
PREGUNTAS Y RESPUESTAS SOBRE EL FENÓMENO DE LAS APUESTAS DEPORTIVAS EN ESPAÑA

Documento técnico dirigido a:



Elaborado por:

epistemsocial

17 de enero de 2020

<u>1.</u>	INTRODUCCIÓN	1
<u>2.</u>	EL IMPACTO DE LAS TECNOLOGÍAS DIGITALES EN EL SECTOR DE LAS APUESTAS.....	2
<u>3.</u>	RIESGOS, CONTROVERSIAS, PROBLEMAS Y LUDOPATÍA	2
<u>4.</u>	EL ROL DE LA INDUSTRIA DEL JUEGO	4
<u>5.</u>	PERFIL DE LA PERSONA APOSTADORA	5
<u>6.</u>	PROCESOS DE INFLUENCIA QUE PROPICIAN EL JUEGO	6
<u>7.</u>	SALONES DE JUEGO	8
<u>8.</u>	LA COMUNIDAD APOSTADORA Y LA FIGURA DE LOS TIPSTERS	9
<u>9.</u>	CUESTIONES DE GÉNERO	12
<u>10.</u>	ASPECTOS PREVENTIVOS	12

1. INTRODUCCIÓN

El presente documento tiene como objetivo mostrar, en formato de preguntas y respuestas, los aspectos más relevantes y/o controvertidos del fenómeno de las apuestas deportivas en España. La información presentada deriva del estudio **«Apuestas online. Jóvenes, contextos, riesgos y adicción»** elaborado por «Episteme. Investigación e intervención social» gracias al apoyo de la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas en la convocatoria del Fondo de decomisos 2018. El destinatario de este documento es el equipo de la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas.

La voluntad inicial era escribir un documento introductorio, casi un breve resumen, pero la fórmula pregunta/respuesta nos evidencia que entorno a las apuestas deportivas aparecen gran cantidad de preguntas. Un tema complejo que requiere de una extensión anormalmente larga para presentar los elementos cardinales. Por eso, junto a este documento remitimos un resumen más corto y sintético. A pesar de la extensión, aún hubiésemos podido presentar más preguntas sobre temáticas que abordamos en nuestro estudio porque el fenómeno de las apuestas, en palabras del antropólogo Mauss, es un «fenómeno social total». Es decir, es un fenómeno que atraviesa diferentes ámbitos del campo social y personal, desde aspectos socio-culturales, políticos, económicos, legislativos, educativos hasta preventivos, psicológicos, médicos y patológicos. Por tanto, esta dimensión poliédrica del fenómeno de las apuestas comporta que lo aquí consignado, a pesar de la extensión, sea una introducción de los aspectos que, según nuestro parecer, son los más importantes. En definitiva, este texto no agota ni las preguntas ni las respuestas sobre las apuestas deportivas entre la juventud española.

2. EL IMPACTO DE LAS TECNOLOGÍAS DIGITALES EN EL SECTOR DE LAS APUESTAS

¿Qué consecuencias ha tenido la digitalización de las apuestas deportivas?

La digitalización de las apuestas permite a la industria ofertar cualquier evento deportivo sin importar el lugar de celebración. Gracias a una conexión a internet cualquier persona desde cualquier contexto y en cualquier momento puede apostar. Antes de la digitalización, si se quería apostar, era necesario desplazarse hasta el lugar (trinquete, estadio, etc.) donde se celebraba el partido. Sólo la Quiniela, desde 1932, permitía apostar a partidos de fútbol sin necesidad de presenciarlos. La digitalización de las apuestas es un riesgo ambiental porque la oferta es perenne y casi incommensurable.

¿Por qué las personas jóvenes se sienten tan atraídas en el fenómeno de las apuestas?

