

UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA
Departamento de Ingeniería Comercial

Factores que influyen en la participación de jóvenes en plataformas de Apuestas Deportivas online.

Martin Felipe González García
INGENIERIA COMERCIAL
Diciembre 2024

UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA
Departamento de Ingeniería Comercial

**Factores o variables de decisión de los jóvenes para
comenzar su participación en casas de apuestas online
deportivas.**

Tesis presentada por

Martín Felipe González García

Como requisito para optar al Título de

INGENIERO COMERCIAL

Director de Tesis: **Juan Pablo Subiabre**
Diciembre 2024

TITULO DE TESIS: Ingeniero Comercial

“Factores o variables de decisión de los jóvenes para comenzar su participación en casas de apuestas online deportivas”

AUTOR:

MARTÍN FELIPE GONZÁLEZ GARCÍA

TRABAJO DE TESIS, presentando en cumplimiento parcial de los requisitos para el Título de Ingeniero Comercial de la Universidad Técnica Federico Santa María.

Observaciones:

Juan Pablo Subiabre

Director de Tesis

Álvaro Marcelo Chacón

Correferente

Santiago, Diciembre 2024

Todo el contenido, análisis, conclusiones
y opiniones vertidas en este estudio son
de mi exclusiva responsabilidad.

Nombre: Martin Felipe González García

Firma:

Fecha: Diciembre, 2024

AGRADECIMIENTOS

En este momento, quiero comenzar expresando mis agradecimientos a todas las personas que de forma directa o indirecta, fueron clave en mi desarrollo profesional, quienes confiaron en mí y me dieron las herramientas necesarias para lograr cada uno de los objetivos que me propuse a lo largo de toda esta etapa.

En primer lugar, quiero dedicar un gran reconocimiento a mi familia, mi mayor fuente de apoyo, quienes estuvieron presente en todo momento, de manera que, siempre me brindaron amor y compañía en este proceso. Mis abuelos, quienes me enseñaron a luchar por las metas que me propuse en un inicio y, de esta manera, me guiaron a través de su experiencia y sabiduría. Mis padres, que me brindaron su apoyo incondicional y me motivan a salir adelante todos los días por medio de la perseverancia y los valiosos consejos desde el amor, también mis hermanos, quienes me han acompañado y brindado momentos de distracción que me ayudaron en situaciones difíciles. A todos ellos, les doy mi gratitud por alcanzar este gran desafío personal y profesional.

Quiero agradecer en especial a mi pareja quien me apoyó de manera incondicional en momentos complejos, brindándome amor, apoyo, compañía, alegría y enseñanzas en toda situación, ayudándome a avanzar en este proceso académico. Además, quiero expresar mi gratitud a mi mentor de tesis, el docente Juan Pablo Subiabre, al que respeto y admiro profundamente por su función como educador y por su alto nivel humano. Su compromiso y dedicación ha sido esencial para poder progresar en este proceso. El alto nivel de formación que tiene, donde siempre ha estado dispuesto a guiarme y orientarme en todo momento, proporcionando recomendaciones y observaciones orientadas a potenciar mi investigación y mi aprendizaje, han sido fundamentos esenciales para mi desarrollo profesional. Aprecio mucho el haber tenido su respaldo en cualquier circunstancia, manteniendo una fuerte relación entre profesor y estudiante.

Además, quiero resaltar a aquellos que fueron un soporte esencial en mi pedagogía, todos los profesores que he conocido durante estos cinco años. Debido a ellos, pude obtener nuevos conocimientos y prácticas, proporcionando a mí momentos de aprendizaje, responsabilidad y vivencias tanto en el ámbito laboral como en el cotidiano.

Para concluir, deseo expresar mi agradecimiento a la institución, que durante todos estos años académicos me proporcionó un ambiente de estudio agradable, con todos los recursos requeridos para progresar en este camino como futuro profesional.

RESUMEN EJECUTIVO

Este estudio se realiza en el contexto de la carrera de Ingeniería Comercial, enfocado especialmente en un grupo de la población compuesto por jóvenes de entre 18 y 25 años de edad. Esta actividad se ha expandido a nivel mundial en los últimos tiempos, con un aumento significativo en la participación de los jóvenes, a causa de varios factores que inciden en su decisión de iniciar a apostar en línea.

El objetivo de este estudio es aportar información relevante acerca de las actitudes de los nuevos jugadores, la misión del marketing en relación a las casas de apuestas, y la influencia que poseen sus promociones y bonificaciones respectivamente. En cambio, se analizan los factores psicológicos que afectan la decisión de iniciar a apostar, como la presión social, que motiva a los jóvenes a involucrarse en las apuestas deportivas en línea debido a la necesidad de integrarse en la sociedad. Mediante diversas herramientas, se busca explorar el asunto de los riesgos vinculados a estas apuestas y las repercusiones que pueden tener en la salud mental y en el contexto financiero de los jóvenes.

Uno de los propósitos de la investigación es establecer el impacto de las promociones de las distintas casas de apuestas en la toma de decisiones de los nuevos usuarios, cuán influyentes son estas campañas y verificar si consiguen atraer la atención de estos jóvenes. Además, se busca examinar las metas que tiene dicho segmento en relación a estas apuestas, resaltando las principales razones vinculadas a obtener ganancias de manera sencilla y rápida.

Además del progreso tecnológico, las apuestas dejaron de ser una actividad exclusiva para la población de edad avanzada, convirtiéndose hoy en día en una práctica muy común entre los jóvenes. Además, el perfil del apostador ha experimentado cambios, impactando de alguna forma a las casas de apuestas que ahora deben incluir publicidad y promociones para atraer a un segmento más amplio. Esto ha despertado un interés en investigar cómo estos sitios web toman sus decisiones en relación a las promociones y bonos con el fin de atraer a más clientes y, de esta manera, mantener un cuidado acerca de los riesgos y términos legales que deben considerarse como incentivos para las apuestas deportivas en línea.

A través de un estudio que incluye aspectos de marketing, psicología y análisis de datos, el objetivo es proporcionar una perspectiva más precisa de las variables que afectan al público objetivo al iniciar a apostar en línea, así como los riesgos vinculados a ello. Además, se busca fomentar una cierta conciencia en la población acerca de la salud mental y las conductas que impactan tras efectuar una apuesta, esperando que estos hallazgos aporten a nuevas tácticas de comunicación, conocimiento financiero previo y regulación de acceso para evitar una excesiva implicación de los jóvenes en estas actividades.

ABSTRACT

This study is conducted in the context of the Commercial Engineering career, focusing especially on a population group composed of young people between 18 and 25 years of age. This activity has expanded worldwide in recent times, with a significant increase in the participation of young people, due to several factors that affect their decision to start gambling online.

The objective of this study is to provide relevant information about the attitudes of new players, the mission of marketing in relation to bookmakers, and the influence of their promotions and bonuses respectively. On the other hand, psychological factors that affect the decision to start betting are analyzed, such as social pressure, which motivates young people to get involved in online sports betting due to the need to integrate into society. Using various tools, we seek to explore the issue of the risks associated with these bets and the repercussions they can have on the mental health and financial context of young people.

One of the purposes of the research is to establish the impact of the promotions of the different bookmakers on the decision making of new users, how influential these campaigns are and to verify whether they manage to attract the attention of these young people. In addition, we seek to examine the goals that this segment has in relation to these bets, highlighting the main reasons linked to obtaining profits in a simple and fast way.

In addition to technological progress, betting has ceased to be an activity exclusive to the elderly population, becoming today a very common practice among young people. In addition, the profile of the bettor has undergone changes, impacting in some way the betting houses that now must include advertising and promotions to attract a wider segment. This has sparked an interest in investigating how these websites make their decisions regarding promotions and bonuses in order to attract more customers and, in this way, keep a watchful eye on the risks and legal terms that should be considered as incentives for online sports betting.

Through a study that includes aspects of marketing, psychology and data analysis, the objective is to provide a more accurate perspective of the variables that affect the target audience when they start betting online, as well as the risks linked to it. In addition, it seeks to foster a certain awareness in the population about mental health and the behaviors that impact after placing a bet, hoping that these findings will contribute to new communication tactics, prior financial knowledge and access regulation to avoid excessive involvement of young people in these activities.

INDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	11
2. ORIGEN Y PROPÓSITO DEL ESTUDIO.....	13
2.1 TENDENCIAS ACTUALES SOBRE LAS APUESTAS ONLINE.....	13
3. OBJETIVOS.....	17
3.1 OBJETIVO GENERAL.....	17
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	17
4. ALCANCE DEL ESTUDIO.....	18
4.1 LIMITACIONES.....	18
5. ESTADO DEL ARTE	19
5.1 ANTECEDENTE DEL ESTADO DEL ARTE.....	19
5.2 ESTADO ACTUAL DE LA INVESTIGACIÓN.....	20
5.3 DESCRIPCIÓN DEL SUJETO DE ESTUDIO.....	21
5.4 MARCO TEÓRICO DEL ESTADO DEL ARTE.....	22
5.4.1 INFLUENCIA DE CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD DE LAS APUESTAS DEPORTIVAS.....	33
6. PROPUESTA METODOLÓGICA.....	35
7. APLICACIÓN METODOLÓGICA.....	37
7.1 FORMATO ENTREVISTA.....	37
7.2 FORMATO COMPARACIÓN CAMPAÑAS PUBLICITARIAS DE CASAS DE APUESTAS.....	41
8. RESULTADOS.....	46
8.1 RESULTADOS ENTREVISTA.....	46
8.2 RESULTADOS COMPARACIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS POR CASAS DE APUESTAS.....	49
9. CONCLUSIONES.....	52
9.1 CONCLUSIONES ENTREVISTA.....	52
9.2 CONCLUSIONES CAMPAÑAS PUBLICITARIAS.....	53

9.3 CONCLUSIONES BONOS DE BIEVENIDA.....	54
10. RECOMENDACIONES.....	55
11. BIBLIOGRAFÍA.....	57

ÍNDICE DE TABLAS

<u>Tabla 1 “Iniciativas para fiscalizar plataformas de apuestas”.</u>	24
<u>Tabla 2 “Campañas diferentes casas de apuestas”.</u>	28
<u>Tabla 3 “Preguntas para segmentar”.</u>	39
<u>Tabla 4 “Variable que influye en decisión inicial de apostar”.</u>	39
<u>Tabla 5 “Impacto entorno de apostadores”.</u>	40
<u>Tabla 6 “Frecuencia de apuestas”.</u>	40
<u>Tabla 7 “Publicidad sobre apuestas”.</u>	40
<u>Tabla 8 “Contenido publicidad sobre apuestas”.</u>	40
<u>Tabla 9 “Edad iniciación como apostador”.</u>	41
<u>Tabla 10 “Motivación para apostar”.</u>	41
<u>Tabla 11 “Presupuesto para apuestas”.</u>	41
<u>Tabla 12 “Consciencia sobre presupuesto en apuestas”.</u>	41
<u>Tabla 13 “Conocimiento de riesgos asociados a las apuestas”.</u>	41
<u>Tabla 14 “Cambio comportamiento por perdida en apuestas”.</u>	42
<u>Tabla 15 “Campaña publicitaria 1”.</u>	42
<u>Tabla 16 “Campaña publicitaria 2”.</u>	45
<u>Tabla 17 “Respuestas preguntas de segmentación”.</u>	47
<u>Tabla 18 “Respuestas factores que influyen en decisión de apostar”.</u>	47
<u>Tabla 19 “Respuestas frecuencia de apuestas”.</u>	48
<u>Tabla 20 “Respuestas impacto de campañas publicitarias sobre apuestas deportivas”.</u>	49
<u>Tabla 21 “Respuestas edad de inicio en apuestas deportivas y sus motivaciones”.</u>	49
<u>Tabla 22 “Respuestas conocimiento de riesgos”.</u>	50

ÍNDICE DE FIGURAS

<u>Figura 1 “Frecuencia apuestas estudio”.</u>	16
<u>Figura 2 “Popularidad Apuestas Online”.</u>	32
<u>Figura 3 “Medio de conocimiento de las apuestas deportivas”.</u>	33
<u>Figura 4 “Interés en apostar”.</u>	34
<u>Figura 5 “Elementos influyentes en publicidad de las apuestas deportivas”.</u>	35
<u>Figura 6 “Campaña Coolbet 1”.</u>	43
<u>Figura 7 “Campaña Betano 1”.</u>	44
<u>Figura 8 “Campaña Coolbet 2”.</u>	45
<u>Figura 9 “Campaña Betano 2”.</u>	46

1. INTRODUCCION

En la actualidad, las plataformas de apuestas deportivas en línea han adquirido cada vez más relevancia en este mundo tan sofisticado y tecnológico, permitiendo hacer apuestas de manera cómoda y desde el hogar. Esto ha despertado un gran interés en jóvenes, especialmente entre 18 y 25 años, lo que ha provocado una significativa transformación en el perfil del apostador convencional. Lo que anteriormente se relacionaba con hombres adultos con un empleo estable, ha experimentado ciertos cambios en las nuevas generaciones de cualquier tipo de apostador, con el objetivo de conseguir beneficios financieros de manera rápida y sencilla.

