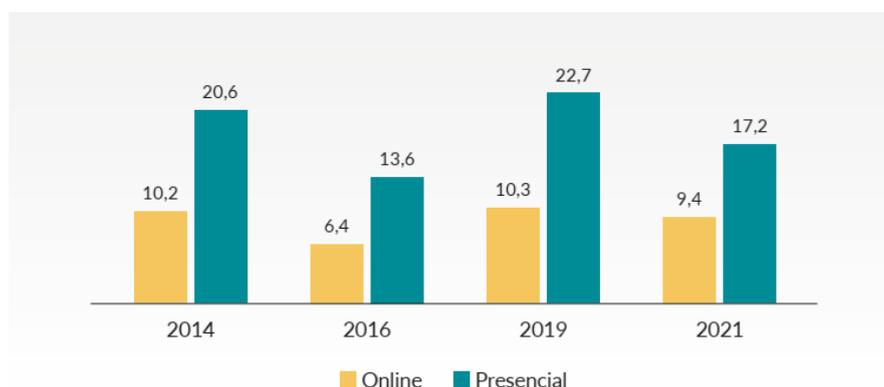
Como es sabido, las nuevas generaciones de jóvenes están altamente influenciadas por las nuevas tecnologías, como el uso de internet, redes sociales, videojuegos, teléfonos móviles, etc. Para ellos, los juegos online constituyen una parte importante de su ocio y forman parte de su día a día. Esto sin duda constituye un factor de riesgo para el desarrollo de la ludopatía en este grupo, ya que el uso incorrecto de las tecnologías puede ocasionar numerosas consecuencias negativas.

Los adolescentes cada vez se inician antes en los juegos de azar online, situándose la edad media de inicio entre los 10 y los 13 años. A pesar de que la mayoría de los jóvenes que juegan, lo hacen de forma ocasional y no experimentan problema alguno, un porcentaje comprendido entre el 2 y el 8% de los adolescentes sufre problemas con el juego y una proporción entre el 10 y el 15% está en riesgo de desarrollarlos. Además, el juego patológico iniciado en la adolescencia está ligado al incremento complementario de trastornos por uso de sustancias en la vida adulta.

En este contexto y de acuerdo con Hernanz Ruiz (Hernández Cruz, ME.; Bujardón Mendoza, A., 2020) los adolescentes configuran el grupo más vulnerable debido a su inmadurez (asumen mayor riesgo, mayores apuestas, mayor frecuencia jugando) y a los conocimientos informáticos. No obstante, dentro de estos hay grupos que son más propensos que otros a la adicción, como pueden ser aquellos que tienen una personalidad vulnerable, estructura familiar frágil, ausencia de relaciones sociales, presión social, estrés, etc.

Como se puede comprobar en la Figura 2.5., el porcentaje de jóvenes que juega apostando dinero de forma online ha ido aumentando a lo largo de los años. Asimismo, el año en el que se ha conseguido el mayor pico ha sido en 2019, con un porcentaje del 22,7%. Por otro lado, en la figura, concretamente en el año 2021, también se puede apreciar el efecto de la pandemia, que hizo que las cifras se vieran reducidas en relación con 2019 debido sobre todo a las restricciones realizadas para el control de la epidemia.

Figura 2.5. Prevalencia del juego con dinero online o presencial en la población de 14 a 18 años en España, 2014-2021 (%)



Fuente: Encuesta sobre Uso de Drogas en Enseñanzas Secundarias en España (ESTUDES), Ministerio de Sanidad, C. y B.S., 2021.

Entre los motivos que llevan a los jóvenes a consumir este servicio, así como también a generar una adicción y desembocar en la ludopatía, ejerce un papel primordial la publicidad. Las distintas variedades publicitarias que son usadas para promocionar estos servicios impactan en mayor medida en el público más vulnerable, en este caso, los jóvenes. Esto se debe a que los anuncios provocan una percepción alejada de la realidad del juego, mostrándolo como inofensivo y a su vez, prometiendo grandes recompensas a nivel económico y sin avisar de las consecuencias negativas que afectan a la salud física y mental (Díaz Níguez, M.; Pardo Sanmartín, L., 2021). Las empresas que ofertan los juegos de azar, de hecho, se aprovechan de esta vulnerabilidad y utilizan estímulos para captar su atención e influir en su comportamiento, como puede ser la utilización de personajes célebres o famosos reconocidos mayormente en el mundo deportivo. Todo ello, para que asocien el juego del azar con la vida exitosa, lujosa y, por tanto, se inicien en el mundo de las apuestas o refuercen su condición de jugador.

Por otro lado, constituye también un factor importante, la facilidad que tienen los jóvenes de acceder al juego online, ya que disponen, como se ha señalado, de acceso a Internet, redes sociales y medios de comunicación. Pero no solo por eso y es que, en contexto con el papel de la empresa, muchas de sus páginas webs no utilizan ningún tipo de control para verificar la mayoría de edad. Por lo tanto, a pesar de que dichas compañías son conscientes de los graves problemas que pueden ocasionar a los adolescentes, se valen de los espacios publicitarios para atraer a este público: una vez más priorizan los beneficios económicos a tenor del perjuicio que provocan en la sociedad.

Otro papel importante, lo constituyen los padres. Si los jóvenes, desde que son pequeños, ven día a día como sus padres juegan con amigos o con ellos mismos, o también compran lotería, los hijos normalizarán el consumo de este servicio y contarán con la aprobación de sus progenitores (García Ruiz, Pablo; Buil, Pilar; Solé Moratilla, MJ., 2015).

Igualmente, también se puede recurrir al juego como medio de escapismo, es decir, para alejarse de la realidad, disminuir la ansiedad, el estrés. Como se puede desprender de esto, el primer motivo no es el beneficio económico, sino la adrenalina que le produce en consumo de estos servicios.

Debe destacarse también la importancia de los videojuegos y de los teléfonos móviles. Los adolescentes nacen y crecen en torno a ellos. A menudo, los videojuegos tienen un contenido violento, lo que influye en el nivel emocional de los jóvenes, aumentando su agresividad y provocando problemas de salud. De igual modo, los teléfonos móviles hacen en cierto modo que este grupo sea más independiente y que su uso no sea el adecuado, resultándoles algunos juegos muy tentadores (Ministerio de Sanidad, C. y B.S., 2021).

Todo ello conlleva a que este público desarrolle varios problemas, como pueden ser los

siguientes: repercusiones en la salud mental, manifestándose en forma de depresión, ansiedad, mayor nivel de excitabilidad, impulsividad, insomnio, pérdidas de apetito, baja autoestima, etc; reducción del rendimiento escolar, así como también absentismo en este ámbito; desarrollo de comportamientos delictivos; etc. Por otro lado, es trascendental saber, que como se trata de un público vulnerable y en el que la edad de inicio es muy temprana, esto genera mayores problemas que en la población adulta ya que las consecuencias negativas afectan en mayor medida a los jóvenes que a los adultos, provocando mayores trastornos y de mayúscula envergadura.

CAPÍTULO 3

IMPACTO EN LA ECONOMÍA

Como se ha explicado en el capítulo anterior, es cierto que los juegos de azar y su consumo excesivo se han caracterizado por su mala reputación, práctica deshonestas, su posible carácter adictivo, las graves consecuencias que acarrea este y, por tanto, cuentan con la desaprobación social.

No obstante, este pensamiento ha ido evolucionando y experimentando un cambio debido al desarrollo económico, social y legislativo de este sector. Hoy en día, el juego se ha convertido en una actividad más de ocio y entretenimiento, pasando a ser una actividad económica legítimamente recreativa para quienes los promueven. Las grandes cantidades de dinero que fluctúan en el mercado de los juegos de azar, así como también las grandes perspectivas de futuro del sector, lo han convertido en una parte a tener en cuenta en la economía del país, sobre todo, en conexión con el alto nivel de recaudación de impuestos que puede tener para las arcas públicas.

3.1. GASTO MEDIO DEL JUGADOR

3.1.1. Juego online

Es interesante conocer cuál es el gasto medio del jugador ya que, a pesar de tratarse de un desembolso para el consumidor, al mismo tiempo, configura un ingreso o beneficio para el Estado y, por consiguiente, para la Economía.

Para ello, resulta imprescindible definir el concepto de gasto. Según la Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ), este se calcula a través de los flujos monetarios que el jugador realiza en la cuenta de juego y será el resultado de la diferencia entre la cuantía de los depósitos realizados en el período que se estudia, menos las retiradas, más la variación del saldo. Cabe mencionar, que el gasto medio de esta fuente, se extrae a partir del conjunto de jugadores activos que juegan online, no de la población adulta general, es decir, no se tiene en cuenta el juego presencial ni tampoco aquellos jugadores que no han realizado al menos una participación en el juego en el período estudiado (jugadores inactivos). Además, el estudio se basará sobre todo en el año 2020, o en aquellos años donde la información sea más reciente para así conocer cuál es la situación actual.

Analíticamente, puede expresarse de la siguiente forma:

$$\text{Gasto} = S_i + D - R - S_f$$

Siendo los elementos de esta expresión los siguientes:

S_i = saldo inicial de la cuenta de juego (1 de enero del año analizado, 00.00 horas).

D = Depósitos totales realizados por el jugador.

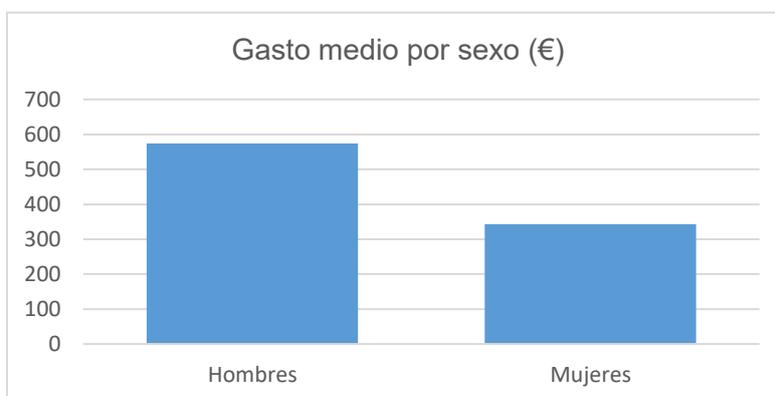
R = Retiradas totales realizadas por el jugador.

S_f = Saldo final de la cuenta de juego (31 de diciembre del año analizado, 23.59 horas).

A partir de ello, y en consonancia con el informe del análisis del perfil medio del jugador online realizado por la Dirección General de Ordenación del Juego, se procede a agrupar los datos bajo dos categorías: en primer lugar, por razón de sexo y, por otro lado, por rango de edad, con el objetivo de descubrir cuál es el sexo y la edad, respectivamente, que más invierte en el mercado del juego online.