Los motivos son dispares, pero debemos destacar que en una sociedad que gira entorno a los valores individualistas, consumistas y monetarios, cualquier actividad, como es el caso de las apuestas, que permitan desarrollar prácticas individuales y ganar (supuestamente) dinero, en un contexto tan familiar como es el digital, será bien aceptada por una parte importante de la juventud.

¿Por qué Telegram es la red social más apreciada por la [comunidad apostadora](#)?

Telegram es la red social donde la comunidad apostadora desarrolla su actividad. Los [tipsters](#) aprecian Telegram porque solo los administradores pueden publicar mensajes, además impide que los participantes puedan interactuar entre sí, situación que imposibilita las críticas hacia la actividad de los [tipsters](#). También permite editar las publicaciones (incluso las fotos) sin que quede constancia en el *timeline*, característica que propicia las prácticas poco éticas y las trampas.

3. RIESGOS, CONTROVERSIAS, PROBLEMAS Y LUDOPATÍA

¿Ser practicante y seguidor de un deporte es un factor de riesgo para empezar a apostar?

Sí, el deporte es un factor de riesgo para iniciarse en el mundo de las apuestas. Los jóvenes que desde la infancia han jugado y seguido con pasión algún deporte tienden a conocer su funcionamiento, los equipos y las dinámicas del juego. Este conocimiento les dota a algunos de la seguridad necesaria para percibir que ganarán la apuesta. Sin esta (falsa) sensación de control una parte importante de apostadores nunca se hubiese iniciado.

¿Estamos ante una pandemia?

No. No estamos ante una pandemia. Es incorrecto hablar de pandemia porque la irrupción de las apuestas deportivas online es una particularidad europea, concretamente de algunos países del viejo continente. En ningún caso es global como *strictu sensu* sería si fuese una pandemia. Además, representa un abuso semántico emplear vocablos médicos para describir un fenómeno de orden sociocultural. Las pandemias (o epidemias) son producidas por organismos patógenos (virus, bacterias...), totalmente ausentes en las apuestas. Más correcto es hablar de fenómeno sociocultural con una alta carga de riesgo, o expresiones similares, pero siempre dentro del orden social. Recurrir a expresiones imprecisas solo puede provocar interpretaciones sesgadas.

¿Las apuestas son en 2020 lo que la heroína fue en la década de los años ochenta?

No, las apuestas no son la heroína del siglo XXI. En el mismo sentido que la pregunta anterior, es una exageración comparar las consecuencias de los consumos compulsivos de la heroína con las apuestas deportivas. Las apuestas pueden implicar daños terribles, pero su naturaleza las hace incomparables con la heroína. Realizar este tipo de paralelismos invita a emplear para las apuestas la misma lógica asistencial y preventiva utilizada con la dependencia a la heroína. Realidades diferentes en tiempos históricos diferentes requieren de modelos preventivos y asistenciales diferentes.

¿Qué relación existe entre las apuestas online y los consumos de drogas?

Queda evidenciado que algunos apostadores hacen consumos intensivos de drogas, especialmente de alcohol y cocaína, para aguantar más horas ante la pantalla. Los apostadores que emplean instrumentalmente drogas invierten grandes cantidades de tiempo y dinero. La mayoría de estos se sitúan en la antesala de la ludopatía, si es que aún no la han alcanzado.

Además, los efectos desinhibidores del alcohol propician el juego intensivo, por eso es estratégico para los salones de juego ofrecer alcohol gratis o extremadamente barato.

¿Qué es la ilusión de profesionalidad?

La ilusión de profesionalidad es el sesgo interpretativo que sufren algunos apostadores. Éste les hace pensar que si apuestan estratégicamente podrán convertirse en profesionales de las apuestas. En el intento de vivir de las apuestas, muchos de ellos solo consiguen perder una cantidad ingente de tiempo, dinero y relaciones personales, y en el peor de los casos convertirse en ludópatas.

¿Cuál es el factor de riesgo que mejor puede predecir la ludopatía?