En ese sentido, al modificar el comportamiento cotidiano del apostador, se observan variaciones en el marketing de las casas de apuestas. En este ámbito, se ha demostrado un sistema más selectivo y focalizado con el objetivo de atraer la atención de este público meta a través de diferentes promociones, tácticas de gamificación, bonos de bienvenida y bonos de referencia. Los sitios web de apuestas han detectado y entendido que el grupo de jóvenes es el más involucrado en estas clases de promociones. Por ello, se ha intensificado principalmente en las redes sociales la publicidad a través de personas reconocidas con el objetivo principal de incentivar a apostar y obtener ganancias rápidas.

Sin embargo, las consecuencias de este fenómeno no solo han sido comerciales, sino que también han generado inquietudes en áreas de salud mental y emocional, además de los peligros financieros a los que se enfrentan los usuarios. Al no poseer la experiencia adecuada en este asunto, impactan varias variables o elementos que se analizarán de manera específica en el estudio, como la presión social que los impulsa a involucrarse sin un entendimiento profundo de estas actividades, solo con el objetivo de encajar en la sociedad o en el ambiente cercano que se tiene.

El objetivo de esta investigación es examinar cómo las apuestas deportivas afectan a los jóvenes en su vida diaria, examinando las diferentes perspectivas tanto del público meta, como de las empresas de apuestas con sus métodos empleados. Mediante una estrategia que incorpora entrevistas no representativas y análisis de datos secundarios, el objetivo es reconocer los elementos que inciden en las decisiones de los jóvenes al iniciar a apostar y cómo estas decisiones pueden tener repercusiones en su salud y conducta.

Este análisis en el campo de la Ingeniería Comercial ubica atención a una disciplina que se centra en el análisis de las distintas tácticas de marketing y comunicación utilizadas por las casas de apuestas. Por otro lado, se busca aportar una investigación acerca de los riesgos vinculados con el objetivo de sensibilizar y evaluar el riesgo vinculado a esta actividad, de esta forma, minimizar las consecuencias negativas que implica.

La estructura de la investigación se fundamenta en varios segmentos que contribuyen de manera significativa al análisis.

En primer lugar se muestra el origen y propósito, donde se resalta el público a estudiar y las áreas que se desean enfatizar en dicha investigación, además de mencionar la evolución que se ha realizado con respecto al tema de casas de apuestas online.

Luego se establecen los objetivos, ya sean generales o particulares, enfocados en el análisis y estudio de los factores y variables más relevantes que afectarán la toma de decisiones del público objetivo al iniciar el camino del apostador.

En tercer lugar, se abarca el contexto de la investigación, definiendo las restricciones y el segmento particular que se enfocará en este análisis.

A continuación, se expone el estado del arte, teniendo en cuenta las fuentes secundarias estudiadas y un marco teórico pertinente para establecer la condición actual del asunto.

En relación con la propuesta y aplicación metodológica, es importante destacar la combinación entre la revisión bibliográfica del tema de investigación y la utilización de un instrumento como la entrevista no representativa, con el objetivo de examinar las diferentes variables que inciden en estas actividades.

Por lo tanto, se consiguen los resultados que aportan un significativo progreso a este estudio, permitiendo verificar si los elementos analizados al inicio realmente inciden en la toma de decisiones de un nuevo usuario.

En la penúltima sección se presentan las conclusiones en relación a los resultados expuestos, junto con la información recolectada al inicio, reflexionando y mostrando la importancia que cada elemento otorgó a la investigación.

En la última sección se presentan las recomendaciones que promueven un mayor entendimiento y atención sobre este asunto tan sensible relacionado con las apuestas deportivas en línea, ya sea en aspectos económicos, sociales o psicológicos.

2. ORIGEN Y PROPÓSITO DEL ESTUDIO

Esta investigación surge de forma innovadora en relación a la situación actual en la que nos encontramos, donde cada vez se nota que el asunto de las apuestas es conocido y reconocido por un gran número de personas. Por esta razón, se busca examinar cómo estos sitios web en línea afectan e impactan de diferentes maneras a un segmento de la sociedad. Todo este estudio se llevará a cabo de manera específica y diversa, ya que se enfoca en un grupo particular de la población, que corresponde a los adolescentes y adultos jóvenes. *“En los últimos años el perfil del jugador se ha rejuvenecido notablemente: ha pasado de ser hombres mayores de clase obrera a jóvenes-adultos entre 18 y 25 años.”* (Montañés, 2019)

Este análisis se basa en una serie de motivaciones fundamentales, surgidas con la intención de proporcionar datos sobre este tipo de casas de apuestas. Inicialmente, estas se encontraban ubicadas de manera física, pero han evolucionado con el paso del tiempo, la tecnología y la innovación, transformándose en aplicaciones, páginas web, entre otras. Así, ha ofrecido a la sociedad una mayor facilidad para apostar de manera cómoda, con el objetivo de evaluar los factores o variables que inciden directamente en lo anteriormente mencionado y alcanzar la demanda adecuada frente a ello.

En el ámbito personal, esta memoria se elabora con el objetivo de potenciar y enriquecer habilidades relacionadas con la recolección de datos, estadística, marketing, y logro emplear conocimientos anteriores como las variables e incentivos que pueden influir en la toma de decisiones del grupo de estudio en el contexto presente.

En el campo de la Ingeniería Comercial, este estudio podría contribuir acerca de la implementación de varias estrategias de comunicación y marketing a través de la recolección de datos, enfocada en entender los riesgos vinculados a las conductas de los adolescentes. Además, se busca aportar de manera consciente las repercusiones de este fenómeno en el mercado.

El enfoque de esta investigación está estrechamente vinculado con la carrera de Ingeniería Comercial, ya que nos presenta varias tácticas empleadas por las casas de apuestas para captar a jóvenes a través de técnicas de marketing, las cuales pueden ser reconocidas como un medio para motivar y potenciar la participación en apuestas deportivas, abarcando distintas materias incluidas en el currículo.

2.1 TENDENCIAS ACTUALES SOBRE LAS APUESTAS ONLINE

En el contexto actual, este asunto es crucial, ya que en numerosas circunstancias, los resultados de las diferentes decisiones que adoptan los jóvenes pueden impactar directamente en su bienestar emocional o salud mental. Por esta razón, este estudio tiene como objetivo identificar tanto las causas de manera exhaustiva

como señalar las repercusiones que se generan en relación a las señaladas casas de apuestas.

En este estudio se analizarán los distintos elementos que influyen en la toma de decisiones de los apostadores novatos, particularmente en las plataformas de apuestas deportivas en línea. Además, es imprescindible citar en su totalidad las expectativas de la población objetivo respecto a los beneficios rápidos e inmediatos que proporcionan estas páginas. *“La encuesta ESTUDES informa sobre un aumento de la prevalencia de las apuestas online, que pasa del 6,4% en 2016, al 10,3% en 2018.”* (Lloret, 2022)

Un aspecto crucial de este estudio se refiere a las promociones que ofrecen las casas de apuestas, que incluyen bonos de bienvenida, promociones por partido único, por ligas especiales, entre otros. El objetivo de este estudio es determinar la relevancia del material mencionado previamente para los nuevos consumidores, evaluando si tiene un rol esencial en tal circunstancia. Durante este estudio, es crucial destacar de manera exhaustiva una causa directa en la población a investigar, que es la presión social que provoca en los adolescentes el apostar. A través de diversos métodos de estudio, se examinará este aspecto psicológico.

Se examinarán las diversas tácticas de marketing empleadas por las empresas de apuestas en línea para motivar a la juventud a adentrarse en este universo. A través de este canal, se analizarán las elecciones que verdaderamente caen en dicha tentación, manteniendo el mismo propósito de elegir un beneficio económico adicional.

En un estudio realizado por medio de una encuesta a estudiantes de Bachillerato se obtuvieron resultados acerca de la frecuencia de apuestas deportivas, lo cual es un antecedente relevante para esta investigación.

Frecuencia de apuestas deportivas



Figura 1 “Frecuencia apuestas estudio”. Fuente: (Mateu, 2016)

Para seguir con el estudio sobre los elementos que influyen directamente en las decisiones de los jóvenes al iniciar a apostar en línea, se busca emplear la herramienta SMART. Esta proporcionará una mejor evaluación y definición de los objetivos de diferentes métodos, con el objetivo de poder definir los objetivos de manera más precisa y breve en relación con la investigación actual.

En el primer punto que se refiere a lo **específico**, se puede apreciar a través del título y el origen que este estudio se propone dirigirse a una población segmentada, examinando los elementos esenciales que afectan sus decisiones en relación al sector de las apuestas deportivas en línea.

A continuación, se puede determinar que es un tema **medible**, en relación a los variados estudios y artículos que nos proporcionan datos corroborados sobre estas variables. Además, es importante señalar que se enfoca en un segmento de la población específico, lo que hace que la información sea más limitada y específica de cierto punto.

Se aborda un tema **alcanzable**, gracias a las diversas técnicas de investigación disponibles, en las que se deben recopilar y examinar datos pertinentes para la investigación, incluyendo un análisis con perspectiva de fuentes secundarias. Es importante destacar que este Seminario tiene un beneficio significativo ya que se experimentarán progresos constantes cada cierto tiempo, donde profesionales proporcionan soporte continuo para mejorar dicha búsqueda.

Por lo tanto, se puede señalar como un asunto de importancia, ya que ocasionalmente genera efectos e impactos en diferentes sectores de los consumidores. A nivel nacional, resulta crucial el cuidado y control de determinadas decisiones que adopta el adulto joven. De esta forma, hace referencia y vincula dicho punto con el último eslabón de la herramienta SMART, donde en el aspecto temporal, se puede apreciar una tendencia actual en relación a estas casas de apuesta, llegando a mantener vínculos directos con grandes patrocinios.

3. OBJETIVOS

En este estudio, el objetivo será proponer varios tipos de metas, con el objetivo de analizar con más profundidad las diferentes variables que afectan la elección de los jóvenes de empezar a invertir en casas deportivas. El objetivo es entender cómo los distintos elementos y propagandas afectan la conducta de los nuevos jugadores de apuestas. Cada meta se establece de manera estratégica para dar más profundidad al estudio, proporcionando referencias esenciales durante el desarrollo del análisis.

3.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar y comparar los principales factores que existen en la toma de decisiones de un nuevo consumidor sobre las casas de apuestas deportivas online principalmente en la población de adolescentes y adulto joven, buscando entender las múltiples variables en diversos ámbitos tales como sociales y económicos que influyen en su participación.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Analizar si fue una decisión propia o es impulsada por medio de estrategias de marketing que incentivaron esta práctica dentro de la población.
- ✓ Clasificar las principales variables que influyen en la decisión de iniciar apuestas en jóvenes.
- ✓ Analizar el rol de las redes sociales en la promoción de apuestas, investigando sobre cómo estas herramientas afectan en el comportamiento del público objetivo.
- ✓ Distinguir que factor tiene mayor influencia en la decisión de iniciar una apuesta.

4. ALCANCE DEL ESTUDIO

En este estudio, el objetivo será proponer varios tipos de metas, con el objetivo de analizar con más profundidad las diferentes variables que afectan la elección de los jóvenes de empezar a invertir en casas deportivas. El objetivo es entender cómo los distintos elementos y propagandas afectan la conducta de los nuevos jugadores de apuestas. Cada meta se establece de manera estratégica para dar más profundidad al estudio, proporcionando referencias esenciales durante el desarrollo del análisis.

Por lo tanto, el conjunto de estas variables permitirá entender con mayor exactitud el comportamiento de los nuevos consumidores y la obligación que se asume al inicio del viaje del apostador.

En este estudio, el objetivo principal es examinar una población objetivo que se sitúe en la adolescencia, con el fin de determinar cuán influenciables son con la sociedad contemporánea. Además, se tiene otra perspectiva que con el resto de los segmentos, ya que en estas etapas usualmente no tienen un ingreso fijo mensual, por lo que se considera examinar la elección de este sector específico en la búsqueda de beneficios de manera eficaz. Por otro lado, en esta fase se sigue de manera constante la moda y los grupos de afinidad, donde estas casas de apuestas en línea han cobrado relevancia en los últimos años, produciendo aumentos considerables.