Figura 3.1. Gasto medio anual del jugador online por sexo, 2020

Sexo	Gasto medio (€)	Cuota (%)
Hombres	574	88,65
Mujeres	343	11,35
Total	533	100,00



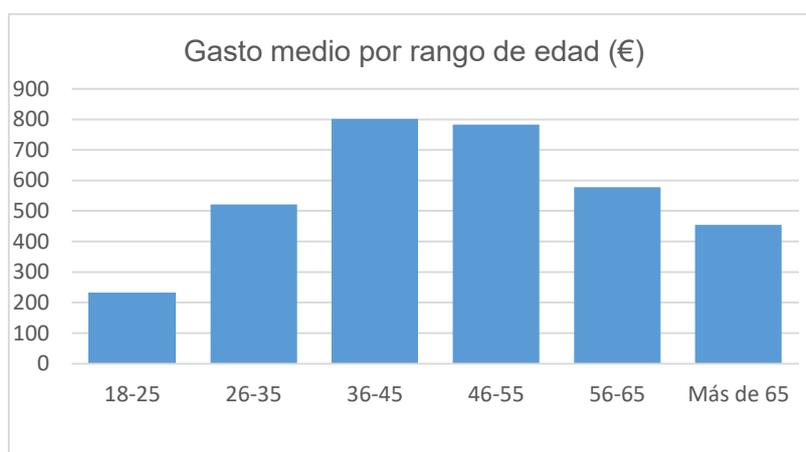
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de DGOJ

Como se puede ver en la Figura 3.1., el gasto medio anual por jugador activo es de 533€, lo que supondría un gasto mensual de 44,46€ o un gasto semanal de 10,26€. Asimismo, los hombres, además de ser el sexo predominante en este sector, como ya se explicó en el Capítulo 2, también son los que más gastan, con un gasto medio anual de 574€, cifra que supera el gasto medio total y que implica una cuota del 88,65 del total de jugadores activos. Por el contrario, el sexo femenino está por debajo de esta cifra, con una cuantía de 343€ y una cuota del 11,35% sobre el total.

Por otra parte, y en referencia al gasto medio anual por tramos de edad, este es más sobresaliente en el conjunto de jugadores activos de una edad comprendida entre 36 y 45 años, pues equivale a 802€ anuales, como se extrae de la Figura 3.2. Sin embargo, el colectivo de edades comprendidas entre 46 y 55, se queda por debajo de este con una diferencia mínima, más concretamente de 19€, ya que el gasto medio anual es de 783€. El rango de edad más insignificante, esto es, que menos gasta en proporción a los demás, es el referente al tramo de 18 a 25 años, pues su gasto medio es de 233€ al año. Llama la atención, que en el Capítulo 2, los grupos de edad que más jugadores activos comprendían eran los correspondientes al rango entre 26 y 35 y, en segundo lugar, al de 18 y 25. Por lo tanto, a pesar de que estos presenten las mayores cifras en cuanto a jugadores activos, no lo hacen así, con el gasto medio anual. Esto último puede deberse, a que es una población muy joven y con poca experiencia laboral, que o bien no se encuentra trabajando o, sus ingresos son muy escasos o mínimos, por lo que no pueden gastar tanto en este servicio.

Figura 3.2. Gasto medio anual del jugador online por rango de edad, 2020

Rango de edad	Gasto medio (€)
18-25	233
26-35	521
36-45	802
46-55	783
56-65	578
Más de 65	455
Total	533



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de DGOJ

Sin embargo, a pesar de que el informe realizado por la DGOJ sea muy detallado, no tiene en cuenta a la población menor de edad, la cual también resulta de gran interés para nuestro estudio. Para analizar a este sector, se ha procedido a recopilar los datos de la Encuesta sobre Uso de Drogas en Enseñanzas Secundarias en España (ESTUDES), ejecutada por el Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar social, más concretamente por el Observatorio Español de las Drogas y las Adicciones (OEDA) en 2021. Esta investigación se llevó a cabo a nivel nacional, siendo la población estudiada, los alumnos de 14 a 18 años que cursan Enseñanzas Secundarias en España, más concretamente, 3º y 4º de ESO, 1º y 2º de Bachillerato y Ciclos Formativos de Grado Medio de Formación Profesional. En total, se recoge una muestra válida final de 22.321 alumnos, procedentes de 531 centros educativos y 1.324 aulas.

Figura 3.3. Cantidad máxima de dinero gastada en juego online en un solo día entre estudiantes de 14 a 18 años por razón de sexo (%), 2021.

	Hombres	Mujeres	Total
Nunca ha jugado dinero	89,1	98,1	93,7
Menos de 6€	4,6	1,0	2,8
6-30€	3,7	0,6	2,1
31-60€	1,4	0,2	0,8
61-300€	0,7	0,0	0,4
Más de 300€	0,4	0,1	0,2

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Encuesta sobre Uso de Drogas en Enseñanzas Secundarias en España (ESTUDES), Ministerio de Sanidad, C. y B.S., 2021

Atendiendo a la Figura 3.3. comprobamos que, al igual que pasaba con la población adulta, el sexo masculino presenta un mayor porcentaje en todos los rangos de cantidades de dinero gastadas diariamente, que el femenino. Asimismo, la mayoría de los estudiantes de entre 14 y 18 años, nunca ha jugado de manera online con dinero (93,7% sobre el total de alumnos). No obstante, y a pesar de tratarse de porcentajes bajos, resulta sorprendente que dicha población, aun siendo menor de edad y, por tanto, ilegal, apueste y juegue con dinero. Como se puede ver, de los que juegan con dinero, la cantidad máxima gastada dominante es la menor a 6 euros, con un porcentaje del 4,6% en los hombres y del 1,0% en las mujeres.

De igual manera, llama la atención el porcentaje referente a aquellos que gastan diariamente más de 300€ (0,2% del total de alumnos). Si se compara con el resto de porcentajes, ya sea de la población de 14 a 18 años, como de la adulta, es cierto que se trata de una proporción muy baja. Sin embargo, esta cifra configura un gran problema si se analiza con detalle. En primer lugar, se debe tener en cuenta de que se trata de un gasto diario, por lo que la cuantía de dinero es bastante elevada: para que nos hagamos una idea, este gasto supondría un total de más de 9.000€ al mes, ya no se trataría de una cifra insignificante. Y, por otro lado, hay que considerar que se trata de estudiantes, por lo que o bien no trabajan y, por lo tanto, no tienen ingresos o bien, trabajan, pero con ingresos medios o bajos, como se ha matizado anteriormente. Por esta razón, a largo plazo puede convertirse en un problema bastante preocupante, tanto a nivel económico como psicológico.

3.1.2. Juego presencial

A tenor de que el informe del análisis del perfil medio del jugador, realizado por la DGOJ, solo se limite al jugador online, para el estudio del juego presencial nos hemos basado en la Encuesta sobre Alcohol y Drogas (EDADES), llevada a cabo una vez más por el Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar social en 2018 y 2020. Esta encuesta se llevó a cabo en todo el territorio nacional, más concretamente a la población residente en España de 15 a 64 años, ambos inclusive. Para ello se entrevistó a la población urbana y rural residente en hogares familiares, de las CCAA y las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla. Asimismo, para 2018 se recolectó un total de 21.249 cuestionarios válidos y, en 2020, 17.899.

Figura 3.4. Cantidad máxima de dinero gastada en juego presencial en un solo día en la población de 15 a 64 años por razón de sexo (%), 2018-2020

	2018			2020		
	T	H	M	T	H	M
Nunca o no ha jugado en últimos 12 meses	40,7	37,8	43,6	32,7	29,8	35,6
Menos de 6 euros	19,2	19,0	19,4	22,7	22,5	23,0
Entre 6 y 30 euros	27,1	27,5	26,7	30,7	31,7	29,7
Entre 31 y 60 euros	7,7	9,0	6,5	8,1	9,0	7,3
Entre 61 y 300 euros	4,4	5,3	3,4	4,9	6,0	3,9
Más de 300 euros	0,9	1,5	0,4	0,8	1,1	0,5

Fuente: Encuesta sobre Alcohol y Drogas en España (EDADES), Ministerio de Sanidad, C. y B.S., 2021

Considerando la Figura 3.4., se han seleccionado los años 2018 y 2020 para poder corroborar si la pandemia de Covid-19 ha tenido algún impacto en estas cifras. Con el estado de alarma, a mediados de 2020, como ya se ha hecho referencia en anteriores ocasiones, los establecimientos tuvieron que cerrar sus puertas, por lo que esto, sin duda, constituye un factor a tener en cuenta a la hora de analizar los datos del juego presencial. De hecho, si nos fijamos en los datos de la tabla, se puede apreciar este efecto, pues, los porcentajes referidos a la población que gasta x cantidad de dinero en el período de 2020 son más bajos que los del año 2018, período anterior a la pandemia.

Al igual que pasaba con el juego online, en el juego presencial encontramos una vez más que, en la mayoría de los casos, el sexo masculino suele gastar más que el femenino. Sin embargo, esta diferencia no es tan abismal como en los casos anteriores, ya que en algunas

ocasiones incluso el sexo femenino supera al masculino, como se puede ver en las cantidades gastadas menores de 6€, donde el porcentaje de mujeres sobrepasa el de los hombres, en un 0,4% en 2018 y un 0,5% en 2020.

Por otro lado, estos datos verifican nuevamente, que el juego presencial es más consumido que el juego online, ya que las cifras de la población que nunca ha jugado son mayores en el juego online que en el juego presencial, como podemos ver tanto en la Figura 3.3. como en la Figura 3.4. Además, los porcentajes de la población que sí ha jugado con cantidades de dinero es mayor en el juego presencial que en el juego online.

3.2. INGRESOS PARA EL ESTADO Y EL SECTOR PRIVADO

El carácter lucrativo del juego y consiguientemente, la pérdida o ganancia de dinero, hacen que este pase de ser una actividad de mero ocio o entretenimiento a un intercambio patrimonial en el que se ve afectado o perjudicado el patrimonio de una tercera persona. Son estas circunstancias precisamente, sumadas al impacto económico de este sector, las que provocan el interés de los poderes públicos, llegándose a convertir en una gran fuente de ingresos para el Estado, así como también para el sector privado.

Con el objetivo de analizar ese impacto económico, se procede a segmentar el mercado del juego, además de en las categorías de presencial y online, en las categorías de público y privado (Figura 3.5). Este último paso es primordial ya que tanto los ingresos, como los impuestos, así como el régimen jurídico aplicados a este sector van a variar dependiendo de si la gestión y la dependencia administrativa es encomendada al sector público o al sector privado.

Los juegos de ámbito público o semipúblico también son llamados juegos de ilusión y están gestionados por la Sociedad Estatal de Loterías y Apuestas (SELAE), la Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE), la Entidad Autónoma de Juegos y Apuestas de Cataluña (EAJA) y los sorteos de la Cruz Roja. Forman parte de la SELAE las siguientes modalidades de juegos: lotería de Navidad, El Niño, lotería semanal, loterías primitivas y apuestas mutuas. Por otro lado, dentro de la ONCE se encuentran las siguientes modalidades: cupones, loterías instantáneas y juegos activos (Memoria de actividad, DGOJ, 2020).

En segundo lugar, los juegos gestionados por el sector privado son denominados juegos de entretenimiento. Dentro de estos, en la modalidad presencial, encontramos los casinos, bingos, salones de juego, apuestas presenciales, máquinas en hostelería y apuestas internas en hipódromos. En cuanto a la modalidad online, forman parte de esta, apuestas, póquer, juegos de casino, máquinas de azar o slots y bingo. Es importante recalcar que, aunque la gestión sea privada, estos juegos dependen administrativamente, es decir, están regulados, por el Estado o por las Comunidades Autónomas. En referencia a esto último, los juegos de entretenimiento presencial están regulados por la CCAA competente, es decir, la potestad es de la unidad administrativa autonómica correspondiente. En lo que se refiere a los juegos de entretenimiento online, los anteriormente mencionados, están regulados por el Estado, más concretamente por la Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ). No obstante, dentro de la modalidad online también existe una minoría que es regulada autonómicamente. Obviamente, los juegos de ámbito público o semipúblico están regulados por el Estado y, por consiguiente, por la DGOJ, con la excepción de la ONCE cuyo regulador competente es el Consejo del Protectorado (Memoria de Actividad, 2020; Anuario del Juego en España, 2021).