Es difícil señalar el factor de riesgo que con mayor seguridad puede predecir el juego patológico. A pesar de esto, reconocemos que el sistema de valores materialista e individualista posi-

bilita el juego patológico. También debemos destacar que los jóvenes con relaciones familiares débiles, o directamente conflictivas, juegan con mayor ahínco y pueden desarrollar problemas con mayor facilidad.

¿Están aumentando las ludopatías juveniles, y por extensión, las demandas de tratamiento?

En el ámbito de las ludopatías aún no disponemos de un sistema de notificación que nos ofrezca un indicador tan fiable como el de «demandas de tratamiento por drogodependencias». Cada unidad hospitalaria de juego patológico, o asociación dedicada al tratamiento de las ludopatías, publican datos relativos a su actividad, en consecuencia, no disponemos de datos válidos de ámbito nacional. Algunas entidades han publicado resultados que evidencian el aumento de las ludopatías juveniles. Otras apuntan que ha cambiado el perfil y ha descendido la edad de la primera demanda de tratamiento, aunque el número absoluto se mantiene estable. Es lógico hipotetizar que si el número de personas jugadoras aumenta también lo harán las ludopatías y las consecuentes demandas de tratamiento.

¿Está descendiendo la edad en que los jóvenes empiezan a apostar?

Queda acreditado que las apuestas han despertado un interés inusitado entre los jóvenes menores de veinticuatro años. También es evidente el interés de adolescentes menores de dieciocho años. En este sentido los riesgos de las apuestas se ciernen sobre la ciudadanía española más joven.

4. EL ROL DE LA INDUSTRIA DEL JUEGO

¿Qué es la *gamblificación* del deporte?

Podemos entender la *gamblificación* del deporte como el proceso a través del cual la industria del juego ha colonizado el mundo del deporte, ya sea a partir de una presencia perenne en los espacios publicitarios, ya sea por el patrocinio de equipos de élite, así como, una publicidad exagerada en las webs deportivas gracias a un sistema predador de *cookies*. La consecuencia más peligrosa de la *gamblificación* es que los jóvenes consideran normal, obvio y aceptable la imbricación de la industria del juego con el deporte. E incluso, algunos, consideran un deporte el mero hecho de apostar.

¿Qué es la *gamblificación* de la *gamificación*?

La gamificación es la experiencia de jugar a videojuegos. En los últimos tiempos, algunos trances de los videojuegos han incorporado elementos de azar (previo pago) para mejorar el resultado. El caso más paradigmático son las *loot box* (cajas del botín). La colonización de los

videojuegos por parte de la lógica de los juegos de azar representa un riesgo para iniciarse en las apuestas.

¿La industria del juego trabaja para transformar a los jóvenes en ludópatas?

No. La industria del juego trabaja para ganar dinero mediante la oferta de ocio destinado a la población adulta. Afirma que su *target* son los jugadores recreativos. Y, para mantenerse en esta posición y evitar las ludopatías pone en práctica acciones con el objetivo de limitar los riesgos. Las voces críticas señalan a la industria del juego como responsable de la ludopatía porque considera que los mecanismos de control son insuficientes, casi una pantomima. También apuntan que las personas ludópatas son quienes mayores ingresos reportan a la industria. Según el Observatorio francés del juego de azar, en 2014, entre el 57% y el 76% de los ingresos de la industria del juego procedían de los jugadores patológicos¹. En este sentido, no cabe duda de que tal vez a la industria no le interesan formalmente los ludópatas, pero en términos empresariales son los mejores clientes.

¿Qué son los simuladores de apuestas?