Por esta razón, la revisión bibliográfica tiene como objetivo incluir investigaciones que proporcionen datos sobre los factores previamente mencionados, además de citar las diferentes plataformas de redes sociales presentes y cómo afectan a través de publicidad a la población a analizar.

4.1 LIMITACIONES

Una gran restricción en este estudio es conseguir una alta representatividad, ya que no se pretende abarcar a toda la población, sino a un grupo de estudio específico que considere las diferentes variables a analizar. Por esta razón, no resulta apropiado generalizar los hallazgos ni vincular a toda la población.

En relación a la recolección de la información requerida para realizar el estudio, es importante destacar que es una labor ardua, ya que la elaboración de filtros para identificar estudios que respalden lo que se busca lograr, debe llevarse a cabo de manera meticulosa, previniendo la generación de una gran variabilidad.

5. ESTADO DEL ARTE

En relación al estado actual de este estudio, es imprescindible citar el uso de referencias bibliográficas que facilitarán y apoyarán el progreso de este estudio, proporcionando información y datos pertinentes que respaldan el problema de investigación a analizar.

Así, se definirá un método para categorizar las fuentes halladas, para después filtrarlas en función de su importancia y aportación en relación al estudio. Además, se podrá establecer qué ideas han sido más investigadas y desarrolladas, y por otro lado, qué ideas no han sido debidamente analizadas y requieren una mejor explicación.

Esto facilitará la construcción de un marco teórico que reúne toda esta información en varios segmentos, con el objetivo de comprender de forma más efectiva las tendencias de los jóvenes desde su inicio en las apuestas deportivas en línea, donde se identificarán diversas variables que afectan el comportamiento de los consumidores.

5.1 ANTECEDENTE DEL ESTADO DEL ARTE

El objetivo es respaldar la mayor cantidad de información que se realizará durante este estudio, con el objetivo de proporcionar contenido útil que proporcione respaldo para dar inicio a este problema de investigación.

En el estudio de esta búsqueda, es imprescindible destacar las diferentes clases de fuentes esenciales para el avance de este estudio. Inicialmente, se presentan las fuentes esenciales, que nos proporcionarán el respaldo requerido para apoyar la información que se discutirá a lo largo del informe, lo que permitirá mantener la investigación pertinente para dicha búsqueda.

En cambio, existen las fuentes específicas, que se distinguen por detallar de manera más precisa el fenómeno de investigación, consiguiendo de esta manera información más exacta para el análisis. Este tipo de fuentes es imprescindible para el progreso del estudio, ya que proporcionan una perspectiva más exacta.

En tercer lugar, se encuentran las fuentes generales, que proporcionan información más extensa para este estudio, proporcionando respaldo a diversas perspectivas que pueden ser consideradas en el estudio. Aunque no poseen tanta relevancia en comparación con la investigación tan detallada que se realiza, aportan a una mejor comprensión del fenómeno a investigar.

Para concluir, estas tres clases de referencias son imprescindibles para enriquecer de manera más efectiva la organización y el fenómeno a investigar, proporcionando un vasto conjunto de datos respaldados para tal estudio.

5.2 ESTADO ACTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

Actualmente, este asunto de estudio sobre el comportamiento de los jóvenes apostadores en el ámbito nacional no ha tenido la importancia ni el reconocimiento que realmente merece, especialmente al contrastarlo con otros países, que han realizado varias investigaciones más exhaustivas sobre las diversas variables presentes al comienzo del viaje de un apostador. Por lo tanto, en la mayoría de las situaciones, se recurre a investigaciones sobre investigación internacional, donde se ha conservado un estado más detallado de este asunto.

Esta carencia de investigación en nuestro país acerca de la conducta de los jóvenes apostadores deja un hueco que restringe la habilidad para elaborar nuevas tácticas para prevenir y educar a este grupo sobre el peligro al que se exponen. La falta de conocimiento exhaustivo de los elementos que incentivan a los jóvenes a involucrarse en estas actividades, obstaculiza la posibilidad de establecer acciones que promuevan un juego responsable, señalando las repercusiones adversas que puede alcanzar.

Además, es importante subrayar la relevancia de promover investigaciones que tengan impacto en este asunto, ya que estas investigaciones pueden aportar a un análisis más exhaustivo del fenómeno. En este contexto, podría ser necesario implementar programas educativos con prevenciones relacionadas con el tema de casinos en línea. De esta manera, se puede fomentar un ambiente más seguro y consciente en el ámbito de las apuestas, logrando así un juego más responsable e informado

Este asunto de las casas de apuestas en la actualidad ha generado una gran polémica en torno a la legalidad de esta en relación con menores de edad, lo que implica entender la ética y responsabilidad para dicho sector. Por lo tanto, en varios países se ha intentado hacer modificaciones en estos sitios web.

“Perú no es la excepción y en ese contexto hace algunos años han surgido iniciativas por parte del gobierno mediante la ley 31557 y su modificatoria mediante ley 31806 de poder reglamentar dicho tipo de negocios, con la finalidad de proteger a los consumidores, supervisar la legalidad de las operaciones de estos negocios, así como aprovechar la oportunidad de poder obtener una mayor recaudación tributaria.” (Bach. Velasquez Doig, 2024)

Además, es importante destacar el contenido de la publicidad que se utiliza, que ha ganado gran relevancia durante el crecimiento e interés que ha surgido en las casas de apuestas en los últimos años. Estas deben adherirse a determinados requisitos y normativas para así poder promover una promoción responsable hacia los clientes.

En primer lugar, *“la publicidad dirigida a menores de edad de casas de apuestas está prohibida, pero ello no significa que los adolescentes no se encuentren sometidos al impacto de la misma.”* (Rodríguez, UVA repositorio documental, 2023)

En segundo lugar, es importante destacar que la publicidad debe ser auténtica y no engañosa. Por lo tanto, debe contar con términos y condiciones que destaquen la información requerida para dicho tipo de apuesta en particular, siguiendo reglas claras y sencillas. De esta manera, se podrá mantener a un apostador informado.

Si bien, estas promociones mantienen un margen de aceptación a los términos propuestos por la casa de apuestas, según estudios se menciona acerca de que *“Los jóvenes parecen ser más sensibles a los contenidos publicitarios, sobre todo a los incentivos monetarios.”* (Rodríguez, UVA Repositorio Documental, 2023)

En base a lo anterior se debe tener conciencia y cuidado sobre la audiencia a tratar, debido a que, *“la publicidad del juego afecta a la población juvenil, influyendo en las actitudes y percepción de la misma.”* (Marcos, 2019)

Esta razón puede influir directamente en el progreso de sus vidas, tanto en un contexto social como personal, lo que puede provocar efectos perjudiciales en la manera de interactuar en su ambiente.

5.3 DESCRIPCIÓN DEL SUJETO DE ESTUDIO

En primer lugar, es necesario definir el concepto de juventud para establecer correctamente la descripción del sujeto de estudio de esta investigación para esto la Organización Mundial de la Salud establece la diferencia entre adolescente y juventud, con los siguientes parámetros, 10-19 años y 15-24 años respectivamente. (Serapio, 2006)

Esta investigación se centrará en los adolescentes, enfocándose en identificar los elementos que afectan sus decisiones al comenzar su participación en casas de apuestas deportivas en línea. Para ello, es necesario mencionar la definición de apuestas donde según la RAE es *“Arriesgar cierta cantidad de dinero en la creencia de que algo, como un juego, un a contienda deportiva, etc., tendrá tal o cual resultado; cantidad que en caso de acierto se recupera aumentada a expensas de las que han perdido quienes no acertaron.”* (RAE, 2024)

Por otra parte es necesario mostrar la diferencia conceptual entre apuestas deportivas y juegos de azar, donde este último se define de la siguiente manera, *“es un tipo de juego en el que la posibilidad de ganar o perder está condicionada por el azar, es decir, no depende exclusivamente de la habilidad del jugador.”* (García Ruiz, Buil, & Solé Moratilla, Adicciones, 2015)

En un contexto el cual cada día se ve más reconocido este rubro de forma en línea, resaltan conceptos que no se pueden pasar por alto como viene siendo la ludopatía, que según la RAE su definición correspondiente a *“Adicción patológica a los juegos electrónicos o de azar.”* (RAE, 2024)

Esta adicción puede implicar repercusiones tanto en la toma de decisiones como en comportamientos individuales o grupales. De esta manera, es importante señalar que *“El comportamiento adictivo es un hábito de conducta que incrementa el riesgo de padecer problemas personales y sociales. Los comportamientos adictivos son a menudo experiencias subjetivas de pérdida de control”*. (García Ruiz, Buil Gazol, & Solé Moratilla, UIC, 2016) En términos económicos, puede llegar a producir efectos que pueden implicar a familias, amigos, entre otros.

La elección de este sector como área de estudio tiene el propósito de ofrecer datos significativos acerca de las diversas causas que provocan el comienzo de esta adicción, favoreciendo el entendimiento y control de estas posibles adicciones, con el objetivo de preservar una responsabilidad ética, un cuidado y conciencia en estos contextos de riesgos económicos.

Es importante mencionar que según estudios indica que *“En términos generales, en ambos sexos la frecuencia de juego aumenta conforme los adolescentes crecen y de forma especial a los 16 años. Estos datos coinciden con los reportados por otros autores, donde se indica que entre los 15 y los 17 años hay un notable incremento de la frecuencia de juego, siendo mayor en chicos.”* (Pablo Caselles Cámara, Health and Addictions , 2018)

La búsqueda persistente de generar ingresos de manera instantánea ha alcanzado su punto máximo. Este grupo de estudio, ósea las casas de apuestas deportivas, está actualizado con la información, por lo que optan por realizar una publicidad constante con el propósito de continuar incrementando el número de nuevos jugadores.

El impacto ha generado tanto revuelo que según encuestas de estudios realizados comentan que *“Siete de cada diez adolescentes aseguran haber oído o visto a menudo publicidad de apuesta”*. (Eva LLorente Rodríguez, 2023)

5.4 MARCO TEÓRICO DEL ESTADO DEL ARTE

El conflicto vinculado a la legalización de las apuestas en línea en Chile ha hecho que varias entidades públicas se expresen y se opongan, con el objetivo de definir un marco jurídico definitivo para esta circunstancia, que es llevada a cabo por un amplio segmento de la población, quienes no abonan impuestos por estas apuestas y que todavía no están reguladas en el mercado.

Así, el propósito es conseguir una supervisión de esta actividad, en la que participan menores de 18 años, debido a las anomalías que se observan en las plataformas, con un caso significativo como la comprobación de identidad. Durante todo este tiempo, se ha permitido ilegalmente que menores de 18 años se involucren activamente en las apuestas en línea.

Fecha	Organismos Involucrados	Descripción
01 de marzo de 2022	Ejecutivo, Presidente de la República	El Ejecutivo emitió el Boletín 14838 – 03, iniciando el Proyecto de Ley con los objetivos de crear un mercado competitivo de apuestas online, proteger a los jugadores, prevenir el acceso de sectores vulnerables y aumentar la recaudación fiscal.
05 de junio de 2023	Comisión de Economía, Servicio Nacional del Consumidor	La Comisión de Economía aprobó el Proyecto de Ley de forma general. Se discutieron los reclamos de consumidores y se pidió una mejor definición de “servicio de apuestas en línea”.
28 de julio de 2023	Comisión de Economía, Diputada Flor Weisse	Se aprobaron indicaciones, como la obligación de tener solo una cuenta por plataforma, informar beneficios fiscales, promover el Juego Responsable y crear mecanismos de monitoreo de riesgos.
03 de agosto de 2023	Comisión de Economía	Se profundizó en los requisitos para obtener una licencia de operación, las sociedades deben ser anónimas cerradas constituidas en Chile, y se establecieron limitaciones sobre el origen de los fondos y el número de accionistas.
06 de septiembre de 2023	Comisión de Economía, Superintendencia de Casinos, Apuestas y Juegos de Azar	Se aprobaron normas económicas, como el mecanismo de autoexclusión, la prohibición de otorgar crédito a jugadores, y la definición de "beneficiarios fiscales" en la Ley de Casinos.
03 de octubre de 2023	Comisión de Economía	Se discutieron impuestos y estándares técnicos, como la creación de un Impuesto Único Sustitutivo y la certificación de estándares técnicos. Se estableció que la Ley

		entrará en vigor el mes siguiente a su publicación.
18 de octubre de 2023	Comisión de Deportes, Diputado Jaime Mulet	La Comisión de Deportes expresó reparos sobre la competencia de los casinos en línea con los casinos físicos, la fiscalización de la participación de menores y los amaños en deportes.