Figura 3.5. Esquema aclaratorio de las distintas modalidades del juego, gestión y regulación

ÁMBITO	GESTIÓN	MODALIDADES	REGULADOR
Juego Público o Juegos de ilusión (Presencial)	SELAE	<ul style="list-style-type: none"> - Lotería de Navidad - Lotería El Niño - Lotería semanal - Lotería Primitivas - Apuestas mutuas 	Estado (DGOJ)
	ONCE	<ul style="list-style-type: none"> - Cupones - Loterías instantáneas - Juegos activos 	Estado (Consejo del Protectorado)
	EAJA	Loterías de Cataluña	
	Sorteos de la Cruz Roja		Estado (DGOJ)
Juego Privado o Juegos de entretenimiento	Sector privado (Presencial)	<ul style="list-style-type: none"> - Casinos - Bingos - Salones de juego - Apuestas presenciales - Máquinas en hostelería - Apuestas internas en hipódromos 	CCAA correspondiente
	Sector privado (Online)	<ul style="list-style-type: none"> - Apuestas - Póquer - Juegos de Casino - Máquinas de azar/slots - Bingo 	Estado (DGOJ)
		Otros	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Anuario del Juego en España, 2021

3.2.1 Juego real, Gross Gaming Revenue o margen del operador

Una vez hecha la distinción anterior, se procede a definir los conceptos de las variables usadas para calcular los ingresos que obtiene el Estado o las empresas particulares en este sector.

La variable principal utilizada para los cálculos es el *Gross Gaming Revenue* (GGR), también denominado juego real o margen del operador. Para entenderlo, es necesario definir previamente el concepto de *cantidades jugadas*. Este último hace referencia a las cantidades destinadas a la participación en el juego por los jugadores, es decir, las cantidades apostadas o depositadas por los clientes para jugar. Ahora bien, el GGR es la diferencia entre las cantidades jugadas y los premios y bonos otorgados. Por lo tanto, consiste en los ingresos del operador u organizador del juego, esto es, el *margen de los operadores*. No debemos confundirlo con los beneficios empresariales, ya que este margen es utilizado para pagar diferentes gastos, como los salarios, impuestos, cotizaciones, mantenimiento, etc. Si a este margen le restamos los gastos, la diferencia sería igual a beneficios o pérdidas. Por otro lado,

si lo miramos desde el punto de vista del cliente o jugador, este concepto es sinónimo de su gasto real, la cantidad realmente gastada por este, de ahí que también reciba el nombre de *juego real*. Sin duda, se trata de la variable que mejor refleja la actividad económica y, por consiguiente, el gasto real agregado de los consumidores (Informe anual de datos del Mercado Español del Juego, DGOJ, 2020; Anuario del Juego en España, 2021).

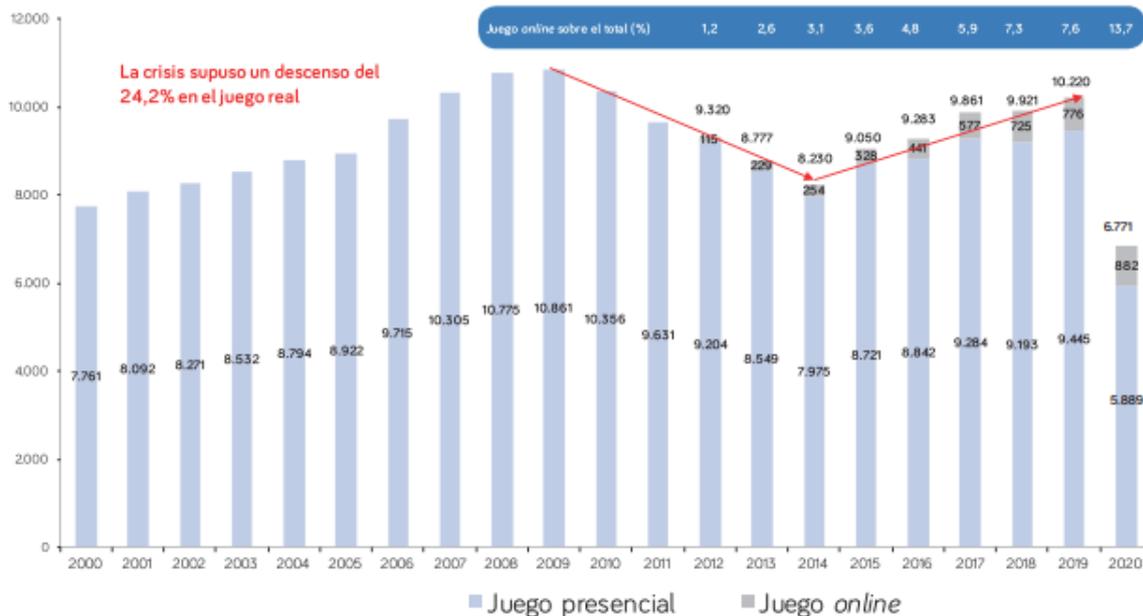
Figura 3.6. Total del juego real, GGR o margen de los operadores en España (millones de €), 2016 a 2020. Presencial y online

	2016	2017	2018	2019	2020	19/20
Total juego real (presencial y online)	9.283	9.861	9.921	10.220	6.771	-33,7
Juego presencial	8.842	9.284	9.193	9.447	5.889	-37,6
- Loterías	4.176	4.285	4.322	4.624	3.385	-26,8
- SELAE	3.178	3.240	3.223	3.527	2.673	-24,2
- Lotería Nacional	1.393	1.477	1.461	1.717	1.237	-28,0
- Loterías primitivas	1.673	1.662	1.668	1.715	1.368	-20,2
- Apuestas mutuas deportivas	112	100	94	95	68	-28,8
- ONCE	937	980	1.033	1.062	684	-35,6
- Cupones	714	726	716	713	417	-41,4
- Loterías instantáneas	155	177	217	242	183	-24,1
- Juegos activos	69	77	100	108	83	-22,7
- EAJA	32	32	33	35	28	-21,4
- Sorteo de la Cruz Roja	28	33	33			
- Juegos de entretenimiento	4.666	4.999	4.875	4.820	2.504	-48,0
- Casinos	345	357	358	373	150	-59,7
- Juegos de mesa	195	199	192	199	73	-63,4
- Máquinas "C"	150	158	166	174	77	-55,5
- Salas de bingo	634	658	701	677	333	-50,3
- Juego del bingo	546	568	608	587	282	-51,2
- Máquinas "B"	88	91	93	90	51	-44,0
- Salones	643	745	848	939	508	-45,9
- Apuestas presenciales	278	310	353	357	291	-18,5
- Hostelería	2.765	2.927	2.608	2.472	1.217	-48,0
- Apuestas internas en hipódromos	1	1	1	1	1	-48,9
Juego online	441	577	725	775	882	13,7
- Regulado por el Estado	426	557	699	748	850	13,8
- Apuestas	236	309	365	378	365	-3,6
- Póquer	58	60	82	81	110	35,7
- Otros juegos de casino	65	85	108	117	155	32,7
- Máquinas / Slots	52	86	130	157	196	25,3
- Bingo	9	11	13	12	17	36,8
- Concursos	7	6	1	3	8	191,9
- Regulado por las Comunidades	15	20	26	28	31	13,0

Fuente: Anuario del Juego en España, 2021

En la Figura 3.6, aparece el juego real medido en millones de euros de las empresas del sector durante el período de 2016 a 2020. Para analizar estos datos, se procede a comparar los datos del juego presencial con los del juego online y más tarde a investigar cuáles de las modalidades de juego dentro de estos es la que mayor proporción representa.

Figura 3.7. Comparación del juego real de la modalidad presencial y online, 2000 a 2020

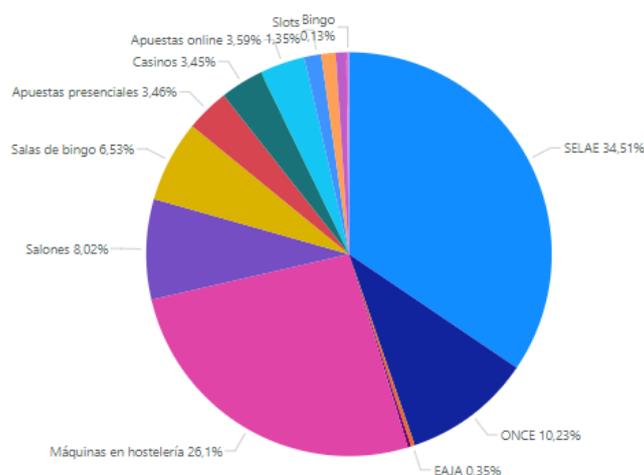


Fuente: Anuario del Juego en España, 2021

En primer lugar, la mayor aportación al juego real la realiza el juego presencial como se puede extraer de la Figura 3.6. y la Figura 3.7. Si calculamos una media de todos los años, en términos relativos supondría un porcentaje del 92,28% (8.531 millones de €) sobre el total del juego real (9.211 millones €), representando tan solo un 7,72% (680 millones €) el juego online sobre el total. No obstante, a lo largo de los años, se puede comprobar cómo este último ha ido adquiriendo importancia, pues sus cifras han ido aumentando (ha pasado de 441 millones de euros en 2016 al doble en 2020, esto es, a 882 millones), como consecuencia del uso de las nuevas tecnologías.

Dentro del juego presencial encontramos la categoría de loterías, que forma parte del ámbito público y, en segundo lugar, los juegos de entretenimiento, gestionados por el sector privado (Figura 3.6.). Para saber cuál ha sido la aportación de cada uno de ellos, así como la de sus componentes, procedemos a calcular una media de todos los años (2016 a 2020) con los datos de la Figura 3.6 y posteriormente lo pasamos a términos relativos, de modo que nos permita compararlos entre ellos (Figura 3.8).

Figura 3.8. Distribución media del juego real por operadores (%) a partir de la Figura 3.6



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Anuario del Juego en España, 2021

La aportación de ambos, loterías y juegos de entretenimiento, en términos porcentuales al

total del juego real presencial es muy similar, situándose en torno al 50% aproximadamente de media, siendo un poco más elevada la referente a los juegos de entretenimiento, pero con solo una diferencia de dos puntos porcentuales.

Para la explicación de la Figura 3.8., se empezará a analizar desde el operador SELAE y a partir de este, los demás, en sentido de las agujas del reloj. El juego público presencial (loterías) comprende desde SELAE hasta EAJA; los juegos de entretenimiento constan desde máquinas en hostelería hasta apuestas presenciales; y, por último, el juego online, desde casinos hasta bingo. De acuerdo con las loterías, son las gestionadas por SELAE las que mayores ingresos reportan, más concretamente aportan una media de 3.170 millones de euros a lo largo de los años, lo que supone un 34,51%. En segundo lugar, se encontrarían las loterías gestionadas por la ONCE con una media de 940 millones de euros (10,23% sobre el total de juego real); y, por último, con menos de un 1%, lo configuran las loterías gestionadas por EAJA y los Sorteos de la Cruz Roja.

Por otro lado, dentro de los juegos de entretenimiento, esto es, el segundo componente del juego presencial, encontramos las siguientes aportaciones: en primer lugar, las máquinas en hostelería que constituyen un 26,1% del juego real total, lo que supone una cifra de aproximadamente 2.400 millones de euros. Se trata básicamente, de la mayor aportación de los juegos de entretenimiento, quedándose las demás muy alejadas de esta cifra: salones con un 8,02%; salas de bingo con un 6,35%; apuestas presenciales y casinos con un 3,45% cada uno, y por último las apuestas internas en hipódromos, casi inexistente (apenas 1 millón de euros).

En lo que se refiere al juego online (680 millones de euros), y con cifras bastante bajas si lo comparamos con el juego presencial, existen dos clasificaciones, en primer lugar, los regulados por el Estado, que básicamente son el 90% y, por otro lado, los regulados por las CCAA y que son inexistentes, de hecho, no se perciben en la Figura 3.8. Dentro de los regulados por el Estado, la contribución más sobresaliente la configuran las apuestas online, ocupando un 4% sobre el total del juego real (330 millones de euros), lo que supone que el 50% de los ingresos de los juegos online proviene de estas. En segundo lugar, se sitúan las máquinas de azar o slots, con un 1,35% (124 millones €). Por último, se encuentra el póquer, bingo y concursos, que apenas superan todos juntos los 100 millones de euros.