En la actualidad encontramos diferentes páginas web que simulan las apuestas deportivas. La más popular en España es Playfunbet. Cualquiera, sin importar la edad, puede registrarse si dispone de una dirección de correo electrónico. Este tipo de juego online, ofrecido formalmente como *gaming* en el fondo es *gambling* porque el «juego» se fundamenta en apostar sobre eventos deportivos reales. No se apuesta en dinero, pero los aciertos permiten acumular fichas que pueden cambiarse por regalos (auriculares, fundas de móvil e incluso teléfonos móviles de gama alta). Estas páginas web están patrocinadas por la industria del juego. Todo este entramado nos permite afirmar que páginas como Playfunbet son la cantera de apostadores. Este tipo de *gaming* no mejora la oferta de videojuegos, pero representa un factor precipitante para iniciarse en las apuestas en edades tempranas. Debe estudiarse la posibilidad de limitar la actividad de este tipo de páginas web.

5. PERFIL DE LA PERSONA APOSTADORA

¿Ha cambiado el perfil de persona con problemas al juego?

Sí, el perfil del jugador ha cambiado. Si hasta la irrupción de las apuestas deportivas online el perfil mayoritario era el de un hombre de mediana edad jugador de máquinas B (tragaperras). En la actualidad, la mayoría son jóvenes varones, menores de veinticinco años y con problemas derivados de las apuestas deportivas.

¹ https://www.economie.gouv.fr/files/note_6.pdf

¿Las personas apostadoras responden a un patrón homogéneo?

No. Las personas apostadoras mantienen posiciones diferenciadas. Los podemos dividir en cinco grandes categorías.

- **Esporádicos:** juegan solo si visualizan el partido al rebufo del grupo de iguales. Muchos no tienen cuenta en ninguna casa de apuestas y apuestan a través de algún amigo. Juegan porque las apuestas se han convertido en una práctica habitual de los tiempos de ocio de sus iguales.
- **Recreativos:** representan el grueso de los apostadores. La inmensa mayoría solo apuesta a los partidos que verán en directo, normalmente de su equipo preferido. Mantienen una alta percepción de riesgo y nunca se gastan más dinero del que previamente han fijado. Acostumbran a apostar entre diez y cincuenta euros mensuales. Tienen cuenta propia y apuestan según sus criterios, sin influencia de terceros, aunque el grupo de iguales cataliza la normalización de las apuestas.
- **Estratégicos:** apuestan para ganar dinero, forman parte de la comunidad apostadora y siguen los pronósticos de algún *tipster*. Consideran que enriquecerse con las apuestas es cuestión de estrategia y conocimiento. Creen que si mantienen la tenacidad adecuada podrán vivir de las apuestas. Es el colectivo que más riesgos asume porque mantiene una percepción banal de los daños. Algunos pueden sufrir la [ilusión de profesionalidad](#).
- **Traders:** según su parecer ellos no apuestan, sino que invierten a las *surebets*. Esto es apostar a todos los resultados posibles, por ejemplo, en un partido de fútbol, apuestan que gana el local, que lo hace el visitante y a que empatan, pero debido a las diferencias en el sistema de cuotas entre casas de apuestas siempre ganan, aunque sean unos céntimos de euro. Sufren la [ilusión de profesionalidad](#).
- **Patológicos:** son las personas que han perdido la capacidad de controlar su relación con las apuestas. Algunos se convierten en «seguidores del huso horario» porque por la mañana siguen los mercados asiáticos, por la tarde-noche los mercados europeos y de madrugada los americanos. Los problemas se acentúan si los apostadores empiezan a jugar a juegos de azar puro (ruleta, tragaperras, etc.).

6. PROCESOS DE INFLUENCIA QUE PROPICIAN EL JUEGO

¿Qué capacidad posee la publicidad para modificar las actitudes hacia el juego?

La literatura científica no es concluyente a la hora de dilucidar qué capacidad de influencia posee la publicidad para modificar las actitudes hacia el juego que mantienen las personas, ni hasta qué punto puede precipitar los inicios. Pero sí que acredita que la publicidad sitúa a las casas de apuestas en un lugar hegemónico dentro de los espacios publicitarios de los eventos

deportivos. En consecuencia, las apuestas dentro del deporte se convierten en normal, por habituales y cotidianas. Esta presencia comporta la [*gamblificación del deporte*](#).