Tabla 1 “Iniciativas para fiscalizar plataformas de apuestas”. Fuente: (Serna, 2024)

Otro elemento crucial que se destaca en el estudio son las diferentes variables que inciden en la decisión de apostar de los jóvenes, que pueden ser la familia, la cultura o diversos factores sociales como la facilidad de acceso o la presión social en las grandes comunidades.

Hoy en día, la adolescencia se distingue por buscar la autonomía e independencia de sus padres en diversas circunstancias, preservando una autogestión en su proceso de toma de decisiones. En esta fase, los intereses personales de los jóvenes tienen un gran impacto, intentando tomar alguna responsabilidad anticipada por sus decisiones.

“Además, la adolescencia es un periodo en el que los jóvenes deben avanzar en su autonomía, que viene asociada a las relaciones con los iguales. Como consecuencia, la adicción es una actividad relevante en los jóvenes ya que la influencia del entorno social afecta directamente a las conductas adictivas, de manera que, si un adolescente juega online, sus amigos también querrán participar. De manera parecida, influye que exista una conducta parental de los adolescentes relacionada con las apuestas”. (Muñoz, 2020/2021)

Según los antecedentes presentados, “la norma social es un buen predictor de la frecuencia de juego”, viéndose fortalecida por medio de vivencias del ambiente en el que se vive. (Pablo Caselles Cámara, Health and Addictions, 2018)

Además, los jóvenes muestran un interés en obtener autonomía financiera de sus padres, con el objetivo de satisfacer sus necesidades. Por lo tanto, surge la posibilidad de comenzar en las apuestas deportivas con el objetivo de ganar ingresos de forma más sencilla y rápida, *“Los adolescentes comienzan a jugar movidos por una serie de razones que van desde las ganancias posibles al placer, el contexto social y el escapismo. Para muchos menores, jugar es un medio para escapar al control parental y mantener una relación de igualdad con otros adolescentes”.* (García Ruiz, Buil Gazol, & Solé Moratilla, UIC, 2016). Es por esto, que se observa una mayor cantidad de obstáculos para obtener un empleo formal, dado que, las apuestas representan una forma de obtener ganancias que demanda un esfuerzo reducido en comparación con cualquier trabajo convencional, lo que

repercute positivamente en la población, ya que esto lo convierte en mucho más atractivo, sin importar el riesgo vinculado que conlleva dicha actividad.

Con respecto a lo anterior, según un proyecto de investigación sobre Humanidades y Ciencias Sociales realizado en España en el año 2022, se llevaron a cabo múltiples entrevistas, con el propósito de entender las motivaciones de algunos jóvenes para independizarse económicamente.

“En la entrevista, se preguntó a los jóvenes “¿Tienes los medios para independizarte o tendrás que depender de los ingresos de tus padres y/o tendrás que trabajar?”. Al tener tan solo 17 años y no tener empleos, todos respondieron que no tienen los medios para independizarse, sino que tendrán que depender económicamente de sus padres. La mayoría no se vería obligada a trabajar, pero sí lo haría para conseguir independencia económica o para no suponer tanto esfuerzo a sus padres.” (Martín, y otros, 2022)

En ese sentido, se puede apreciar en la respuesta que hay un interés general por conseguir esta autonomía económica, resaltando la oportunidad de esforzarse para conseguir dicha autonomía financiera.

Otro aspecto relacionado a las motivaciones de los jóvenes por iniciar en esta actividad independiente a los beneficios económicos obtenidos, ha evidenciado por medio de diversos estudios que un efecto principal provocado por las apuestas es la adrenalina y el placer que se alcanza durante el juego. (García Ruiz, Buil Gazol, & Solé Moratilla, UIC, 2016)

Continuando con lo anterior, otra razón principal por la cual este grupo tiene el incentivo de realizar esta actividad se relaciona directamente con factores emocionales que repercuten en el comportamiento de la persona como potencial apostador. *“También se ha apuntado como motivos por los que los jóvenes se implican en los juegos de azar, el paliar el aburrimiento y la soledad, escapar del estrés provocado por tensiones académicas o familiares, reducir la ansiedad, o también emplear el juego como forma de socialización o, incluso, de competición con amigos y compañeros”.* (García Ruiz, Buil Gazol, & Solé Moratilla, UIC, 2016)

En cuanto a las promociones, se emplean como estímulo para conservar la participación activa de los usuarios en la casa de apuestas. Una de las estrategias más efectivas que utilizan las plataformas tiene como objetivo captar una mayor cantidad de usuarios, relacionada con incluir apuestas vinculadas a los deportes para atraer a una audiencia masiva. (García Ruiz, Buil, & Solé Moratilla, Adicciones, 2015). En este contexto, se pueden destacar los siguientes eventos deportivos, tales como mundiales, torneos, ligas, entre otros.

Esto genera un efecto beneficioso en los consumidores presentes y futuros, ya que estimula el interés de comenzar algún tipo de apuesta, de esta manera, también se



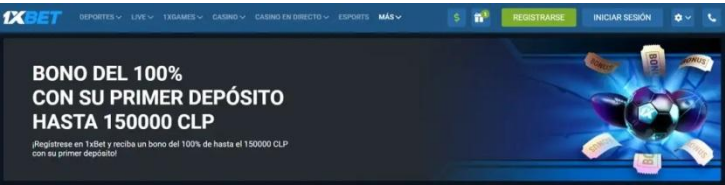

mantiene la lealtad de aquellos que ya han estado apostando de forma habitual. En el contexto de la publicidad sobre esta actividad, es importante recalcar que *“El contenido y el tono de los anuncios intentan conectar al usuario con un estilo de vida que busca la diversión, atajos para alcanzar el éxito y soluciones para superar los miedos del futuro. La práctica de los juegos de azar se muestra en la publicidad como una forma normal y agradable de entretenimiento”*. (García Ruiz, Buil, & Solé Moratilla, Adicciones, 2015)

Asimismo, los bonos de bienvenida son un medio para motivar con ofertas especiales a nuevos clientes, dado que esto ocurre al momento de inscribirse en la casa de apuestas. Normalmente se establece un porcentaje adicional en el primer depósito o para las apuestas sin costo, el objetivo de esto es captar a posibles usuarios que todavía no han decidido iniciar en el universo de las apuestas y, al mismo tiempo, mantener a aquellos que utilizan regularmente la plataforma.

De esta manera, este incentivo proporcionado por las casas de apuestas tiene un efecto beneficioso en los usuarios, ya que perciben tener una ventaja sobre el riesgo vinculado a una apuesta. Esto se debe a que disponen de un monto superior, lo que les permite poner más riesgos, ya que el capital adicional no se consideraba al principio. En otras palabras, se disminuye el peligro que los apostadores perciben, dado que, tras obtener el bono, se incrementa la suma de dinero que tienen para efectuar una apuesta deportiva.

Las condiciones que se definen en estos atractivos bonos suelen ser complicadas al tratar de hacer un retiro del dinero, esto se debe a varios factores que las casas de apuestas establecen. Por ejemplo, se requiere que el monto se apueste una cantidad fija en varios eventos y con un mínimo de cuotas. Esto también debe llevarse a cabo en un tiempo que la plataforma determina, lo que resulta más riguroso. Usualmente, esta información no se menciona explícitamente en la promoción de estos bonos, con el objetivo de aumentar la participación de nuevos jugadores, que no conocen completamente los requisitos, ya que, al principio, la recompensa que proporcionan resulta más atractiva.

Ejemplos de bonos de bienvenida que ofrecen las casas de apuestas deportivas online en Chile:

Casa de Apuesta	Fecha Publicidad	Mensaje	Imagen
Coolbet	30-10-2024	Duplicamos tu depósito hasta \$200.000 CLP	 <p>Fuente: (Coolbet, s.f.)</p>
Estelarbets	30-10-2024	Bono 200% Deporte	 <p>Fuente: (EstelarBet, s.f.)</p>
1xBet	30-10-2024	Bono 100% con su primer depósito hasta \$150.000 CLP	 <p>Fuente: (1xbet, s.f.)</p>
Bet365	30-10-2024	100€ en créditos de apuesta y 10 fichas doradas	 <p>Fuente: (Bet365, s.f.)</p>

<p><i>Betano</i></p>	<p>30-10-2024</p>	<p>100% hasta \$200.000 en Deportes</p>	 <p>Fuente: (Betano, s.f.)</p>
<p><i>Betsson</i></p>	<p>30-10-2024</p>	<p>Duplicamos tu primer depósito hasta \$100.000, y además recibe 75 jugadas gratuitas</p>	 <p>Fuente: (Betsson, s.f.)</p>
<p><i>RojaBet</i></p>	<p>30-10-2024</p>	<p>Duplica tu primer depósito hasta \$200.000 CLP +20 Free Spins</p>	 <p>Fuente: (Rojabet, s.f.)</p>
<p><i>LeoVegas</i></p>	<p>30-10-2024</p>	<p>Haz un depósito y gana una Apuesta Gratis Igualada</p>	 <p>Fuente: (LeoVegas, s.f.)</p>

Betsala	30-10-2024	Bono 100% Hasta \$250.000	 <p>Fuente: (Betsala, s.f.)</p>
Betwarrior	30-10-2024	100% En Bono Hasta \$200.000 + Apuesta Gratis de \$10.000	 <p>Fuente: (Betwarrior, s.f.)</p>

Tabla 2 “Campañas diferentes casas de apuestas”. Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, las empresas de apuestas están continuamente renovando sus métodos para generar ganancias, por lo que se ha implementado otra estrategia a través de referencias, incentivando a nuevos jugadores a participar. De esta manera, se difunde contenido a través de las redes sociales, lo que permite ser más reconocidos. *“Muchas veces, también se pide a los clientes que sigan las cuentas oficiales del casino o que se unan a un canal de Telegram. Para incentivarlos se publican códigos promocionales o se brindan bonos especiales a través de estos medios.”* (Gujer, Efdesportes, 2024)

Siguiendo con lo expuesto previamente, es importante hacer referencia al término gamificación, que se traduce en el *“proceso mediante el cual se aplican técnicas propias de juegos a otros procesos para facilitar su realización y/o comprensión.”* (Smartmind, 2024)

Este principio es ampliamente empleado por las casas de apuestas en línea, particularmente en el sector deportivo, donde mediante apuestas semanales se incrementan los niveles hasta alcanzar un pozo habitual a distribuir. Además, se ofrece la posibilidad de hacer apuestas a partidos exclusivos, promoviendo varios métodos de incentivos como la restitución de un porcentaje de dinero en juegos determinados, lo que resulta un gran atractivo para los jugadores.

Además, hay programas VIP o de lealtad, en los que se crean algunas promociones especiales o beneficios adicionales con el objetivo de premiar a los individuos más próximos a estas páginas.

“Aplicar gamificaciones, además de motivar a los involucrados, ayuda a crear compromiso y sentido de pertenencia. Las personas que son parte del juego desean ganar a toda costa, por eso se esfuerzan más, invierten más tiempo y compiten entre sí”. (Gujer, efdeportes.com, 2024)

Además, la presión social ha probado ser un elemento crucial en el inicio de las apuestas deportivas en línea. Este concepto se explica de la siguiente forma, *“influencia ejercida por un grupo social que hace que la persona que la recibe cambie sus actitudes, sus pensamientos o, incluso, sus valores. Esta influencia, también conocida como presión de pares, si bien no tiene por qué ser negativa, puede influir tanto en la persona que la recibe que cambie incluso su personalidad y sistema de creencias con tal de satisfacer a los demás. Esta presión se puede ejercer de forma consciente o inconsciente.”* (Rubio, 2024)

En el ámbito de las apuestas deportivas, se puede apreciar el impacto que tienen los grupos sociales en la conducta de ciertas personas, las cuales se distinguen por adoptar tendencias en auge o nuevas corrientes, lo que hace mucho más fácil motivarlos a empezar a apostar, ya que, inicialmente puede resultar atractivo este concepto de generar ingresos de forma rápida y sencilla, es crucial resaltar las repercusiones que esto puede generar a largo plazo, especialmente, teniendo en cuenta las consecuencias psicológicas, económicas y sociales. Por lo tanto, es vital tratar este asunto con la delicadeza que se merece.

Por lo tanto, mediante investigaciones se ha demostrado que los adolescentes y jóvenes son los más impactados por la presión social, representando este comportamiento que busca adaptarse a la sociedad, llevando a cabo actividades que se desarrollan considerablemente, como las apuestas deportivas en línea, especialmente en el presente, dado que la digitalización ha facilitado un mayor alcance y acceso, proporcionando a este público todas las facilidades para iniciar.