En resumen, las tres modalidades que más ingresos aportan dentro del sector del juego de mayor a menor son las loterías gestionadas por el operador SELAE y ONCE; las máquinas en hostelería y, por último, las apuestas online.

3.2.1.1. Efecto de la pandemia de COVID-19 en el juego real

Como se puede extraer de la Figura 3.6. y la Figura 3.7., el sector del juego es muy vulnerable a las crisis económicas y, sobre todo, ha sido muy afectado por la pandemia de Covid-19, que además de ser una crisis sanitaria, también lo ha sido en el terreno económico. Se trata de una de las actividades económicas que más ha sufrido esta crisis: si comparamos cifras con el conjunto de la economía nacional, extraemos que mientras esta disminuyó un 9,8%, el juego lo hizo en un 33,7% (Gómez Yáñez, J.A.; Lalanda Fernández, C., 2021).

Con motivo de esta epidemia, las cantidades jugadas por los jugadores han descendido notablemente y, por consiguiente, el juego real también ha bajado, ya que este se obtenía mediante la diferencia entre las cantidades jugadas y los premios otorgados. Concretamente, la cantidad destinada a jugar ha disminuido un 33, 2% en el juego real y esto ha provocado que el juego real de las empresas haya pasado de 10.220 millones de euros en 2019 a 6.771 millones en 2020, esto es un 66,8% del de 2019. Como es lógico, el gasto de los consumidores ha perjudicado más al juego que a otros sectores de la economía, porque el juego se considera que es un gasto innecesario o prescindible. El gasto real en 2020 supuso tan solo un 0,6% del PIB, mientras que en condiciones normales representa un 0,8% (Gómez Yáñez, J.A.; Lalanda Fernández, C., 2021).

Dadas las medidas sanitarias que se impusieron, como fue el confinamiento y el cierre de

locales en el estado de alarma, la estructura empresarial del juego ha cambiado, provocando que su capacidad productiva disminuyera. Esto además es la principal causa de que el descenso en el juego real se concentrara principalmente en el juego presencial, cuyos ingresos disminuyeron un 37,6 % y dentro de este, en los juegos recreativos o de entretenimiento que bajaron un 48%. Los casinos y salas de bingo han estado cerrados o abiertos con horarios y capacidad limitada durante meses. No hay un gran número de empresas que hayan quebrado, pero sí que ha sido frecuente por parte de estas recurrir a crédito o a herramientas similares para mantener la capacidad de producción (La industria del juego en España, 2021). Es por ello, que el juego de entretenimiento disminuyera en todas sus modalidades alrededor del 50%, excepto las apuestas que solo descendieron un 18,5%. En cambio, los juegos de ilusión, como las loterías o los cupones de la ONCE solo bajaron un 26,8% (Figura 3.6.). Estos últimos se mantienen casi ajenos a los vaivenes económicos ya que, a pesar de sufrirlos en cierta medida, su recuperación es casi autónoma y esto se debe principalmente a la posición que representa en la sociedad y su ulterior aceptación.

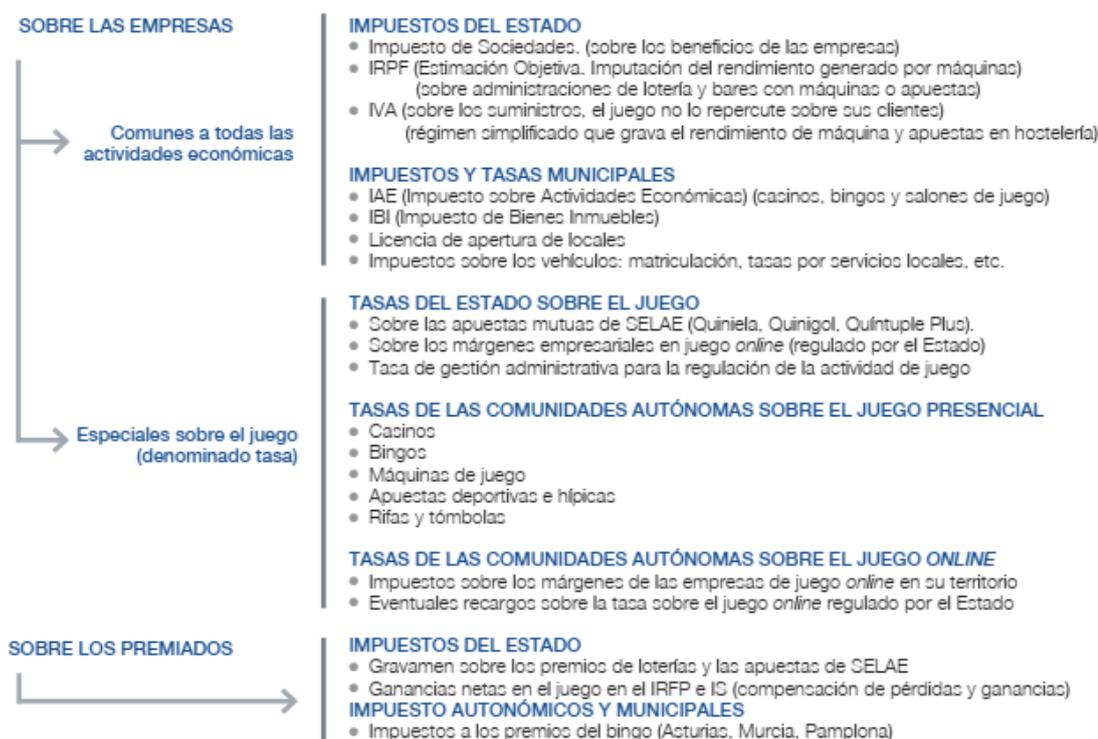
Por otra parte, el juego online ha sido la única modalidad cuyo GGR ha aumentado en este período, más concretamente un 13,7%. Sin embargo, a pesar de este aumento, el descenso en el juego presencial no se vio muy paliado por este efecto ya que, en términos reales, la pérdida en el juego presencial fue de 3.498 millones de euros, mientras que el juego online solo aumentó 107 millones €. Para que nos hagamos una idea de que esto supone, los juegos de ilusión representan el 0,24% del PIB y los de entretenimiento un 0,22%, por lo que el juego presencial en su conjunto supone casi el 0,50% del PIB (Gómez Yáñez, J.A.; Lalanda Fernández, C., 2021). Contando con que la aportación al PIB del sector del juego en su totalidad es del 0,6 en 2020, podemos concluir que los juegos presenciales configuran la piedra angular en el sector del juego y, por tanto, una reducción de estos acarrea un gran impacto y numerosos problemas en el sector en su totalidad.

3.2.2. Impuestos

Como se ha mencionado en el punto anterior, el GGR o juego real era el margen bruto de los operadores, es decir, los ingresos. Esos ingresos tienen varios destinos, entre los que se encuentra el pago de impuestos, generales y especiales, así como también las cotizaciones sociales. En todo caso, España se considera uno de los países de la Unión Europea donde se paga una mayor cantidad de impuestos por la actividad del juego, tanto por parte de los consumidores (jugadores) como por parte de las empresas (Pérez Camarero, S.; Alcalá Revilla, B.; Pérez Cañellas, G.; Yahón, A., 2019). Es por este motivo, por lo que añadimos este apartado dentro de los ingresos ya que, a pesar de ser un enorme gasto para los dos anteriores sujetos señalados, supone un gran ingreso para las arcas públicas, esto es, para el Estado.

El sistema impositivo del juego en España destaca por dos características, que hacen que sea muy complejo su estudio. En primer lugar, su barroquismo, ya que las regulaciones fiscales de este sector progresan en su complejidad, no constituye una unificación fiscal al contrario que otros países de la UE, sino que está en continua innovación, con más de 19 sistemas diferentes en las que se producen variaciones estructurales y oscilaciones de las cuantías de las tarifas incomprensibles. En segundo lugar, el sistema también se caracteriza por su alto volumen de recaudación, es decir, se impone un porcentaje muy elevado de impuestos a las empresas (Gómez Yáñez, J.A.; Lalanda Fernández, C., 2020). Esto último sucede principalmente por un motivo y es que, las empresas del sector del juego, aparte de soportar los impuestos comunes a otras empresas o actividades económicas, también le son aplicables unos impuestos especiales regulados por el Estado, las CCAA y algunos ayuntamientos, que solo afectan al juego (Figura 3.9).

Figura 3. 9. Impuestos sobre el juego en España

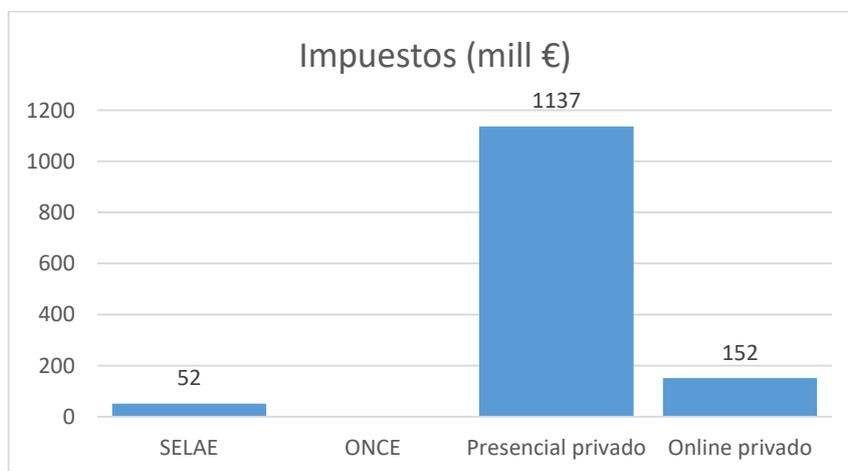


Fuente: Anuario del Juego en España, 2020

Para profundizar en el estudio de los impuestos y en los ingresos que estos reportan al Estado, nos centraremos en el análisis del año 2019 y no en 2020, ya que este último refleja una situación excepcional y las cifras no reflejarían la realidad o la recaudación en situaciones normales.

Los impuestos que recaían sobre los premiados supusieron en este año-un total de 372,6 millones de euros, esto equivale al 1,46% del total de premios (25.439 Mill. €). Por otra parte, en referencia a los impuestos que recaen sobre las empresas, existen varias diferencias en el régimen de recaudación entre el sector público y el sector privado, siendo este último el que mayor peso sostiene, ya que debido a las numerosas exenciones tributarias que existen para el sector público, es el principal recaudador de impuestos del mercado del juego, sobre todo en los impuestos especiales del juego.