¿Los bonos de bienvenida posibilitan el juego?

Sí, los bonos de bienvenida (y de fidelidad) estimulan a las personas a apostar. Los bonos de bienvenida son una cantidad de dinero que las casas de apuestas «regalan» a los clientes cuando se registran. Acostumbran a ser notablemente generosos, entorno los cien euros e incluso alcanzan los trescientos. En ocasiones, las casas igualan la cantidad que el cliente ingresa, por ejemplo, si éste transfiere cincuenta euros, la casa le ingresa cincuenta más, es decir, dispondrá de cien euros para apostar. Los bonos son extremadamente golosos porque se entienden como «dinero gratis». Muchos jóvenes apostaron por primera vez al sentirse estimulados por la sensación de que les regalaban el dinero. Aunque el roll-over², escondido en la letra pequeña de los términos y condiciones de la aceptación de los bonos, implica que sea materialmente imposible retirar el dinero.

También existen bonos de fidelidad para los clientes habituales, pero de cantidades más pequeñas. Así como, el bono recordatorio, es decir, «regalar dinero» a los jugadores que hace tiempo que no se conectan con el propósito de que reactiven la dinámica de apostar.

¿Las *freebets* catalizan el juego?

Las *freebets* también son un incentivo para apostar. No son tan golosas como los bonos porque las cantidades son inferiores, pero no dejan de ser «dinero gratis». En los últimos meses, como el sistema de bonos ha recibido muchas críticas porque es un señuelo, las casas de apuestas han empezado a emplear las *freebets*, es decir, regalan una cantidad de dinero, por ejemplo, diez euros, para hacer una apuesta. Si el apostador la gana puede cobrar el monto inmediatamente. El hándicap está en que solo permiten las *freebets* en apuestas con una cuota superior a dos, es decir, en aquellas más difíciles de acertar.

¿Cuál es el elemento que ejerce mayor influencia en los jóvenes?

La opinión pública señala tanto la publicidad con la oferta excesiva de salones como los responsables de que las apuestas deportivas hayan ganado tantos adeptos. Los resultados de nuestro estudio nos apuntan que son los *tipsters* quienes poseen la mayor capacidad de influencia para precipitar las apuestas. El motivo yace en que los *tipsters* muestran a los jóvenes que si apuestan según sus indicaciones podrán ganar grandes cantidades de dinero. Ofrecen un mensaje muy atractivo, pero al alcance de una minoría.

² El roll-over es el número de veces que se debe apostar la cantidad «regalada». Si el roll-over es de seis (muy habitual) en una cantidad de cincuenta euros, el apostador tendrá que jugar seis veces cincuenta euros para poder retirar el dinero.

7. SALONES DE JUEGO

¿Los salones de juego permiten el juego de menores?

Los salones de juego, o algunos de ellos, son continuamente señalados porque permiten la entrada a menores. En España, según datos de la patronal CEjuego, a principios de 2019 operaban 3.507 salones de juego. Ante un número tan elevado de salones es incorrecto considerar que todos permiten la entrada de menores. La mayoría están franquiciados, por tanto, la gestión última es independiente entre sí. Esto comporta que las medidas para evitar la entrada de menores sean dispares. Algunos mantienen un estricto control identitario, otros permiten la entrada sin control alguno y sólo ante la sospecha pedirán el carné. Este sistema fragmentario es insuficiente para vetar la entrada de menores, así como, a los jugadores autoexcluidos. La obligatoriedad de presentar el carné de identidad imposibilitará la entrada de menores y jugadores autoexcluidos. Esta medida de prevención ambiental sería de gran efectividad.

¿Los salones de juego se sitúan estratégicamente en los barrios obreros?