“La mayoría de los adolescentes, por miedo a ser rechazados, deja de lado sus convicciones personales a cambio de pertenecer a un determinado grupo social. Si bien esta situación no es permanente, pues con el paso del tiempo las personas terminan por respetar su ideología, durante la adolescencia el ansia de aceptación es tan intensa que hace que oculten cualquier opinión que crean que ponga en peligro su aceptación social.” (Rubio, 2024)

Usualmente, las razones que impulsan esta decisión son el formar parte de un grupo social estable y no mantenerse aislado de la multitud. Las tendencias tienden a generar individuos con personas con tendencias como *“carencia de afecto, conflictos con la personalidad, autoestima baja, falta de motivaciones, entre otras.”* (Rubio, 2024)

En la actualidad, se reconoce la masificación de esta actividad entre los jóvenes, dado que, un punto crucial a tener en cuenta es que no se requiere una supervisión rigurosa sobre la edad mínima requerida para usar estas plataformas y efectuar apuestas de este tipo. Así pues, este concepto de que hay una "posibilidad" de ganar dinero de manera instantánea ha generado una motivación considerable en la sociedad, donde se nota un aumento significativo en la participación en las páginas web.

En relación a lo mencionado anteriormente, el siguiente gráfico muestra la popularidad que han ganado las casas de apuestas en línea, dado que el 94,9% de los participantes en la encuesta indicó que había oído hablar de apuestas deportivas, corroborando una vez más que existe una tendencia significativa en este ámbito. Cabe destacar que los participantes de esta encuesta son 7.810 jóvenes, de entre 15 y 29 años.

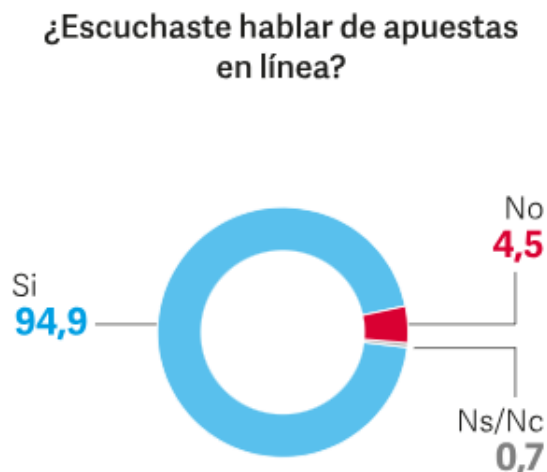


Figura 2 “Popularidad Apuestas Online”. Fuente: (Kirschbaum, 2024)

Finalmente, teniendo en cuenta los atributos previamente mencionados, es crucial subrayar que la presión social impacta principalmente a este público, conocido por su vulnerabilidad, debido a las circunstancias a las que se encuentra expuesto. Siguiendo con esto, las casas de apuestas indican que es más probable que la adicción se manifieste con mayor facilidad en estos casos, dado que son grupos que poseen características parecidas. Por lo tanto, es probable que la adicción se manifieste con mayor facilidad, dado que, *“existe toda una estrategia detrás para llamar la atención del potencial cliente, captarlo, adherirlo y hacerlo participe de un estilo de vida que le ofrece lo que busca y desea. Todo ello a través de la tecnología, que no resulta una desventaja precisamente para la gente más joven. Existe publicidad en los medios encargada para ello. Se presenta a gente exitosa,*

personalidades relevantes e ídolos juveniles se muestran como ejemplo y conducta a seguir”. (España, 2023)

Así, una investigación reciente reveló el principal canal de conocimiento de las apuestas deportivas. Los participantes en la encuesta indicaron que, en su mayoría, más del 50% conocieron esta actividad a través de amigos, en segundo lugar, fue a través de la televisión y, en tercer lugar, a través de internet. Así, el impacto que tienen los grupos de amigos se muestra como el principal impulsor de esta actividad. Tal como se muestra en la siguiente figura.

Figura 1. Principal medio de conocimiento de las apuestas deportivas

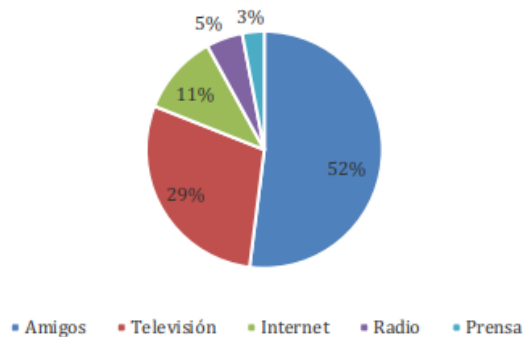


Figura 3 “Medio de conocimiento de las apuestas deportivas”. Fuente: (González, Fanjul, & Gautier, 2024)

5.4.1 INFLUENCIA DE CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD DE LAS APUESTAS DEPORTIVAS

Respecto a este asunto, resulta pertinente examinar el contenido de las distintas campañas de publicidad, que desempeñan un papel crucial en la motivación y captación de jóvenes para que se aventuren en las apuestas deportivas. La información contenida en los anuncios produce diferentes grados de impacto en el público objetivo, dado que elementos como los colores, la presencia de famosos, el tipo de lenguaje empleado, alertas de responsabilidad, imágenes y promociones, son cruciales para captar nuevos consumidores.

Según una investigación llevada a cabo en España, cuyo propósito es determinar el grado de influencia mediante publicidad empleada por las casas de apuestas, con el objetivo de captar la atención del público meta para comenzar en esta actividad. En este estudio, es crucial resaltar la atención en los jóvenes y en cuatro específicas casas de apuestas. La metodología empleada se segmentó en dos, inicialmente, se

analizan las diferentes variables que pueden incluir un anuncio publicitario, luego, se contrastan las estrategias aplicadas por las cuatro casas de apuestas que se están analizando, con el objetivo de entender el nivel de impacto que ejercen en el público objetivo. Además, se llevó a cabo un sondeo a 1857 jóvenes de 18 a 25 años, en esta situación, se estudió el comportamiento de este grupo para establecer la eficacia del contenido de los mensajes publicitarios en la captación de nuevos clientes, a través de estas tácticas de marketing.

Así pues, entre los hallazgos de este estudio, se puede resaltar la conducta de las personas tras observar un anuncio publicitario sobre apuestas deportivas. En este caso, la pregunta indica si se ha jugado o ha mostrado interés en hacerlo tras ver un anuncio de estas características, en donde, la respuesta sobresale con una mayoría significativa llegando al 87%, por lo que se puede deducir que este resultado evidencia que hay un nivel de influencia a través de técnicas de publicidad, produciendo un efecto en el público.

Figura 3. Después de visualizar un anuncio de apuestas deportivas, ¿has apostado o has tenido interés en hacerlo?

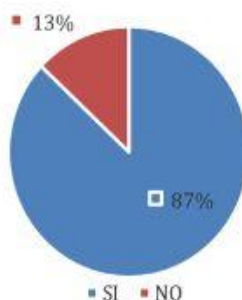


Figura 4 “Interés en apostar”. Fuente: (González, Fanjul, & Gautier, 2024)

Además, en relación a los componentes más eficaces de las publicidades, se puede deducir que la mayoría de los encuestados, con un 61%, buscan que las casas de apuestas ofrezcan bonos de bienvenida sin costo como incentivo para comenzar las apuestas. En segundo lugar, se nota que también valoran los premios y facilidades que ofrecen para ganar, siendo estos dos elementos los más apreciados por los usuarios y, de igual forma, los que más prefieren. Como se evidencia en la figura 4.

Figura 4. Elementos más eficaces de la publicidad de las apuestas deportivas



Figura 5 “Elementos influyentes en publicidad de las apuestas deportivas”. Fuente: (González, Fanjul, & Gautier, 2024)

“Respecto a los datos que se han obtenido, tanto en el análisis cualitativo de las piezas publicitarias de las cuatro casas de apuestas (Bet365, William Hill, Sportium y Codere), con en las encuestas, pone de manifiesto que la presencia de los activadores promocionales en los anuncios (“ganchos”) constituyen el principal reclamo que provoca efectos en el comportamiento de la audiencia, así como la facilidad en la obtención del premio que se expresa en el mensaje publicitario. Los bonos de bienvenida, el regalo promocional basado en crédito para las primeras apuestas, así como la facilidad de ganar dinero de una manera sencilla, son las técnicas más efectivas en este tipo de anuncios. Por el contrario, la presencia de famosos como protagonistas de los anuncios, no es un factor tan relevante y, por consiguiente, efectivo. No obstante, y al igual que el uso de colores llamativos, colabora en que el anuncio sea más atractivo para el receptor.” (González, Fanjul, & Gautier, 2024)

6. PROPUESTA METODOLOGÍA

El principal objetivo de esta investigación es examinar los distintos elementos o variables que pueden afectar la elección de los jóvenes de iniciar la trayectoria de apostador. Para llevar a cabo esto, se deben establecer los objetivos concretos establecidos con el objetivo de conseguir el objetivo general.

Para alcanzar cada uno de los objetivos fijados, es crucial establecer un plan de acción. En este estudio, se empleará una metodología principalmente cualitativa. No obstante, las estadísticas también tendrán un papel crucial, ya que nos proporcionarán una visión más precisa del comportamiento de nuestro público objetivo, con el objetivo de identificar aquellos factores que más impactan en su comportamiento como apostador y poseen mayor eficacia al comienzo de esta actividad.

Por lo tanto, a través de una revisión y recolección total de estudios, el objetivo es examinar específicamente los impulsores que conducen al público meta a las casas de apuestas en línea, destacando los incentivos que estas páginas en línea ofrecen para atraer la atención de los jóvenes.

Las estrategias a aplicar para la recopilación de datos suelen derivarse de memorias y estudios que se sustentan en referencias bibliográficas, encuestas y entrevistas de creación propia. El uso de estas investigaciones es beneficioso, ya que evidencian la eficacia de sus hipótesis a través de los resultados logrados a partir de la metodología empleada en cada situación.

Primero, se establece el grupo de interés para este estudio, jóvenes de 18 a 25 años que habitan en la Región Metropolitana y que se involucran activamente en plataformas de apuestas deportivas en línea, con el objetivo de detectar antecedentes sobre los factores o variables presentes al inicio de las apuestas, resaltando el papel que desempeñan en la toma de decisiones personales y sus respectivas repercusiones.

Para llevar a cabo un análisis más detallado, se requiere recolectar datos y entender las variables que influyen directamente en la población a analizar. Para ello, se llevará a cabo una entrevista de conveniencia, que no logra ser representativa ni significativa para el público objetivo, no obstante, proporcionará datos e información pertinente para este análisis, con el objetivo de examinar el efecto de las distintas tácticas de publicidad de las casas de apuestas con el objetivo de captar más usuarios mediante bonos de bienvenida, el uso de influencers, famosos, entre otros. Así, el papel que desempeñan las compañías en línea es un elemento relevante para la investigación, ya que, a través de diferentes estrategias de marketing, promueven este mercado, incrementando el interés de participar en estos sitios.

A través de este análisis se respetarán todas las consideraciones éticas preservando la privacidad para mantener los datos de manera adecuada.

En relación con los estudios, tras la recolección de datos, se examinarán los resultados para así llegar a conclusiones. Se buscará el factor común en este inicio de las apuestas, de esta forma, se puede relacionar cuál es la variable que produce mayor impacto. Además, se implementarán los enfoques de marketing sugeridos por las plataformas en línea, con el objetivo de demostrar cuál es el que más consigue captar a ese segmento de la población.

Sin embargo, se llevará a cabo un estudio de varias campañas de publicidad sugeridas por dos casas de apuestas reconocidas en Chile, con el objetivo de comprender qué componentes emplean en sus publicidades para captar nuevos clientes y promover la participación de usuarios activos en la plataforma en línea.

7. APLICACIÓN METODOLÓGICA

Para iniciar la implementación metodológica, el objetivo será alcanzar planes de acción que se alineen con los objetivos señalados en el estudio. Para ello, se examinarán las diferentes tácticas que emplean las casas de apuestas deportivas con el objetivo de incrementar la participación. De esta forma, se podrá apreciar el efecto que cada casa de apuesta ejerce en el público a examinar.

De acuerdo con los siguientes objetivos específicos:

- Analizar si fue una decisión propia o es impulsada por medio de estrategias de marketing que incentivaron esta práctica dentro de la población.
- Clasificar las principales variables que influyen en la decisión de iniciar apuestas en jóvenes.
- Analizar el rol de las redes sociales en la promoción de apuestas, investigando sobre cómo estas herramientas afectan en el comportamiento del público objetivo.
- Distinguir que factor tiene mayor influencia en la decisión de iniciar una apuesta.