Figura 3.10. Impuestos y tasas especiales del juego, 2019

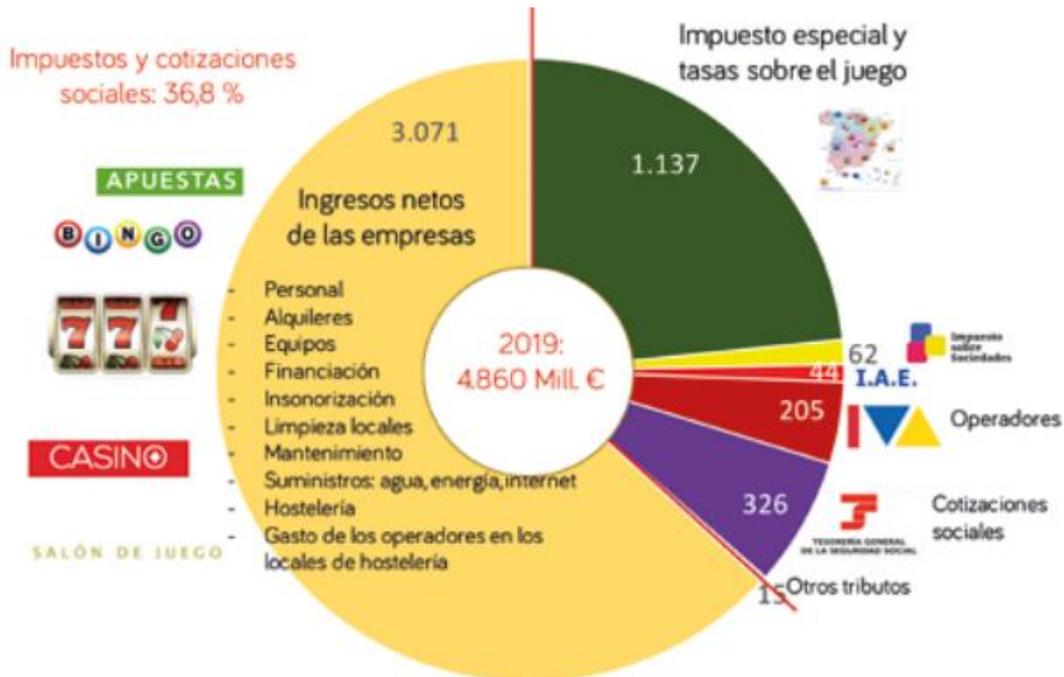


Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Anuario del Juego en España, 2020

En este contexto y haciendo alusión a la Figura 3.10., casi todos estos impuestos recaen sobre los juegos de entretenimiento (presencial privado), más concretamente, si el total de impuestos especiales fue de 1.341 millón de €, un 85% de esta cuantía lo aporta este sector. Solo el 3,4%, esto es, 52 millones de €, lo aporta el sector público, particularmente, el operador SELAE, ya que la ONCE está exenta de pagar este impuesto. Esto último es el principal motivo de que sea el sector privado el mayor contribuyente, y es que, el ámbito público está liberado de numerosas cargas tributarias.

Para que nos hagamos una idea de la carga tan alta que soportan las empresas privadas, y especialmente, el juego presencial, fijémonos en la Figura 3.11.

Figura 3.11. Destino de los ingresos brutos o juego real de las empresas privadas presenciales, 2019 (mill €)

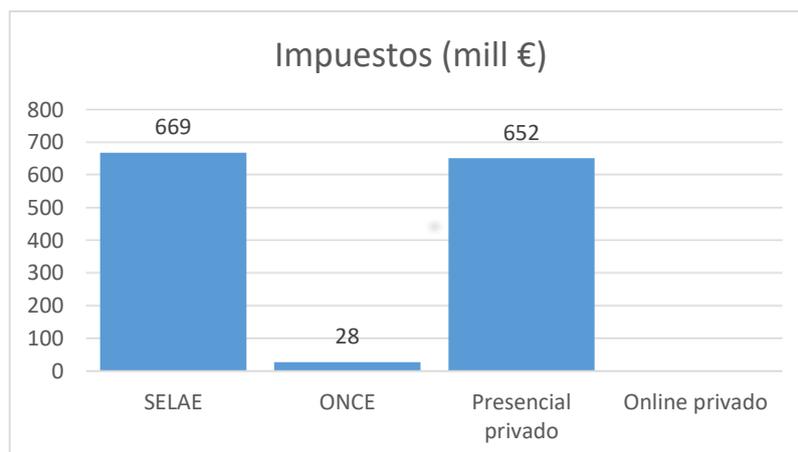


Fuente: Anuario del Juego en España, 2020

En lo que se refiere al juego real total de 2019, este fue de 10.226 millones de euros, de los que 4.860 millones pertenecen al sector privado presencial o juegos de entretenimiento. Partiendo de esta cifra, la totalidad de aproximadamente 1.789 millones de euros, lo que equivale al 36,8% del juego real, son destinados al pago de impuestos y cotizaciones sociales, obteniendo tan “solo” 3.071 millón de € de ingresos netos, destinados a suplir diferentes gastos. De esos 1.789 millones, 1.137 millones (23,4%) son empleados en los impuestos especiales y tasas sobre el juego y los 652 restantes a los impuestos comunes a todas las actividades económicas y cotizaciones sociales (62 Mill. € en Impuesto de Sociedades; 44 Mill. € en IAE; 205 Mill. € en IVA; 326 Mill. € en cotizaciones sociales).

De la Figura 3.12., extraemos que la totalidad de los impuestos comunes y cotizaciones del conjunto del sector del juego fue de 1.349 millones de euros aproximadamente, sin tener en cuenta la cifra del sector online privado, la cual es indeterminada. Al contrario que en los impuestos especiales, en este caso, el ámbito público no está totalmente exento del pago de estos impuestos. Hago hincapié en “totalmente”, porque dentro de los impuestos comunes, hay algunos en los que sí que está exonerado, como lo es el IVA, el cual solo recae en el juego presencial privado, más concretamente, en los operadores de las máquinas B.

Figura 3.12. Impuestos comunes y cotizaciones sociales, 2019 (mill €)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Anuario del Juego en España, 2020

Todos estos impuestos y cotizaciones sociales conllevan transferencias o beneficios a las arcas públicas. La Figura 3.13. nos muestra cuáles son los beneficios que finalmente recibe el Estado o las instituciones sociales. Concretamente, la aportación o beneficio al Estado en 2019 ha sido de 1.777 millones de euros.

Figura 3.13. Recursos generados por el juego y su distribución en impuestos, cotizaciones sociales y aportaciones al Estado, 2019 (mill €)

	SELAE	ONCE	Casinos	Bingos	Salones	Operadores máq. host.(*)	Apuestas	Juego online	Total	Aportaciones emp. priv.
Beneficios. Aportación al Estado	1.777								1.777	0
Impuestos sobre el juego del Estado (Ley 13/11)	45							140	185	140
Tasa por gestión administrativa (Ley 13/11)	7							5	12	5
Impuestos sobre el juego de las Comunidades (*)			77	230	215	561	46	7	1.137	1.137
Impuesto de Sociedades (estimación) (IRPF Aut.)	591		8	12	18	20	4		653	62
Impuesto de Actividades Económicas (estimación)			33	11					44	44
Impuesto sobre el Valor Añadido (op. máq. B)						205			205	205
Otros tributos			2	3	3	6			15	15
Cotizaciones sociales (estimación)	7	28	52	58	66	133	18		361	326
Cotizaciones sociales vendedores	65								65	0
Derechos de autor (SGAE y AGEDI)				1					1	1
Aportaciones a instituciones sociales	28								28	0

Fuente: Anuario del Juego en España, 2020

Cabría preguntarse cuál es el destino de esos beneficios que obtiene el Estado, pues bien, SELAE transfiere esa cuantía de la siguiente forma: en forma de dividendos, se transfieren 1.703 Mill. € a la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI); alrededor de 30 Mill. € son destinados a diferentes entidades sociales y asociaciones como la AECC o Cruz Roja; 20,5 Mill. € a la Liga de Fútbol Profesional; 1,5 Mill. € a la Real Federación Española de Fútbol; y, por último, los 22,5 Mill. € restantes a las diputaciones provinciales (Gómez Yáñez, J.A.; Lalandá Fernández, C., 2020).

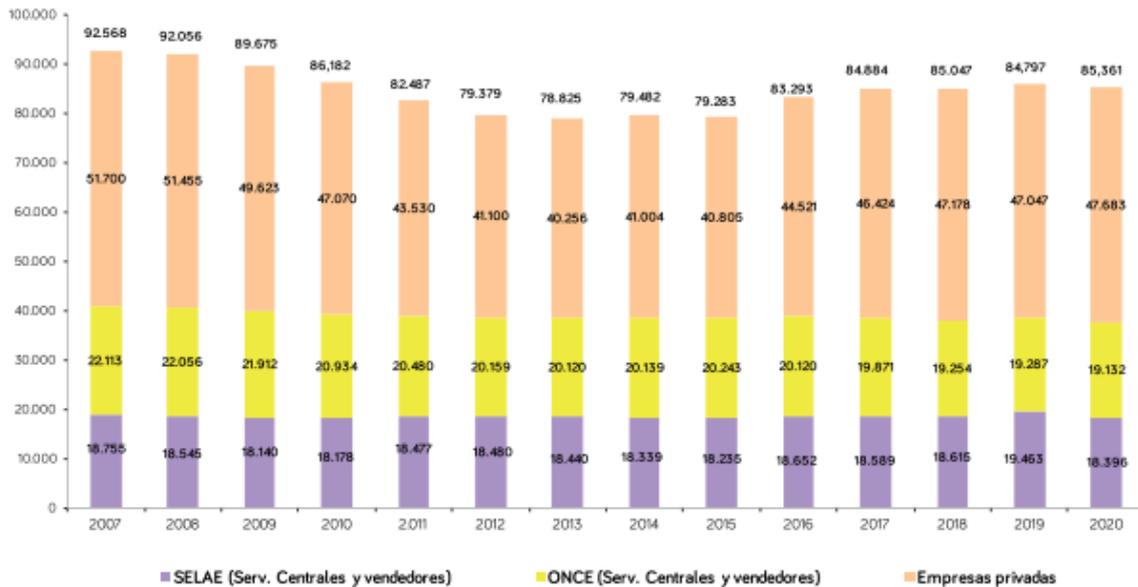
3.3. EMPLEO

Otra de las variables económicas a la que afecta el sector del juego es la relacionada con el empleo, ya que este campo reporta unas cifras extraordinarias de empleabilidad a la economía del país. Estos beneficios económicos contribuyen aún más a que el Estado se interese por el juego e intervenga.

De la Figura 3.14., se desprende que el sector del juego contribuye con una media de 85.000 puestos de trabajo en la economía española. En el año 2020, se crearon precisamente 85.361 trabajos en total, de los cuales la mayoría, esto es, el 55,86% (47.683 empleos) han ocurrido en el sector privado. El sector privado por su parte, mantuvo este año 37.528

empleos, de los cuales, 19.132 estuvieron a cargo de la ONCE y los 18.396 puestos restantes, a cargo de SELAE.

Figura 3.14. Empleos directos en el sector del juego

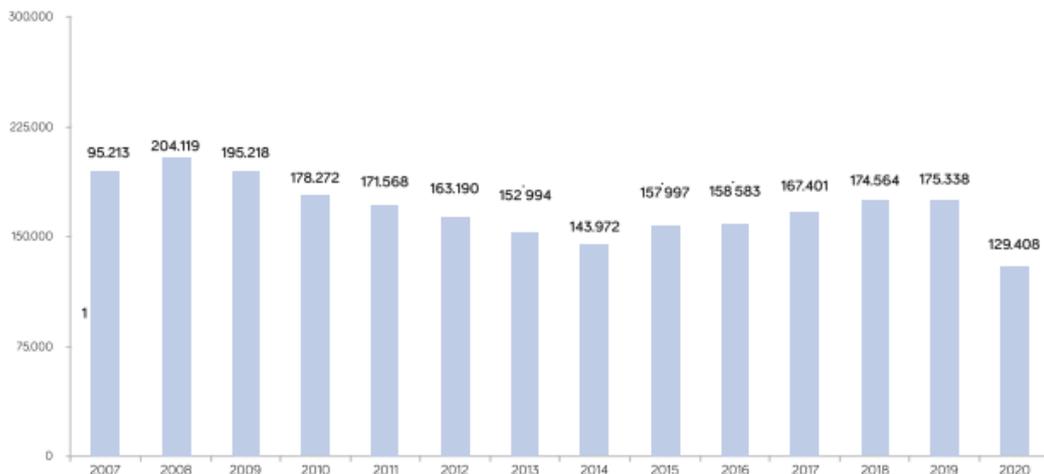


Fuente: Anuario del Juego en España, 2021

Sin duda alguna, esta variable también se vio amenazada en 2020 por la pandemia de covid-19, ya que durante el confinamiento y por causa del cese de actividad económica en el sector presencial, el 50% de las plantillas de las empresas privadas estuvieron en ERTE, estas se basaron prácticamente en los puestos de mantenimiento administrativo y mecánico de las instalaciones y operaciones y, sobre todo, en los casinos, bingos y salones de juego (Gómez Yáñez, J.A.; Lalanda Fernández, C., 2021). Los juegos de entretenimiento aportan una media de 50.000 puestos de trabajo, pero, sin embargo, en 2020 este tan solo aportó 38.164 empleos en la categoría de máquinas recreativas en hostelería, lo que supone un 23,7% menos.