Los salones de juego se abren donde la empresa podrá obtener mayor rentabilidad económica. En este sentido, abren sus puertas en zonas con una alta densidad de población y donde los precios de los alquileres son más asequibles. No se trata de una estrategia contra la clase obrera sino una táctica comercial para ganar el máximo dinero posible. No cabe duda que a mayor oferta, mayor es la presión ambiental para jugar, por eso, es idóneo limitar el número de licencias en cada comunidad autónoma, así como, establecer una distancia mínima tanto entre salones de juego como con los centros escolares y equipamientos frecuentados exclusivamente por menores. Estas acciones de prevención ambiental también son efectivas.

¿Por qué emergen las actitudes beligerantes contra los salones de juego?

La beligerancia contra los salones de juego, que se ha traducido en escraches, pintadas y destrozos, es producto de la imagen peyorativa que maneja ciertos sectores sociales sobre el juego. Las actitudes anti-salones, protagonizadas principalmente por asociaciones de vecinos y grupos políticos juveniles, son el resultado del desmembramiento del tejido comunitario. La sociedad en general, y algunos barrios obreros en particular, son víctimas del proceso de individualización que, entre otras consecuencias, comporta que los lazos comunitarios sean cada vez más endebles. Los citados agentes atribuyen el desmembramiento de «lo social» a los salones de juego. Estos les sirven para explicar las consecuencias de manera sencilla cuando las causas son más complejas.

¿Por qué la Comunidad de Madrid y la Región de Murcia es donde mayor controversia han generado los salones de apuestas?

Porque son las comunidades autónomas con la legislación más laxa. Durante años en ambas comunidades no había un límite de licencias ni ningún otro factor limitante de orden urbanístico, por ejemplo, distancias con los centros escolares. Esta desregulación posibilitó la concentración de multitud de salones de juego en la misma calle. El caso más paradigmático es la calle Bravo Murillo en el distrito madrileño de Tetuán. La implementación de legislaciones más estrictas impedirá que la percepción social indique que hay una oferta desaforada de salones de juego.

¿Los salones regalan bebidas y comida a sus clientes mientras continúen jugando?

Sí, algunos de ellos pueden regalar bebida y comida a los clientes. Estas prácticas son lícitas porque se consideran «detalles» con la clientela. Algunas voces las consideran abusivas porque su objetivo es que el jugador continúe apostando. Sin duda que esta es la finalidad. Una idea que el sector del juego español ha tomado de la industria de Las Vegas con el objetivo de aumentar los beneficios. Natasha Dow Schüll³ (2014), en un estudio realizado en Las Vegas, señala que un jugador ebrio puede llegar a gastar hasta cinco veces más que un jugador sobrio.

La mayoría de los salones ofertan precios más baratos, especialmente en los combinados, que los bares de la zona, como estrategia para captar clientes. Acciones que intuimos de escaso impacto entre la población general, pero un gran reclamo para personas con bajo poder adquisitivo.

8. LA COMUNIDAD APOSTADORA Y LA FIGURA DE LOS TIPSTERS

¿Qué entendemos por «comunidad apostadora»?

La actual coyuntura posibilita la existencia de una comunidad virtual que opera en Telegram, como cualquier otro sector económico. Una comunidad poliédrica, alternativa y desregulada, que al rebufo del boom de las apuestas da cobertura tanto a los profesionales del pronóstico como a los apostadores, pero a la vez, es la guarida de pícaros y estafadores. Una comunidad virtual responsable de las nuevas tendencias en el sector de las apuestas que gira entorno los pronósticos que los *tipsters*. A partir de la tríada: pronósticos, tipsters y apostadores se desarrolla un submundo, todo un sector económico. Podemos dividir la comunidad en tres grandes categorías: *tipsters*, apostadores y *antitipsters* (considerados *haters* por los *tipsters*).

¿Quiénes son los *tipsters*?

³ Dow, Schüll (2014). *Addiction by design. Machine gambling in Las Vegas*. Princeton: Princeton Press.