7.1 FORMATO ENTREVISTA

Con los datos proporcionados, se llevará a cabo una entrevista estructurada, que no va a ser representativa ni significativa principalmente para el público objetivo. Sin embargo, esto permitirá obtener descubrimientos más profundos para entender algunas situaciones de la actividad. El objetivo es responder a cada uno de los objetivos mediante las respuestas de los entrevistados, de tal forma que representen las tendencias o variables que más impactan en el comportamiento de los apostadores.

Los entrevistados serán habitantes de Santiago de Chile, cubriendo un intervalo de edad de 18 a 25 años, con una representación de géneros tanto masculinos como femeninos.

El objetivo de la entrevista por conveniencia es incluir preguntas sobre las diferentes variables que pueden influir en una persona al apostar. De igual forma, se preguntará para comprender si en algún momento los apostadores se han visto afectados por los bonos. Por otro lado, se busca determinar la tendencia sobre qué casa de apuestas es la más frecuente y reconocida por los entrevistados.

La estructura de la entrevista incluye preguntas que se vinculan a respuestas cerradas. El entrevistado tiene la tarea de escoger una opción para cada pregunta, con el objetivo de complementar y contrastar de alguna manera los hallazgos de investigaciones llevadas a cabo en otros países, así como examinar la situación de las casas de apuestas y su influencia en los jóvenes de Chile.

Primero, es crucial elaborar un perfil de los entrevistados con el objetivo de segmentar la información según las personas y su circunstancia. Para ello, es imprescindible que los entrevistados respondan a las siguientes interrogantes:

Pregunta	Respuesta
Género	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Femenino. ➤ Masculino. ➤ No me identifico.
Edad	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 18 años. ➤ 19 años. ➤ 20 años. ➤ 21 años. ➤ 22 años. ➤ 23 años. ➤ 24 años. ➤ 25 años.
Nivel educacional	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Educación básica incompleta. ➤ Educación básica completa. ➤ Educación media incompleta. ➤ Educación media completa. ➤ Educación superior incompleta. ➤ Educación superior completa.
Presupuesto mensual para apuestas	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Abierta.
Ingresos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Abierta.
Comuna	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Abierta.
Ocupación	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Estudiante. ➤ Trabajador dependiente. ➤ Trabajador independiente. ➤ Desempleado.

Tabla 3 “Preguntas para segmentar”. Fuente: Elaboración propia.

Luego de la recopilación de información personal de los entrevistados, empieza la primera pregunta vinculada a los elementos que influyeron en el inicio de las apuestas por medio de páginas web. Esta interrogante puede ser abordada con más de una opción, dado que el entrevistado podría pensar que más de una alternativa lo motivó a iniciar con las apuestas.

¿Qué variables influyeron en tu decisión de comenzar en las apuestas deportivas online?	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Presión social. ➤ Marketing y publicidad (bonos de bienvenida, referidos, códigos de descuento, gamificación, entre otros).
---	--

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Factores económicos. ➤ Disponibilidad tiempo libre. ➤ Facilidad de acceso (poca fiscalización). ➤ Otros.
--	---

Tabla 4 “Variable que influye en decisión inicial de apostar”. Fuente: Elaboración propia.

Además de la pregunta previamente planteada, es importante recopilar datos sobre los compañeros de dicho entrevistado, para lo cual se efectuó la siguiente pregunta.

¿Existen personas en tu entorno cercano que realizan apuestas?	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Si. ➤ No.
--	--

Tabla 5 “Impacto entorno de apostadores”. Fuente: Elaboración propia.

Por lo tanto, el propósito de la siguiente pregunta es determinar la frecuencia con la que los entrevistados invierten en estas plataformas, obteniendo resultados significativos para la investigación.

¿Con qué frecuencia apuestas?	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Casi nunca: 1 a 3 veces al mes. ➤ Habitualmente: 1 a 3 veces a la semana. ➤ Diariamente: Todos los días.
-------------------------------	--

Tabla 6 “Frecuencia de apuestas”. Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a las tácticas de marketing empleadas por las casas de apuestas, el propósito de las siguientes interrogantes es comprender qué elementos del contenido de los anuncios publicitarios tienen un mayor impacto en la decisión de iniciar la actividad de apostar.

¿Has visto promociones o publicidad de casas de apuestas que te hayan incentivado a apostar?	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Si. ➤ No.
--	--

Tabla 7 “Publicidad sobre apuestas”. Fuente: Elaboración propia.

En caso de responder sí. ¿Cuál era el contenido de esa publicidad que te motivo a realizar una apuesta?	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bonos de bienvenida. ➤ Referidos. ➤ Famosos. ➤ Bono por partido especial.
---	--

Tabla 8 “Contenido publicidad sobre apuestas”. Fuente: Elaboración propia.

Para adquirir más datos significativos al estudio, se plantea la cuestión acerca de sus comienzos en las casas de apuestas.

¿Desde qué edad apuestas?	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 14 o menos ➤ 15 años. ➤ 16 años. ➤ 17 años. ➤ 18 años ➤ 19 años ➤ 20 años ➤ 21 años ➤ 22 años ➤ 23 años ➤ 24 años ➤ 25 años
---------------------------	--

Tabla 9 “Edad iniciación como apostador”. Fuente: Elaboración propia.

Un aspecto que atrae a los jóvenes es conseguir beneficios de manera eficaz en un periodo breve de tiempo, por lo que se cuestionan las metas que persigue el individuo a entrevistar acerca de las apuestas deportivas en línea.

¿Qué objetivos tienes con las apuestas?	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Generar ingresos. ➤ Entretención. ➤ Adrenalina. ➤ Rutina.
---	--

Tabla 10 “Motivación para apostar”. Fuente: Elaboración propia.

Para finalizar la sección de preguntas, es crucial descubrir las posibles adicciones existentes y la atención a estas actividades.

¿Has realizado apuestas con más dinero de lo presupuestado?, ¿Y cuánto es el presupuesto que le otorgas a las apuestas?	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Si. ➤ No.
--	--

Tabla 11 “Presupuesto para apuestas”. Fuente: Elaboración propia.

¿Eres consciente del dinero que circula en tu cuenta?	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Si. ➤ No.
---	--

Tabla 12 “Consciencia sobre presupuesto en apuestas”. Fuente: Elaboración propia.

¿Mides y conoces los riesgos de estas actividades?	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Si. ➤ No.
--	--

Tabla 13 “Conocimiento de riesgos asociados a las apuestas”. Fuente: Elaboración propia.

¿Alguna vez has sentido que cambio tu actitud al perder una apuesta?	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Si. ➤ No.
--	--

Tabla 14 “Cambio comportamiento por perdida en apuestas”. Fuente: Elaboración propia.

Estos hallazgos de las entrevistas permitirán obtener de manera más efectiva segmentos del cliente objetivo, consiguiendo así construir un arquetipo del consumidor y la influencia del ambiente en el ámbito de las apuestas.

Además, nos proporciona una contribución acerca de la percepción y las posturas que adopta un individuo ante las apuestas, cómo impactan en sus decisiones personales, hasta llegar a impactar en esferas sociales. Es importante destacar que este estudio permite entender y examinar los fenómenos que influyen en el comienzo de las apuestas, obteniendo una mejor comprensión del efecto que las casas de apuestas tienen con sus tácticas de marketing mediante publicidad hacia los posibles clientes.

7.2 FORMATO COMPARACIÓN CAMPAÑAS PUBLICITARIAS DE CASAS DE APUESTAS

Siguiendo con la metodología, es crucial examinar el contenido de las páginas webs de dos casas de apuestas reconocidas en Chile, primero "Betano" y luego "Coolbet". Se realizará un análisis comparativo de las campañas de publicidad que estas marcas han implementado. El propósito de esto es reconocer las distintas variables que estas casas de apuestas emplean para captar a los clientes, mediante factores que ejerzan un gran impacto en el público, tales como: el uso de famosos, mensajes directos, bonificaciones, temáticas de temporada, entre otros.

Es importante subrayar que estas campañas buscan captar a jóvenes con el propósito de generar ingresos de manera rápida o simple sin revelar de forma explícita los términos y condiciones de dichas promociones. Esto se debe a que el objetivo principal de estas tácticas es atraer a posibles usuarios y, al mismo tiempo, promover la adicción a la juego en aquellos que ya participan en esta actividad.

Campañas publicitarias

Variable	“Coolbet”	“Betano”
Fecha	19 octubre 2024	23 octubre 2024
Medio del anuncio	Red social Instagram	Red social Instagram
Mensaje principal	Bono albo especial. Obtén 50% con el código “11ALBO24”	Gana apuesta de \$10.000 código promocional “UCXUCHBETANO” exclusivo nuevos usuarios
Elementos visuales	Mascota de Coolbet con polera de Colo Colo, escudos de ambos equipos	Cancha con camisetas de los equipos, cupón de entrada con el código

Duración del anuncio	Imagen estática	Imagen estática
Mensaje/ promoción de seguridad	Nulo	18+ juega con responsabilidad
Colores	Colores oscuros (blanco, rojo y negro)	Colores fuertes (naranja, blanco y azul)
Incentivo	Incentivo financiero (cupón de descuento)	Incentivo financiero (cupón de descuento)

Tabla 15 “Campaña publicitaria 1”. Fuente: Elaboración propia.

“Campaña Coolbet”



Figura 6 “Campaña Coolbet 1”. Fuente: (Coolbet, 2024)

“Campaña Betano”

**GAN APUESTA DE
\$10.000**
CLÁSICO U. CATÓLICA Vs U. DE CHILE

**CÓDIGO
UCXUCHBETANO**

**EXCLUSIVO
NUEVOS USUARIOS**

18+ JUEGA CON RESPONSABILIDAD

Betano

The advertisement features a central 3D illustration of a soccer field with players in blue and white kits. The background is a mix of dark blue and orange geometric shapes. The text is prominently displayed in white and orange, with the Betano logo at the bottom right.

Figura 7 “Campaña Betano 1”. Fuente: (Betano, 2024)

Campaña Bonos de Bienvenida

Variable	“Coolbet”	“Betano”
Fecha	30 octubre 2024	30 octubre 2024
Medio del anuncio	Sitio web	Banner sitio web
Mensaje principal	Duplicamos tu depósito hasta \$200.000, código del bono “COOL200”	Bono del 100% por Primer Depósito en Deportes
Elementos visibles	Jugadores famosos de Colo Colo, dos ex integrantes de la selección chilena, escudo de Colo Colo	Caja de regalo con balones de distintos deportes saliendo de ella
Duración del anuncio	Imagen estática	Imagen con poca duración
Mensaje/ promoción de seguridad	Nulo, mencionando términos y condiciones	Nulo, mencionando más información
Colores	Colores oscuros (rojo, negro y verde)	Colores fuertes (naranja, blanco y negro)
Incentivo	Incentivo financiero (a través de un código de bienvenida)	Incentivo financiero (a través de un código de bienvenida)

Tabla 16 “Campaña publicitaria 2”. Fuente: Elaboración propia.

Bono bienvenida “Coolbet”

The banner is split into two main sections. On the left, it features three Colo-Colo players in their white home kit, standing in front of a blue and white shield with the club's crest. Above them, the text reads "BONO DE BIENVENIDA JUEGA EN APUESTAS DEPORTIVAS". Below the players is the "COLO-COLO" logo. On the right, there is a dark grey registration box with a red header that says "DUPLICAMOS TU DEPÓSITO HASTA \$200.000". Below the header, it displays the bonus code "COOL200" in a red box. The text below the code says "REGÍSTRATE, DEPOSITA CON EL CÓDIGO Y DUPLICA TU PRIMER DEPÓSITO HASTA \$200.000." At the bottom of the box, there is a green button that says "DUPLICA MI DEPÓSITO" and a red note that says "Depósito mínimo: \$5.000".

Figura 8 “Campaña Coolbet 2”. Fuente: (Coolbet, 2024)

Bono bienvenida “Betano”



Bono de Bienvenida

Bono del 100% por Primer Depósito en Deportes

¿Fanático de las Apuestas Deportivas?
¡Puedes recibir un Bono de Bienvenida de
\$200.000!

MÁS INFO

The advertisement features a vibrant orange-to-red gradient background. At the top left, there is a circular icon containing a white money bag symbol. The main headline is in large, bold, white sans-serif font. Below the headline, there is a smaller line of text in white, followed by a question and an exclamation point. At the bottom center, there is a green rounded rectangular button with white text. The background also features a 3D-rendered orange gift box with a gold ribbon, partially obscured by several black sports balls.

Figura 9 “Campaña Betano 2”. Fuente: (Betano, 2024)

8. RESULTADOS

8.1 RESULTADOS ENTREVISTA

Es importante señalar, antes de presentar los resultados de las distintas entrevistas realizadas de manera no representativa y no significativa, que los individuos entrevistados fueron sujetos voluntarios a través de las redes sociales. Además, se elige entre varios niveles de información acerca del asunto de las apuestas deportivas en línea con el objetivo de obtener diferentes resultados y puntos de vista que se mencionarán más adelante.