No obstante, la incorporación de salas de ocio y entretenimiento del juego también fomentan la creación de negocios complementarios o empleos indirectos, como pueden ser desde fabricantes del equipo y maquinaria, hasta hoteles, restaurantes, centros comerciales, etc. (Pérez Camarero, S.; Alcalá Revilla, B.; Pérez Cañellas, G.; Yahón, A., 2019).

Figura 3.15. Empleos indirectos del sector del juego



Fuente: Anuario del Juego en España, 2021

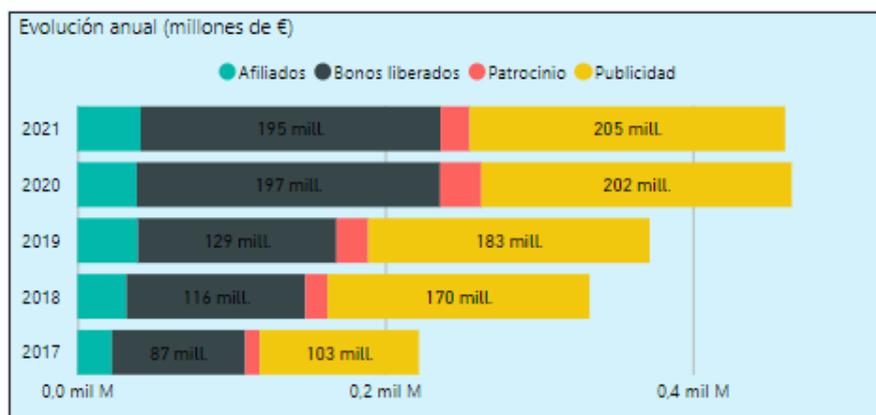
El sector del juego aporta un total de 175.000 puestos de trabajos cada año, cantidad que se redujo en 2020 a 130.000, ocupando la hostelería un porcentaje importante en esta cifra, casi el 30% (Figura 3.15.). Además de ello, se puede decir que 150 o 200 personas trabajan en las Administraciones Públicas, regulando y controlando el juego.

Por otro lado, tras las empresas del juego también existen fabricantes de maquinaria como ya hemos dicho. La capacidad productiva de las empresas se vio reducida por culpa de la pandemia y, por lo tanto, la facturación de estas también cayó, reduciéndose al 35% de la de 2019. Esto provocó que, en los empleos indirectos, también se redujera las plantillas, llegando incluso a recurrir a ERES o ERTES (Gómez Yáñez, J.A.; Lalanda Fernández, C., 2021).

3.4. GASTO EN MARKETING

El marketing supone el mayor soporte para el sector del juego, ya que la mayoría de los ingresos, por no decir la totalidad, dependen del gasto de los usuarios en las plataformas de estas empresas. Con el acceso a internet, las nuevas tecnologías y el auge del juego online, las empresas destinan una gran parte de sus ingresos a la publicidad, ya que mediante esta logran captar nuevos clientes (marketing externo) o retienen a los antiguos (marketing interno).

Figura 3.16. Evolución anual del gasto en marketing de las empresas (Mill. €)



Fuente: Informe anual Mercado de Juego online Estatal, DGOJ, 2021

Las principales herramientas del marketing como podemos ver en la Figura 3.16. son los afiliados, bonos liberados, el patrocinio y la publicidad. El gasto total en marketing de las empresas ha pasado de ser igual a 221.968.419€ en 2017 a 696.138.730€, es decir, ha aumentado un 213,6%, por lo que se extrae el gran peso y la creciente importancia del marketing en la contabilidad de las empresas del sector.

Dentro de las herramientas del marketing, de la Figura 3.16, aparte de ver el gran crecimiento de este a lo largo de los años, también podemos comprobar que las dos herramientas principales son los bonos (195 Mill. €) y la publicidad (205 Mill. €), ya que muestran unas cifras mayores que el resto, por lo que significa que son las herramientas en las que más se invierte. A pesar, de que la mayor inversión se haga en publicidad, el bono ha ido aumentando a lo largo de los años en mayor medida que la publicidad, por lo que hoy en día, es la piedra angular del negocio de estas empresas, es la principal estrategia utilizada para retener a los jugadores (Informe anual Mercado del Juego online Estatal, 2021).

El bono es dinero ficticio utilizado por los operadores con la intención de atraer o registrar nuevos clientes, constituye la base de todas las ofertas y promociones (Figura 3.17.). Los operadores fomentan los depósitos de dinero real en las cuentas de juego y en último lugar, animan a los usuarios a que vuelvan a regresar a la web para volver a jugar. Los requisitos para recibir los bonos normalmente incluyen aportar un cierto número de veces igual al valor del premio. Por lo tanto, el objetivo principal de los bonos es hacer que el usuario siga jugando y apostando con asiduidad para así entrar en un ciclo de juego (Pérez Camarero, S.; Alcalá

Figura 3.17. Tipos de bonos

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

Fuente: Juventud y juegos de azar. Una visión general del juego en los jóvenes, 2019

Por lo que se refiere a la publicidad, esta es la herramienta de marketing en la que más se invierte, tal y como se puede ver en la Figura 3.16. Gracias a esta forma de comunicación, se puede llegar masivamente a los consumidores ya que los principales canales son la televisión, radio, internet, medios externos, eventos deportivos, etc. Las casas de apuestas, por ejemplo, pretenden mostrar a través de sus anuncios que apostar implica entretenimiento, dinero fácil, mayor disfrute del fútbol, etc.

El canal de publicidad por excelencia es la televisión, ya que a través de ella se consigue llegar a un mayor número de personas que a través de otros medios como la radio, provocando que tenga un gran impacto. Asimismo, es frecuente y como hemos podido ver en numerosas ocasiones en la televisión, que se impliquen grandes equipos de fútbol, deportistas (Figura 3.18.) o personajes famosos (Figura 3.19.) en sus anuncios, siendo muy común que estos lo publicitaran. Por ejemplo, en 2016 el Real Madrid firmó un acuerdo con Codere, una de las mayores empresas en el sector del juego para empezar a grabar anuncios con sus jugadores promocionándolo (Figura 3.20.).

Figura 3.18. Anuncio publicitario de Codere con futbolistas del Real Madrid, 2018



Fuente: Youtube, 2018

Figura 3.19. Anuncio publicitario de Bet365 con José Coronado, 2020



Fuente: Youtube, 2020

Figura 3.20. Presentación del acuerdo de Codere con el Real Madrid



Fuente: Página web del Real Madrid, 2016

Por otro lado, esta estrategia también es utilizada en el patrocinio, otra de las herramientas del marketing. Podemos ver en camisetas de jugadores, en los campos de juego, ruedas de prensa (Figura 3.21.), cómo se patrocinaban grandes empresas de casas de apuestas como Codere, Bet365, William Hill, etc.

Figura 3.21. Rueda de prensa con el entrenador del Real Betis Balompié patrocinada por bet365, 2020



Fuente: Marca, 2020

CAPÍTULO 4

LEGISLACIÓN

La actividad de los juegos se caracteriza entre otros motivos, por ser una práctica que puede ser perjudicial y nociva para determinadas personas, es decir, para la sociedad (Capítulo 2) y, por otro lado, por reportar una suma bastante cuantiosa de beneficios al Estado (Capítulo 3), por lo que entraría en juego un conflicto de intereses entre la sociedad y el sector público. Es importante, por tanto, que los beneficios económicos del mercado del juego no distorsionen o influyan en el criterio de las autoridades competentes y para ello es necesaria su regulación.

4.1. HISTORIA DEL JUEGO: DESDE SU PROHIBICIÓN A LA ACEPTACIÓN

La historia del juego se extiende por todo el mundo, con sus frecuentes objeciones morales y estrecha vigilancia y persecución por parte del poder estatal. Es cierto que, en la actualidad, el Estado se ha mostrado a favor de esta práctica, pero esto no siempre ha sido así. A medida que los juegos se han vuelto omnipresentes a lo largo de la historia de la humanidad, las autoridades rápidamente comenzaron a preocuparse por su movimiento y propagación entre las poblaciones, y tomaron medidas para limitar y controlar su práctica (Pérez Camarero, S.; Alcalá Revilla, B.; Pérez Cañellas, G.; Yahón, A., 2019).

A lo largo de los siglos, los poderes públicos han manifestado diferentes posiciones respecto al juego en función de la menor o mayor desaprobación social que en ese momento existiere sobre este. El sector del juego ha pasado desde una prohibición absoluta, a una prohibición formal y permisividad de su celebración, a la final aceptación del juego de azar como una realidad que debe ser regulada para garantizar los intereses de la sociedad, y permitir que este se desarrolle cumpliendo las imposiciones fiscales (Mazón Hernández, M.; Chóliz Montañés, M., 2012).

El origen de los juegos de azar podría remontarse hasta la antigua Roma y Grecia. Se utilizaba la palabra *aleator* (jugador) como una expresión peyorativa, es decir, como un insulto. En esta época, el juego estaba visto como maligno para el Estado y su castigo era la esclavitud, llegando al extremo de considerarse como una causa suficientemente justificada, la devolución de un esclavo a su vendedor si este se inclinaba por el juego, se trataba de un defecto inhabilitante. Las *leges aleariae* son consideradas la primera intervención represiva de los juegos de azar de la antigua Roma. Estas leyes prohibieron el juego lucrativo, es decir, con dinero, con la única excepción de las apuestas deportivas, considerándose a las restantes como prácticas ilícitas. Esta concepción fue extendida también en la época de Justiniano. Por lo tanto, ya aquí se comienza a sentir la necesidad de que la práctica de estos juegos se encuentre regulada, así como también la necesidad de limitar los excesos de los jugadores y organizadores con el fin de evitar la comisión de actos ilegales (Pérez Camarero, S.; Alcalá Revilla, B.; Pérez Cañellas, G.; Yahón, A., 2019).

A causa de la gran importancia que tuvo el juego durante Las Cruzadas, el rey Ricardo Corazón de León, en 1190, limitó el ejercicio de este en sus tropas. Asimismo, la comunidad religiosa también se mantuvo apática y distante por el juego: tanto los caballeros de las tropas, como el clero solo estaban habilitados a perder hasta 20 chelines y a los soldados se les prohibía directamente jugar.

Las Partidas (1256-1265) de Alfonso X el Sabio constituyen en España la primera regulación del juego y regulaba la persecución de los tahúres (jugadores), además de imponer penas a aquellos que tuvieran en sus casas “tableros para jugar dados o naipes”. Después de este le siguieron entre otros, el Ordenamiento de Tafurerías (1314) y el Ordenamiento de Alcalá (1348), que concretamente prohibía a los militares durante su servicio en la guerra, el juego de dados y tablas mediante dinero o prendas (Cases, J.I., 2011).