Los *tipsters* son personas que (supuestamente) poseen un conocimiento extraordinario sobre algún deporte que les permite pronosticar fiablemente el resultado de un evento determinado. Esta habilidad les confiere (supuestamente) mayores probabilidades de acertar y, en consecuencia, ganar dinero. Los *tipsters* son la figura central en el actual escenario de las apuestas deportivas porque les siguen miles de personas que apuestan en función de los pronósticos que ellos elaboran.

¿Son todos los *tipsters* iguales?

No. Bajo el significado de *tipster* encontramos diferentes significantes. Podemos categorizar a las personas que se autoproclaman *tipster* en cuatro perfiles.

- **Publicista.** Es el perfil con mayores seguidores y más conocido. Pueden tener perfiles en Twitter, Facebook e Instagram, a modo de escaparate para captar clientes, pero su hábitat son sus canales de Telegram, uno gratuito y otro de pago (con un coste de unos veinticinco euros mensuales), desde donde ofrecen los pronósticos, como es lógico en el canal de pago ofrecen más apuestas y supuestamente más fiables. Estos *tipsters* ganan más dinero con las suscripciones a sus canales de pago, con la publicidad y con los acuerdos con las casas de apuestas que del hecho de apostar. Les llamamos publicistas porque dedican sus esfuerzos en hacer márketing para captar clientes. Su retórica está repleta de referencias a su excelencia como pronosticador, aunque nunca disponen de estadísticas verificadas, en consecuencia, sus habilidades son continuamente puestas en entredicho.
- **Profesional.** *Tipsters* que han acreditado su habilidad como pronosticadores. No están presentes en las redes sociales de masas. Disponen de estadísticas verificadas y pueden contratarse sus servicios a través de webs especializadas (bet2earn, betstyle, Investment). Sus honorarios varían en función de la calidad, des de treinta euros a los quinientos euros mensuales, pero con una fiabilidad contrastada.
- **Aspirante.** Son jóvenes que visto el estilo de vida y las ganancias de los *tipsters* publicistas quieren convertirse en uno ellos. A grandes rasgos, proceden como estos, pero sin disponer de una cartera de clientes suficiente para vivir de las apuestas. En algunos casos, convertirse en aspirante a *tipster* representa un «salto adelante» cuando el juego patológico empieza a hacer mella.
- **Estafador.** La ilegalidad de la comunidad apostadora propicia que su actividad sea reclamo para fulleros y estafadores. La finalidad de este perfil es ganar dinero a costa de la inocencia (o la avaricia) de los apostadores. Se presentan como *tipsters*, pero no tienen ningún conocimiento sobre los deportes. Los métodos que emplean son diversos, pero el más recurrente es vender, a precios notoriamente caros (más de cien euros) el resultado de un partido supuestamente amañado. En ocasiones, garantizan que

en el caso que se falle la apuesta se devolverá el dinero. Pero ni el partido está amañado ni si se devuelve el dinero si se falla.

¿Por qué los *tipsters* publicistas representan un riesgo?

Porque bajo la pátina de profesionalidad y de apariencia de dominio del sector de las apuestas, se esconden estrategias comerciales que solo persiguen el lucro propio a costa de los jóvenes. Además, este tipo de *tipsters* hacen ostentación de un estilo de vida lujoso: conducen coches deportivos, cenan en restaurantes de lujo, se hospedan en hoteles de cinco estrellas, participan en fiestas glamorosas de la *jet set*, etc. Sin olvidar que muestran apuestas de tres, cinco o diez mil euros, cantidades totalmente exorbitadas para el común de las economías familiares. Toda esta ostentación provoca que los jóvenes piensen que si siguen sus pronósticos podrán mantener un estilo de vida de lujo.

¿Debemos regular la figura del *tipster*?