A través de 5 individuos entrevistados, se llevó a cabo un ordenamiento cronológico de las mismas con el objetivo de distinguir y otorgar mayor consistencia a las tablas que se muestran a continuación.

Entrevistado	E1	E2	E3	E4	E5
Género	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino
Edad	25	23	19	24	23
Nivel educacional	Educación superior completa	Educación superior incompleta	Educación media completa	Educación superior completa	Educación superior incompleta
Ingreso	\$1.000.000 (fijo)	\$0	\$0	\$800.000 (fijo)	\$300.000 (variable)
Ocupación	Trabajador	Estudiante	Estudiante	Trabajador	Estudiante
Comuna	La Florida	Lo Barnechea	Puente Alto	Macul	La Florida
Presupuesto mensual apuestas	Tope máximo: \$100.000	No tiene	Variable: No posee monto definido	Variable: No posee monto definido	Variable: No posee monto definido

Tabla 17 “Respuestas preguntas de segmentación”. Fuente: Elaboración propia.

Factores a influir en la decisión de apuesta

Entrevistado	Presión social	Marketing y publicidad	Factores económicos	Tiempo libre (ocio)	Facilidad de acceso (poca fiscalización)
E1	No	Si	Si	No	Si
E2	Si	Si	Si	Si	Si
E3	Si	No	Si	Si	Si
E4	No	Si	Si	No	Si
E5	No	Si	Si	No	Si

Tabla 18 “Respuestas factores que influyen en decisión de apostar”. Fuente: Elaboración propia.

Dentro de las respuestas presentadas por el E1 se comenta acerca de temas como la promesa de ganancia rápida, “además un tema no menor es la poca fiscalización que contribuye, ya que al no percibirse un control estricto, se siente como una actividad permisiva y sin grandes consecuencias inmediatas, lo que facilita tomar decisiones impulsivas.”

Por otra parte, el E2 menciona que todos estos factores han influido en su motivación para apostar dándole mayor énfasis en la presión social que siento cuando mi pareja está apostando y viendo un partido diciéndome que apostemos juntos para estar más motivados”.

El E3, comenta “La presión social ha sido un factor importante porque, al ver a amigos o familiares apostar, sientes que debes unirte para no quedar fuera de esas dinámicas”. Esta persona menciona que realiza apuestas además por forma de entretenerse y salir de la rutina cotidiana.

Continuando con la respuesta del E4 destaca que "en mi caso, los factores económicos han sido determinantes porque apostar da la sensación de que puedes mejorar tu situación financiera con poco esfuerzo.

Con respecto al E5 menciona que “el marketing y la publicidad hace que parezca emocionante y lleno de posibilidades, mientras que los factores económicos me tientan demasiado en momentos difíciles”.

Entorno cercano

¿Existen personas cercanas que realicen apuestas constantemente?

Entrevistado 1: Si, amigos y familiares.

Entrevistado 2: Si, mi pareja de vez en cuando realiza este tipo de apuestas de forma online acerca de fútbol.

Entrevistado 3: Si, un grupo de amigos realizan apuestas de forma constante y además las compartimos por las redes sociales.

Entrevistado 4: Si, compañeros de trabajo.

Entrevistado 5: Si, con amigos nos compartimos bonos.

Frecuencia de apuestas

Entrevistado	Frecuencia de apuestas
E1	Diariamente.
E2	Casi nunca.
E3	Habitualmente.
E4	Casi nunca.
E5	Habitualmente.

Tabla 19 “Respuestas frecuencia de apuestas”. Fuente: Elaboración propia.

El E1 menciona que realiza apuestas solo en los deportes y ligas que le llaman la atención, que viene siendo fútbol y baloncesto.

Por otra parte, la E2 hace referencia que solo realiza apuestas cuando tiene un poco de dinero extra y su pareja está viendo o apostando algo, lo cual la incentiva.

Publicidad

Entrevistado	¿Has visto publicidad que te incitó a apostar?	¿Cuál era el contenido de esa publicidad?
E1	Si	Referidos.
E2	Si	Bono partido único.
E3	Si	Referidos.
E4	No	-
E5	Si	Bono bienvenida.

Tabla 20 “Respuestas impacto de campañas publicitarias sobre apuestas deportivas”. Fuente: Elaboración propia.

E2 por su parte menciona que en muchas ocasiones observó publicidad de bonos de partidos únicos, sobre todo cuando tocaban ciertos clásicos en el fútbol, haciendo referencia a que es un partido importante y que le gusta aprovechar esas oportunidades para apostar con su pareja.

El E3 menciona "Sí, he visto publicidad de casas de apuestas que ofrecían cuotas de dinero gratis si referías a tus amigos. El contenido destacaba que, al invitar a otras personas a registrarse y apostar, recibías un bono para usar en futuras apuestas lo cual lo hicimos varias veces con mis amigos".

Con respecto a la E4 comenta lo siguiente "no he visto publicidad de casas de apuestas invitándome a apostar. La verdad es que nunca me ha llegado ese tipo de promoción directamente, o al menos no de una manera que me haya llamado la atención. Quizás he visto algunas publicidades en línea o en las redes sociales, pero no era algo que me hiciera sentir que debía participar o aprovechar la oferta."

Edad de inicio en apuestas y principales objetivos

Entrevistados	Edad de inicio	Objetivos
E1	22	Generar ingresos y poca fiscalización.
E2	23	Generar ingresos.
E3	17	Generar ingresos, adrenalina y entretención con amigos.

E4	23	Generar ingresos y entretención.
E5	22	Generar ingresos.

Tabla 21 “Respuestas edad de inicio en apuestas deportivas y sus motivaciones”.
Fuente: Elaboración propia.

E3 menciona que comenzó a temprana edad, debido a cierta presión social que sentía con su grupo de amigos, viendo como diariamente compartían apuestas o estadísticas sobre esta área, “hoy en día me entretiene y es algo a lo cual me acostumbré”.

De acuerdo con la idea de generar ingresos, la mayoría de los entrevistados se sienten motivados por la facilidad de mejorar su situación económica a través de apuestas de deportes.

Riesgos y control económico

Entrevistado	¿Excediste presupuesto?	¿Consciente del dinero?	¿Conoces riesgos?	¿Cambio de actitud al perder?
E1	Si	Si	Si	Si
E2	Si	Si	Si	Si
E3	Si	No	No	Si
E4	No	Si	Si	No
E5	Si	No	Si	Si

Tabla 22 “Respuestas conocimiento de riesgos”. Fuente: Elaboración propia.

El E1 comenta sobre su nivel de apuestas y que al tener un monto máximo para apostar en ciertas ocasiones se excede del presupuesto que tiene contemplado.

E2 menciona sobre “conozco los riesgos de las apuestas, es algo que me da mucho temor y por eso intento no realizarlo con tanta frecuencia”.

Por otra parte el E3 y E5 dicen no ser conscientes del dinero que apuestan, haciendo referencia a que “en la página de apuestas se ven solo números a la hora de depositar, es muy difícil imaginarse el dinero que representa en realidad”.

8.2 RESULTADOS COMPARACIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS POR CASAS DE APUESTAS

Según las distintas campañas que las casas de apuestas promueven, se pudo examinar el tipo de tácticas y recursos que emplean para captar posibles jugadores. Así, se identifican varios elementos que pueden tener un impacto directo o indirecto en la decisión de una persona de iniciar con las apuestas deportivas en línea, entre los que se pueden resaltar el mensaje principal, los colores, el tiempo de duración, el mensaje de juego responsable, entre otros.

Este estudio posibilita determinar las fortalezas de las campañas de publicidad y la manera en que se orientan hacia el público meta con el objetivo de motivar a nuevos usuarios a involucrarse en esta actividad.

Factores evaluados en las Campañas Publicitarias

- 1) Colores
 - Coolbet: Utiliza colores oscuros que demuestran seriedad.
 - Betano: Utiliza colores claros que son asociados a energía.
- 2) Duración del anuncio
 - Ambas casas de apuestas utilizan fotografías fijas lo que hace referencia un mensaje más directo.
- 3) Tipo de incentivo
 - Las dos campañas se enfocan en incentivos económicos por medio de cupones de descuento.
- 4) Objetos visibles
 - Coolbet: Utiliza su mascota con camiseta de un equipo de futbol en específico, apuntando a la fanaticada del club.
 - Betano: Se centra en un formato más general sobre el deporte, buscando el objetivo de atraer un público más diverso.
- 5) Mensaje principal
 - Coolbet: Público más específico al mencionar el “Bono albo”, apuntando a una afinidad exclusiva con dicho club y sus fanáticos.
 - Betano: Mensaje general con monto fijo para nuevos apostadores de la mano de un código promocional.
- 6) Mensaje sobre juego responsable:
 - Coolbet: No menciona mensajes de juego responsable, lo cual genera un punto débil en este ámbito.
 - Betano: Menciona una advertencia dirigida al juego responsable.

Factores evaluados en los Bonos de Bienvenida

- 1) Colores
 - Coolbet: Se utilizan colores con una tonalidad más oscura con el fin de otorgar una percepción de seriedad.
 - Betano: Se utilizan colores con una tonalidad más fuerte con el fin de otorgar una percepción de entusiasmo y dinamismo, que puede ser más llamativo para el consumidor.

- 2) Duración del anuncio:
 - Coolbet: Se utiliza un anuncio con imagen fija con el objetivo de lograr una comunicación directa con el usuario.
 - Betano: Se utiliza un anuncio con una duración reducida con el fin de implementar elementos interactivos para potenciales clientes.

- 3) Tipo de incentivo:
 - Ambos sitios web se caracterizan por utilizar un incentivo económico como lo son los bonos de bienvenida con el objetivo de establecer una estrategia para atraer nuevos usuarios.

- 4) Objetos visibles:
 - Coolbet: Expone jugadores famosos de un equipo de fútbol con la finalidad de apuntar a la fanaticada del club y el deporte nacional.
 - Betano: No muestra a un club en específico para captar usuarios, ya que utiliza elementos básicos para atraer a un público más diverso.

- 5) Mensaje principal:
 - Coolbet: Se caracteriza por exponer un monto más detallado acompañado de un código promocional con la idea de utilizar una comunicación más directa con el público.
 - Betano: Se destaca por un mensaje más general, ofreciendo una mayor simplicidad en cuanto a la comunicación.

- 6) Mensaje sobre juego responsable:
 - Coolbet y betano no hacen uso de un mensaje relacionado con el juego responsable, lo que puede ser percibido como falta de transparencia por parte de las casas de apuestas al no visibilizar la importancia de un buen uso de estas prácticas.

9. CONCLUSIONES

9.1 CONCLUSIONES ENTREVISTA

Mediante la metodología empleada en este estudio para examinar y analizar los elementos que inciden en el inicio de un eventual apostador, se logró reconocer y determinar los distintos motivos e incentivos que impulsan a los jóvenes a comenzar en esta actividad, diferenciando variables vinculadas a aspectos económicos, sociales y culturales.

Mediante una entrevista no representativa llevada a cabo a cinco jóvenes de 18 a 25 años, se analizaron varios aspectos expresados por los participantes en la entrevista. De esta forma, se lograron conclusiones cualitativas que revelaron las variables que afectan el comportamiento de este público y el impacto que las casas de apuestas pueden tener en su vida diaria.

Así se derivaron las conclusiones siguientes vinculadas al estudio de las variables y la toma de decisiones de los jóvenes en relación a estas actividades.

Un elemento significativo es la "presión social", en la que si hay un ambiente cercano que haga apuestas de manera constante, se incentiva más la participación en las apuestas deportivas en línea. Este asunto se evidencia en los E2 y E3, donde se discute de manera franca que es su entorno, ya sea amigos, pareja o familiares, los que lo incentivan a jugar.

Otra variable relevante que fue respondida de manera reiterada por los entrevistados son los factores económicos que impulsan el inicio en este mundo, lo que coincide con los beneficios inmediatos y la escasa supervisión que se tiene sobre estos lugares, lo que promueve este comportamiento y hace que la actividad sea mucho más accesible y sencilla de llevar a cabo.

Además, se aborda el asunto del marketing y la publicidad, que tienen un papel crucial en la toma de decisiones al jugar, ya que a través de varios incentivos y recompensas se consigue atraer a nuevos jugadores, especialmente a través del bono de bienvenida que se proporciona en la mayoría de las casas de apuestas.