Más tarde, en 1387, el rey Juan I de Castilla, desarrolló un *iter legislativo*, proclamando la prohibición de jugar a los dados o los naipes, ya fuere en público o escondidas, estableciendo una pena pecuniaria a aquellos que no obedecieran. Por esta trayectoria y visión negativa del

juego, también pasaron Juan II con las normas de Zamora, así como también los Reyes Católicos, lo que refleja la gran relevancia que esta actividad iba adquiriendo. En 1515, el rey Fernando y su hija Juana, publicaron una Pragmática acerca de la prohibición de fabricar o vender dados, así como de jugar. Años más tarde, Juana y su hijo Carlos I, desautorizaron, asimismo, jugar con crédito o fiado y establecieron la nulidad de cualquier obligación que derivara de esto último.

Durante el reinado de Carlos III, se introdujo la llamada “Lotería Primitiva”, con el objetivo de financiar con estos beneficios hospitales y obras públicas. De ello se extrae que las loterías no recibieron muchas críticas ni impedimentos por parte del Estado y la Iglesia ya que, sin duda alguna, suponía una forma de financiamiento que además era un tanto satisfactoria para los contribuyentes (Pérez Camarero, S.; Alcalá Revilla, B.; Pérez Cañellas, G.; Yahón, A., 2019).

En 1811, con el propósito de sufragar los gastos ocasionados por la Guerra de la Independencia, González Carbajal, Ministro del Consejo y Cámara de Indias en España, introdujo la propuesta de instaurar una lotería de billetes, aprobada por las Cortes de Cádiz. Es así como nació la Lotería Nacional, dándose el primer sorteo el 4 de marzo de 1812 (Cases, J.I, 2011).

Sin embargo, el resto de modalidades de juegos de azar no corrió la misma suerte. Las numerosas prohibiciones o regulaciones que existían del juego mostraban el rechazo de este por parte de los monarcas o poderes públicos. Esa visión negativa del juego penetró en la cultura de la sociedad española y se ha mantenido hasta mediados del siglo XX. Debido a este prohibicionismo normativo, la opinión pública veía el juego como el origen de todos los males o disfunciones vitales, ya que se creía que destruía los valores morales de la sociedad, conduciendo a la adicción (ludopatía).

Es por ello esperado que, en el siglo XX, el general Primo de Rivera incriminara la práctica del juego de azar, estableciendo su prohibición y posterior multa, así como cerrando los casinos existentes. La Segunda República y también el régimen franquista conservaron dicha prohibición. No fue hasta el período de la Transición democrática cuando se empezó a despenalizar, de forma muy paulatina y parcialmente, la práctica del juego, particularmente con el Real Decreto-Ley 16/1977, de 25 de febrero, que regulaba los aspectos formales, administrativos y fiscales de los juegos de azar y sus correspondientes apuestas. En la exposición de motivos se abordaba la razón por la cual, por primera vez, la Administración debía intervenir en este campo: los sistemas anteriores de prohibición habían fallado, provocando que se desarrollaran las prácticas del juego de forma clandestina, llegando incluso a tolerarlas, lo que originaba cada vez más riesgos y amenazas, un ambiente de inseguridad jurídica (Cases, J.I, 2011).

4.2. LA REGULACIÓN DEL SECTOR DEL JUEGO EN LA ACTUALIDAD

En 1995, se inicia el juego por internet, es decir, el juego online por primera vez. No obstante, no es hasta 2011, en España, con la Ley 13/2011, de Ordenación del Juego, cuando este se legaliza.

En 2011 también tiene lugar la creación de la Dirección general de Ordenación del Juego (DGOJ), encargado de la regulación, autorización, supervisión y control de las actividades de juego online de ámbito estatal. Como consecuencia del reparto de competencias, el Estado se va a ocupar de la regulación y control del juego online, mientras que las CCAA se encargan del juego en su territorio, pudiendo ser este presencial u online. Con el objetivo de mejorar la coordinación de estas competencias entre el Estado y las CCAA, se crea también el Consejo de Políticas del Juego, encargado de funciones que ayuden a facilitar la convergencia del régimen jurídico y fiscal, así como la regulación del marketing (publicidad, patrocinio y promoción) de cualquier modalidad de juego (Pérez Camarero, S.; Alcalá Revilla, B.; Pérez Cañellas, G.; Yahón, A., 2019).

Se deduce pues, que las nuevas tecnologías han trastocado la situación anterior al juego

online, ya que han originado nuevos problemas, de tal manera que se produce un antes y después del juego online.

Con la implantación del juego online, se ha producido un uso excesivo, y en algunos casos, hasta erosivo, de la publicidad de los juegos por internet, cuando esta misma práctica ha sido prohibida para el juego presencial (desregularización consentida). Como se señaló en el Capítulo 3, la tolerancia de la publicidad en los campos del fútbol, así como el patrocinio por parte de los equipos de fútbol, ha causado sin duda, graves perjuicios tanto para las empresas presenciales por competencia desleal, como también a los consumidores (Cases, J.I, 2011).

Como consecuencia de lo anterior, ahora el principal objetivo de la regulación del sector del juego es la protección de los consumidores ya que es el público más vulnerable y más afectado por las consecuencias del juego y por las prácticas de las empresas. A este respecto y también como consecuencia de la pandemia de covid-19, se ha publicado nueva legislación, así como también acuerdos entre empresas y asociaciones.

La normativa de 2020-21 ha tenido como meta principal, paliar los efectos del covid-19. Esta nueva legislación está destinada a proteger al consumidor, a través de la imposición de numerosas trabas al sector del juego, es decir, se combina el paternalismo hacia los consumidores frente a la desconfianza hacia las empresas (Gómez Yáñez, J.A.; Lalanda Fernández, C., 2021).

Durante el estado de alarma, se desarrollaron y publicaron varios Reales Decretos con el objetivo de cerrar los establecimientos del sector del juego provisionalmente. Sin embargo, el Real Decreto 958/2020, del 3 de noviembre (BOE 291, 4 de noviembre), es el que mayor relevancia tiene y es que, se han necesitado nueve años de trámite, para por fin entrar en vigor en 2020 (Anuario del Juego en España, 2021). Anterior a este Real Decreto, también se publicaron otros en 2011 también enfocados a la consecución del mismo fin: el RD 1613/2011, de 14 de noviembre, establecía como requisito para poder realizar la práctica de los juegos de azar, la identificación previa de los jugadores, así como también prohibía la participación de los menores de edad; el RD 1614/2011, de 14 de noviembre, que incluía disposiciones acerca del acceso al juego, la información de los participantes, los límites de los depósitos, todo en relación a las licencias, autorizaciones y registros del juego (Gómez Yáñez, J.A.; Lalanda Fernández, C., 2021).

En relación al Preámbulo del RD 958/2020, el objetivo principal de esta norma, al igual que el resto, es la protección de los consumidores más vulnerables, como lo son los menores de edad y los jugadores que hayan desarrollado alguna adicción, a través, sobre todo, de una reducción de la actividad publicitaria y promocional del juego online, tal como el establecimiento de mecanismos encargados a garantizar que la información relativa a los participantes sea veraz y suficiente. Los sujetos más afectados, por lo que deriva de lo anterior, son las empresas o los operadores, aunque esta norma también va dirigida a otros sujetos pasivos, como la televisión, los agentes publicitarios, las redes sociales, etc.

Entre las medidas más primordiales de esta ley destacamos las siguientes (Memoria de Actividad, DGOJ, 2020):

- La limitación del horario de emisión de comunicaciones comerciales del sector del juego de 1 a 5 de la madrugada, así como cualquier otra herramienta de marketing (bonos, promoción, etc);
- La prohibición de usar a personas de relevancia o notoriedad pública, como por ejemplo los futbolistas que comentábamos en el Capítulo 3.
- Se prohíben las promociones de captación de nuevos clientes y en lo que se refiere a patrocinios, se prohíbe que estos se hagan a través de camisetas o equipaciones deportivas;
- Supervisión de las políticas de juego seguro puestas en la práctica;
- La disposición de un servicio telefónico de atención al cliente para prestar ayuda en

materia de juego seguro;

- La incorporación de mecanismos de detección de comportamientos de riesgo de los jugadores por parte de los operadores.

En el ámbito de las CCAA, destacamos el Decreto 161/2021, de 11 de mayo, en el que se tipifican como muy graves aquellas conductas que permitan el acceso a los establecimientos a los menos de edad, así como la publicidad no autorizada, la violación del horario de apertura y de cierre. Asimismo, se ordena guardar una distancia mínima de 150 metros de salones de nueva apertura respecto a centros docentes y se establece la prohibición de mostrar cartelera u otro soporte en sus fachadas (Memoria de Actividad, DGOJ, 2020).

En lo que se refiere a los acuerdos empresariales, merece especial mención el acuerdo de colaboración en el ámbito del juego seguro y responsable, firmado por Jdigital (Asociación Española de Juego Digital) y Fejar (Federación Española de Jugadores Rehabilitados), el 23 de febrero de 2021. A través de este pacto, ocho operadores digitales afiliados a Jdigital (Codere, Ebingo, Entain, Flutter, Sisial, Sportium, Wanabet y Winamax), incorporaron en sus páginas webs teléfonos gratuitos de asistencia al cliente y también terapia, administrado directamente por Fejar. Las llamadas son atendidas por profesionales especializados en el tratamiento de estas conductas del juego que, tras examinar a los jugadores, les comunicarán si necesitan ser derivados a un centro para ayudarlos o recibir tratamiento. Con este acuerdo se refleja que es necesaria la coordinación y el esfuerzo entre ambas asociaciones para conseguir un juego sano y responsable (Jdigital y Fejar, 2021).

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES

Como desarrollamos en el Capítulo 1, uno de los objetivos principales del presente trabajo era en primer lugar, analizar cuáles eran los efectos que el sector de los juegos de azar producía en la sociedad y, por otro lado, en la Economía del país.

Para estudiar el impacto que ha tenido en la sociedad, en primer lugar, se ha creado un perfil medio del consumidor, atendiendo a variables tanto socio-demográficas como a variables referentes a la personalidad o comportamiento del jugador, con el propósito de entender cuáles son los factores que hacen que se consuman este tipo de servicios y si existen causas que agraven la práctica del juego.

En referencia a las variables socio-demográficas, el jugador en la mayoría de los casos se caracteriza por ser hombre, con edad comprendida entre 45-50 años (aunque en el juego online esta cifra varía, concretándose en menores de 45 años), que se encuentran laboralmente activos, aunque con un nivel socio-económico bajo o medio bajo y, en cuanto al estado civil, se ha llegado a la conclusión de que la soltería, así como el divorcio, separación o la viudez constituyen un factor de riesgo para la posible adicción al juego.

En cuanto a los factores personales que incitan la participación en este tipo de juegos se llega a la idea de que va a depender del grado de adicción de los jugadores. Así pues, para los jugadores sin riesgo, el principal motivo del consumo es por puro entretenimiento o diversión y en muy pocos casos por obtener algún beneficio económico. Sin embargo, para aquellos jugadores patológicos y, por tanto, adictos, el juego se convierte en una necesidad insaciable e incontrolable que va a afectar a todos los elementos que forman parte de su vida.

Una vez sabido el perfil medio del consumidor, se han analizado las principales consecuencias del ejercicio continuado del juego, centrándonos en mayor medida en la repercusión laboral y la ludopatía. Las consecuencias son de tal envergadura, que afectan a todos los aspectos de la vida del jugador: ámbito familiar, ámbito profesional y cambio en la personalidad. Entre ellas desatacamos tales como el endeudamiento económico, engaños a las personas de su entorno, agresividad, dificultades para relacionarse y concentrarse, depresión; y, por otro lado, efectos más graves como lo son el padecimiento de la ludopatía o los despidos.