Sí, sin duda. La alegaldad en que se mueven propicia las tropelías, los engaños y las prácticas deshonestas. Según nuestro parecer la situación mejorará cuanto todo *tipster*, para ejercer como tal, deba acreditar su actividad con estadísticas verificadas por un ente imparcial.

¿Los *tipsters* mantienen relaciones comerciales con las casas de apuestas?

Sí, los *tipsters* mantienen relaciones de patrocinio con las casas. La más clásica es el coste por acción (CPA) que consiste en invitar a los apostadores a registrarse a una casa mediante el hipervínculo que él les ofrece. Por cada nuevo cliente que se registra a la casa gracias al link del *tipster*, ésta le da una cantidad fija de dinero (habitualmente treinta euros).

¿Los *tipsters* en ocasiones pronostican estratégicamente mal para hacer ganar las casas de apuestas?

Diferentes voces señalan que los *tipsters* cobran de las casas de apuestas un porcentaje de las pérdidas de aquellos clientes que ellos propiciaron que se registrasen. Esta práctica llamada *share revenue* es un secreto a voces, pero no existen evidencias solventes que acrediten su existencia. Es lógico que los implicados escondan estas acciones por su naturaleza poco ética. Una regulación que obligase a mantener relaciones transparentes entre *tipsters* y casas de apuestas evitaría este tipo de abusos.

¿Por qué son atractivos los *tipsters* para los jóvenes apostadores?

Por dos motivos. El primero, de orden formal, porque ofrecen el pronóstico de resultados, a priori con ciertas garantías. El segundo, de naturaleza simbólica, porque se sienten extrema-

damente atraídos por su estilo de vida, ya que los *tipsters* ostentan una posición de riqueza derivada del mundo de las apuestas.

¿Quiénes son los *antitipsters*?

Los *antitipsters* son personas, en algunos casos ludópatas, que luchan contra las malas prácticas de los *tipsters* con la intención de desmontarles el negocio. Las prácticas para atacarles son diversas, desde llevar unas estadísticas paralelas para evidenciar que mienten, a difundir el testimonio de personas estafadas. La finalidad última, no solo es que los apostadores potenciales desestimen contratar los servicios de los *tipsters*, sino que desistan de seguir cualquier recomendación por muy fiable que parezca. Todo desde una profunda acritud hacia todo aquello que remita a *tipstery* al mundo de las apuestas.

9. CUESTIONES DE GÉNERO

¿Cuáles son las diferencias de género en las apuestas deportivas?

La diferencia de género en el sector de las apuestas deportivas es absoluta. El márketing de las apuestas está pensado por y para la población masculina. La presencia de las mujeres es secundaria y normalmente dependiente de su grupo de iguales y de su pareja.

10. ASPECTOS PREVENTIVOS

¿Cómo podemos mejorar la prevención de los riesgos asociados a las apuestas deportivas?

Las evidencias procedentes de la prevención en el ámbito de las drogas son de gran utilidad en el ámbito de las apuestas. Por ejemplo, evitar realizar talleres formativos en centros escolares que no tengan ningún tipo de continuidad. Además, debemos evitar que los ludópatas rehabilitados realicen tareas de prevención. Los programas deben ser multicomponente con especial implicación de la familia. La literatura norteamericana señala la efectividad de explicar a los jóvenes cómo funciona la industria del juego (diseñada para que gane ella) y enseñarles nociones de matemáticas que demuestran cómo es inevitable que el jugador pierda.

¿Qué aspectos deben regularse para mejorar la prevención ambiental?

Son diversos los aspectos que deben regularse para mejorar la prevención ambiental. A destacar, regular la figura del *tipster*, prohibir la publicidad en horario protegido, control estricto para acceder a los salones de juego, prohibir las notificaciones, los bonos y las *freebets*, regular el número de licencias de salones, bajar los límites de tiempo y dinero que las cuentas onli-

ne tienen por defecto cuando se abren, fortalecer el programa de autoexclusión, separar las webs de apuestas deportivas de las webs de los casinos online.