En relación a la ludopatía, el porcentaje de esta ha ido aumentando considerablemente con los años, llegando a afectar hasta a un 3% de la población española. Se ha extraído la idea de que el nivel de desarrollo de esta enfermedad es más grave en las mujeres que en los hombres, diagnosticándolas con un peor estado de salud que estos debiéndose principalmente a la tardanza de estas en buscar ayuda y tratamiento, y en la necesidad de esconder su adicción para que la sociedad no las juzgue.

Por otro lado, se ha comprobado que, el sector del juego daña considerablemente la relación laboral del jugador, consiguiendo que el número de despidos procedentes por el grado de adicción del trabajador, aumente.

Por último, se ha hecho especial hincapié en los jóvenes, considerándose a estos el público más desprotegido e influenciado. Los adolescentes son parte de la era digital y como consecuencia, aumenta la facilidad de acceder estos al juego online y se hace más difícil el control de estos. Debido a los esfuerzos publicitarios de las empresas del juego, a la implicación del mundo deportivo en estos y al uso incorrecto de la tecnología, las cifras de jóvenes que practican esta actividad aumenta considerablemente, y acarrea resultados muy perjudiciales como el absentismo escolar o la adicción. Además, se ha comprobado que, el inicio en el juego de azar a una edad temprana constituye un gran factor de riesgo para el desarrollo de la ludopatía.

Por lo que se refiere al impacto en la Economía, el sector del juego origina un gran volumen de ingresos tanto para las empresas privadas como para el sector público.

El juego real de los consumidores o, lo que es lo mismo, el margen sobre los operadores de las empresas presenta unas cifras muy atractivas, siendo la media anual de aproximadamente 9 millones de euros, obteniéndose la mayoría de ellos a través del juego presencial. Es por ello que, las empresas invierten principalmente en la publicidad para captar nuevos clientes o mantener a los existentes.

El sistema fiscal del mercado del juego supone una gran fuente de recaudación para las arcas públicas. Son las empresas privadas las que mayormente soportan el peso de los impuestos, pues destinan casi la mitad de sus ingresos en pagarlos.

El Estado se beneficia del sector tanto por los impuestos, como también por las grandes cifras de empleabilidad que aporta a la Economía del país: 85.000 puestos de trabajo directos y 175.000 empleos indirectos de media por año.

En segundo lugar, nos propusimos otro objetivo en este trabajo, muy relacionado con el anterior y que trataba de averiguar si actualmente existe una normativa o legislación que proteja al consumidor. A este respecto, se ha concluido que, la perspectiva que tiene la sociedad acerca del juego de azar ha influido de manera decisiva en su regulación y en la posición que ha adoptado el Estado a lo largo de la historia, pero también de forma viceversa: debido al prohibicionismo y a la persecución del juego por parte del Estado, la sociedad siempre lo ha visto como un mal, como una práctica dañina.

El principal objetivo de la actual legislación es garantizar el juego sano y responsable de tal manera que se proteja al consumidor y se limite la práctica. Se ha centrado sobre todo en salvaguardar a los adolescentes, controlando la publicidad de las empresas o el acceso de los menores al mercado.

En resumen, a lo largo de este trabajo se han cumplido los objetivos planteados y se ha comprobado que el sector de los juegos de azar ha afectado de forma muy grave a la sociedad y beneficiosamente al Estado y empresas. Se trata de un negocio que está viviendo sus días más gloriosos a costa de la ludopatía que provoca en la población. De todo ello se desprende un debate ético: ¿qué tiene mayor peso la sociedad del bienestar o los intereses económicos?

Como reflexión personal, creo que la sociedad aún no es consciente de los problemas trascendentales que el juego suscita. Es deber de la sociedad prestar atención a esta realidad y necesita ser corregida cuanto antes, ya que las cifras van en aumento y esto en el futuro va a llevar cada vez a más problemas. Se han llegado a normalizar situaciones o comportamientos que deberían preocuparnos, como por ejemplo el hecho de que equipaciones deportivas promocionen a casas de apuestas o el fácil acceso de los jóvenes a las páginas webs de casas de apuestas, donde no se controla la edad. De aquí se deriva que no es solo un problema de la sociedad, sino que también es culpa de la pasividad de las Administraciones. En el transcurso de los años, se han practicado muchos juegos ilegales a través del canal online y apenas ha existido control hacia ellos, permitiéndose actuaciones como las que antes mencionábamos acerca de la publicidad.

Es cierto que la actual regulación del juego ha dado un gran paso con el nuevo RD 958/2020 y pone fin a prácticas deshonestas, pero a día de hoy siguen existiendo lagunas en este campo y el consumidor no está lo suficientemente protegido. La regulación de esta esfera es un proceso que evoluciona lentamente, ejemplo de ello es el Real Decreto mencionado, que a pesar de las grandes necesidades que existían de publicarlo, ha tardado unos nueve años en hacerlo.

Es necesario y de suma importancia que las autoridades competentes orienten las políticas de consumo específicamente a los colectivos más vulnerables, y que incidan en las actividades de información o educación de estos sectores. Se deben desarrollar políticas sociales con el propósito de regular el juego responsable, a través de la difusión de información acerca de las consecuencias que puede ocasionar el uso incorrecto del juego y de esta manera, concienciar a la población para prevenir su práctica.

BIBLIOGRAFÍA

Asociación alavesa de jugadores en rehabilitación (2012): “Ludopatía y Violencia de Género”,

https://www.bizkaia.eus/gizartekintza/Genero_Indarkeria/blt28/documentos/ludopatia_c.pdf?hash=50711eb4591554da75cd28e9e4f4efdc

Bisso-Andrade, A. (2007): “Ludopatía”, *Revista Social Peru Medicina Interna*, 20(2), 63–67, <http://51.79.48.69/index.php/spmi/article/view/286>

Carretero, V., página web del Real Madrid (2016): “Presentación del Acuerdo entre el Real Madrid y Codere Apuestas”, <https://www.realmadrid.com/aficion/fotos/presentacion-del-acuerdo-entre-el-real-madrid-y-codere-apuestas>

Cases, J. I. (2011): “La transformación de las políticas públicas de juego de azar en España”, *Gestión y Análisis de Políticas Públicas*, 75–103, <https://doi.org/10.24965/gapp.v0i6.9947>

Díaz Níguez, M.; Pardo Sanmartín, L. (2021): “Los efectos de la Covid-19 y los peligros de adicción juvenil en relación al juego patológico”, *II Congreso Internacional virtual sobre Covid-19. Consecuencias sociales, políticas y económicas* (61-73), Nadal Masegosa A. (Coord.), 13-27 de mayo, eumed.net.

Dirección General de Ordenación del Juego (2015): “Estudio sobre prevalencia, comportamiento y características de los usuarios de juegos de azar en España”, <https://www.ordenacionjuego.es/es/estudio-prevalencia>

Dirección General de Ordenación del Juego (2020): “Informe anual Datos del Mercado Español de Juego”, <https://www.ordenacionjuego.es/es/datos-mercado-espanol-juego>

Dirección General de Ordenación del Juego (2021): “Informe anual Mercado de Juego online Estatal”, <https://www.ordenacionjuego.es/es/mercado-juego-online-estatal>

Dirección General de Ordenación del Juego (2020): “Informe del Jugador Online”, <https://www.ordenacionjuego.es/es/informe-jugador-online>

Dirección General de Ordenación del Juego (2020): “Memoria de actividad 2020”, <https://www.ordenacionjuego.es/es/memorias-informe-anual>

Fernández Montalvo, J; Báez, C; Echeburúa, E. (2000): “Ludopatía y trabajo: análisis de las repercusiones laborales de los jugadores patológicos de máquinas tragaperras”, *Clínica y Salud*, 11(1), 5-14, <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fap&AN=26303075&lang=es&site=ehost-live>

García Ruiz, Pablo; Buil, Pilar; Solé Moratilla, MJ. (2015): “Consumos de riesgo: menores y juegos de azar online. El problema del juego responsable”, *Política y Sociedad*, 53 (2), 551-575, https://doi.org/10.5209/rev_POSO.2016.v53.n2.47921

Gómez Yáñez, J.A.; Lalanda Fernández, C. (2020): “Anuario del Juego en España 2020”, <https://www.infoplay.info/photos/Anuario%20del%20Juego%20en%20Espa%C3%B1a%202020.pdf>

Gómez Yáñez, J.A.; Lalanda Fernández, C. (2021): “Anuario del Juego en España 2021”, <https://cejuego.com/wp-content/uploads/2021/11/2021-Anuario-Paginas.pdf>

Hernández Cruz, ME.; Bujardón Mendoza, A. (2020): “Fundamentos teóricos para un estudio sobre la ludopatía”, *Humanidades Médicas*, 20, 606-624, <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/biblio-1143066>

Jdigital; Fejar (2021): “Acuerdo de colaboración en el ámbito de juego seguro y responsable”, https://www.jdigital.es/media/210223_jdigital-y-fejar-firman-un-acuerdo-de-

[colaboracion-en-materia-de-juego-seguro-y-responsable.pdf](#)

Mazón Hernández, M.; Chóliz Montañés, M. (2012): "Factores económicos implicados en el juego y la adicción al juego", *Revista Española de Drogodependencias*, 37(3), 13, https://www.aesed.com/upload/files/vol-37/n-3/v37n3_3.pdf

Morán, M.A., página web Marca (2020): "Manuel Pellegrini entrenador del Betis, rueda de prensa de presentación en directo", <https://www.marca.com/futbol/betis/2020/07/13/5f0c3e9222601dce348b45da.html>

Ministerio de Sanidad, C. y B.S. (2021): "Informe sobre Adicciones Comportamentales. Juego y uso compulsivo de internet en las encuestas de drogas y adicciones en España EDADES y ESTUDES", https://pnsd.sanidad.gob.es/profesionales/sistemasInformacion/sistemaInformacion/pdf/2021_Informe_adicciones_comportamentales.pdf

Palumberi, E.; Mannino, G. (2008): "Ludopatía. Un estudio comparativo realizado en Italia y España", *Humanismo y Trabajo Social*, 7, 155-196, <http://www.redalyc.org/pdf/678/67811462007.pdf>

Pérez Camarero, S.; Alcalá Revilla, B.; Pérez Cañellas, G.; Yahón, A. (2019): "Juventud y juegos de azar: una visión general del juego en los jóvenes.", http://www.injuve.es/sites/default/files/adjuntos/2019/06/juventud_y_juegos_de_azar.pdf

PricewaterhouseCoopers, S.L. (2021): "La industria del juego en España. Retos actuales y futuro post Covid-19", <https://www.azarplus.com/presentamos-el-informe-la-industria-del-juego-en-espana-retos-actuales-y-futuros-post-covid-19-elaborado-por-pwc/>

Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores (B.O.E. núm. 255).

Real Decreto 958/2020, de 3 de noviembre, de comunicaciones comerciales de las actividades de juego (B.O.E. núm. 291).

Tobón Álvarez, Nelson I.; Cano Bedoya, Víctor H.; Londoño Arredondo, Nora H. (2010): "Perfil cognitivo en personas con ludopatía. Aproximación a la población no institucionalizada", *Revista virtual Universidad Católica del Norte*, 29, 98-121, <https://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/view/73>

Vázquez Fernández, MJ. (2012): "Ludopatía y mujer. Un análisis desde la perspectiva de género", *IV Congreso Universitario Nacional Investigación y Género* (2097-2107).

Youtube (2020): "Bet365 José Coronado 2020. Apuestas deportivas. Prevención de ludopatía Valencia", <https://www.youtube.com/watch?v=Z15jofGeGLY>

Youtube (2018): "Codere, la casa de apuestas elegida por el Real Madrid. Casemiro, Asensio, Carvajal. Anuncio 2018", <https://www.youtube.com/watch?v=Gyypzd5n-d8>