Además, la publicidad enfocada en los jóvenes muestra un gran efecto, ya que varios de los entrevistados respondieron acerca de campañas de bonificaciones específicas o eventos deportivos exclusivos. En cambio, no se puede afirmar que se consigue atraer el interés completo de los consumidores, ya que el caso E4 que se menciona no ha sido afectado en ningún instante por la publicidad de los bonos.

Un asunto que impacta en la percepción de los jugadores se relaciona con los riesgos vinculados al juego, en el que los entrevistados identificaron un cierto control financiero para prevenir un exceso de presupuesto, lo que podría convertirse en una actividad bastante impulsiva.

En términos generales, este estudio muestra que los jóvenes ven las apuestas deportivas en línea como un medio de entretenimiento y diversión en sus momentos de ocio, y que a la vez les proporciona un respaldo en su situación financiera. Además, se manifiestan riesgos e influencia de elementos externos que pueden provocar un efecto adverso en el jugador.

9.2 CONCLUSIONES CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

El estudio comparativo de las distintas tácticas publicitarias de Coolbet y Betano en el sector de las apuestas deportivas en línea, muestra diferencias evidentes en cuanto a sus métodos y segmentación. Estas campañas muestran las distintas estrategias de cada página web con el objetivo de captar al cliente de manera más efectiva. Se exponen a continuación las conclusiones derivadas de las propagandas expuestas.

1) Colores:

- Coolbet al poseer colores oscuros refuerzan una imagen de seriedad, por el contrario, los colores presentados por Betano, pueden llegar a captar de mejor manera un público más nuevos en este mundo de las apuestas deportivas online.

2) Tipo de incentivos:

- Ambas campañas resaltan un enfoque sobre beneficios económicos, lo cual puede ser una estrategia muy llamativa para captar nuevos usuarios, cabe mencionar que Coolbet, se dirige al público de un equipo en específico, por ende su nicho puede ser más efectivo en comparación a Betano.

3) Objetos visibles:

- Betano, al poseer ciertas imágenes en la campaña de deportes en general, busca un alcance menos segmentado sin tener ninguna referencia específica, lo cual puede ser muy bueno para atraer potenciales deportistas o público de fútbol en general. Por el contrario, Coolbet al tener símbolos y referencias de un equipo en específico apunta hacia un segmento puntual, intentando fidelizar a la población de ese club.

4) Mensaje sobre juego responsable:

- La inclusión de un mensaje sobre juego responsable por parte de Betano, le puede generar beneficios a la marca con respecto a términos de responsabilidad social, añadiendo un valor extra en comparación a Coolbet.

9.3 CONCLUSIONES BONOS DE BIEVENIDA

Las comparaciones entre las campañas de bonificaciones iniciales de Coolbet y Betano facilitan entender cómo diferentes tácticas influyen en la captación de potenciales usuarios. Además, es crucial el mensaje principal que transmite cada campaña publicitaria, la configuración de la imagen y las ventajas que tiene en comparación con otras casas de apuestas.

1) Colores:

- Coolbet al presentar colores oscuros refuerza una percepción de confianza, por otro lado los colores claros de Betano, presentan un impacto más llamativo para posibles usuarios.

2) Objetos visibles:

- Betano realiza una representación más genérica con caja de regalo y balones, donde se apunta hacia diferentes deportes, por otro lado Coolbet demuestra un ámbito más puntual que viene siendo de un equipo de fútbol en específico.

3) Impacto global:

- Coolbet se posiciona de forma más seria y dirigida al fútbol nacional, Betano busca atraer una audiencia más dinámica y generalizada. Ambas campañas podrían mejorar si incluyeran los mensajes sobre juego responsable y términos y condiciones, teniendo en cuenta las distintas adicciones y el impacto que ha generado en el último tiempo este tipo de apuestas online.

4) Uso de famosos

- Coolbet al usar famosos con un equipo de futbol específico, genera un tema de fidelización con los fanáticos del club, creando un vínculo emocional dirigido a un nicho específico.

10. RECOMENDACIONES

Con el propósito de cumplir con el objetivo principal propuesto en este estudio, a través de la variada información recopilada y sus correspondientes resultados y conclusiones, se definen estrategias y sugerencias para enfrentar los retos vinculados con el asunto de las apuestas deportivas en línea entre los jóvenes.

1) Educación financiera acerca de los riesgos: Como se demostró en toda la investigación, es imprescindible potenciar la educación financiera en las redes sociales para los jóvenes, ya que puede promover el entendimiento de los peligros vinculados a las apuestas deportivas. De esta manera, se apreciará un valor auténtico del dinero y se empleará de manera responsable. Esto podría contribuir a disminuir una postura impulsiva de los usuarios, creando conciencia sobre los límites de gasto que se establecen al momento de hacer apuestas.

2) Promover prácticas responsables: Es necesario establecer estímulos tributarios para las plataformas de apuestas en línea, donde en cada publicación deben evidenciar su compromiso con el juego responsable y su seguridad. De esta manera, se buscaría priorizar el bienestar del usuario por encima de los beneficios financieros que motivan al apostador. Por otro lado, es crucial tener un enfoque en integrar a las campañas publicitarias información clara y detallada sobre los términos y condiciones de cada promoción que ofrecen las casas de apuestas, en donde es necesario centrarse en una propuesta realista con el mensaje que se promueve, de esta manera, el objetivo es disminuir el impulso por apostar y generar una mayor conciencia sobre esta actividad.

3) Añadir herramientas de autocontrol: Al poner en marcha estas herramientas, se puede forzar a las plataformas de apuestas a incorporar aspectos como límites temporales, alertas o notificaciones de costos máximos, informes regulares que indiquen el monto invertido en estas apuestas, con el objetivo de mantener un autocontrol más efectivo y crear conciencia acerca del dinero invertido.

4) Mayor fiscalización: Como se evidenció en la investigación, se puede demostrar una oportunidad en el campo de la regularización para fiscalizar el ingreso de menores a las plataformas de apuestas deportivas.

5) Campañas personalizadas: El vínculo emocional que pueden crear las campañas de publicidad, juegan un papel crucial en la captación de nuevos usuarios, dado que representa una motivación para aquellos que forman parte de la comunidad de un club en específico. De esta manera, se puede incentivar la participación de varios grupos y, al mismo tiempo, incrementar su lealtad.

6) Utilización figuras públicas: Esta estrategia tiene un enfoque en captar potenciales apostadores que poseen admiración por figuras famosas deportivas, quienes tienen la capacidad de incrementar la visibilidad de las casas de apuestas, además de incentivar a quienes aún no son participantes de esta actividad, al mismo

tiempo, es importante recalcar que las campañas entreguen un claro mensaje acerca del juego responsable y exclusivo para mayores de edad.

7) Monitoreo Continuo: Se sugiere un monitoreo constante de esta actividad. Para ello, es imprescindible ampliar los estudios sobre este asunto. Es crucial analizar cómo cambia el comportamiento y qué tendencias tienen los jóvenes hoy en día, teniendo en cuenta las razones por las que participan de las apuestas deportivas en línea. De esta forma, se pueden aplicar estrategias que muestren los riesgos y promuevan el autocontrol en esta actividad.

El objetivo de estas sugerencias es el autocuidado y el autocontrol que se debe mantener al inicio de las apuestas. Es imprescindible analizar todas las perspectivas que inciden en estas circunstancias y mantener una toma de decisiones precisa respecto a los peligros a los que se pueden exponer en las casas de apuestas.

11. BIBLIOGRAFÍA

- 1xbet. (s.f.). *1xbet*. Obtenido de https://1xlite-04636.top/es?platform_type=mobile
- Bach. Velasquez Doig, A. A. (2024). *Repositorio Institucional*. Obtenido de https://repositorio.epnewman.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12892/1143/TF_Alvaro%20Alfonso%20Vel%c3%a1squez%20Doig.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bet365. (s.f.). *Bet365*. Obtenido de <https://www.bet365.es/?#/HO/>
- Betano*. (17 de 10 de 2024). Obtenido de <https://www.instagram.com/p/DBPdJ07R2YW/?igsh=MW9sZ2psbGZwdHpmcg%3D%3D>
- Betano*. (30 de 10 de 2024). Obtenido de <https://lat.betano.com/offers/sportsbook/Juega-mas-con-nuestro-bono-de-bienvenida/10492/>
- Betano. (s.f.). *Betano*. Obtenido de <https://lat.betano.com>
- Betsala. (s.f.). *Betsala*. Obtenido de <https://www.betsala11.com/es/>
- Betsson. (s.f.). *Betsson*. Obtenido de <https://www.betsson1001.com/cl>
- Betwarrior. (s.f.). *Betwarrior*. Obtenido de <https://international.betwarrior.bet/es/promotions>
- Coolbet*. (19 de 10 de 2024). Obtenido de <https://www.instagram.com/p/DBU5s8KO7Om/?igsh=ZTF0bm5wOHA1aXI5>
- Coolbet*. (30 de 10 de 2024). Obtenido de <https://www.coolbetchile.com/cl/apuestas-deportivas>
- Coolbet*. (s.f.). *Coolbet*. Obtenido de <https://www.coolbetchile.com/cl/apuestas-deportivas>
- España, F. (05 de 01 de 2023). *Ivanosalud*. Obtenido de <https://www.ivanosalud.com/los-adolescentes-y-las-apuestas-descontrol-y-sufrimiento/>
- EstelarBet. (s.f.). *EstelarBet*. Obtenido de <https://estelarbepromociones.com/bono-bienvenida-100-deportes/>
- Eva Llorente Rodríguez. (07 de 2023). Obtenido de UVA Repositorio Documental: <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/61671/TFG-N.%202218.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- García Ruiz, P., Buil Gazol, P., & Solé Moratilla, M. (2016). *UIC*. Obtenido de https://repositori.uic.es/bitstream/handle/20.500.12328/1348/Buil%20Gazol%2c%20Mara%20Pilar%20et%20al._Consumos%20de%20riesgo_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y4
- García Ruiz, P., Buil, P., & Solé Moratilla, M. (2015). *Adicciones*. Obtenido de <https://www.adicciones.es/index.php/adicciones/article/view/706/701>
- García, P. (17 de 11 de 2015). *Política y Sociedad Número de serie: 1130-8001Vviejo. 53, núm. 2 (2016): 551-575* http://dx.doi.org/10.5209/rev_POSO.2016.v53.n2.47921551 *Consumos de riesgo: menores y juegos de azar online .El problema del "juego responsable"*. Obtenido de

- https://www.researchgate.net/publication/373071796_El_problema_del_juego_responsable_Pablo_GARCIA_RUIZ
- González, C., Fanjul, C., & Gautier, C. (2024). *Visualcompuplications*. Obtenido de <https://visualcompuplications.es/revVISUAL/article/view/5216/3518>
- Gujer, D. (03 de 08 de 2024). *Efdeportes*. Obtenido de <https://www.efdeportes.com/efdeportes/index.php/EFDeportes/article/download/7812/2177?inline=1>
- Gujer, D. (03 de 08 de 2024). *efdeportes.com*. Obtenido de <https://www.efdeportes.com/efdeportes/index.php/EFDeportes/article/download/7812/2177?inline=1>
- Kirschbaum, R. (30 de 10 de 2024). *Clarín*. Obtenido de https://www.clarin.com/sociedad/nuevo-informe-apuestas-online-afecta-4-10-jovenes-pais-alertan-graves-consecuencias_0_X81rrMQMoH.html?srsId=AfmBOopSas1Qhn64SLtrfqNP7GllzN59LxldCR9eUxe477_Wy0SgzbeL#google_vignette
- LeoVegas. (s.f.). *LeoVegas*. Obtenido de <https://www.leovegas.com/es-int/>
- Lloret, C. &. (Febrero de 2022). *Science Direct* . Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S021265672100264X?via%3Dihub>
- Marcos, M. C. (03 de 11 de 2019). *Aesed*. Obtenido de https://www.aesed.com/upload/files/v44n4_3-mcholz.pdf
- Martín, E., Ayuso, A., García, D., Moratinos, N., Ruiz, C., Martín, L., . . . Vegara, M. (2022). *IES Alonso Berruguete*. Obtenido de <https://iesalonsoberruguete.com/wp-content/uploads/2024/05/PROYECTOS-BIE-2022.pdf#page=81>
- Mateu, J. (2016). *COLEFCCAFE*. Obtenido de <https://colefcafecv.com/wp-content/uploads/art3.24.pdf>
- Montañés, M. (Junio de 2019). *Uvadoc*. Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/36943/TFG-N.1110.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Muñoz, A. S. (2020/2021). *Repositorio Comillas*. Obtenido de <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/50938/TFG-Sevilla%20Munoz%2c%20Andrea.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pablo Caselles Cámara, V. C. (07 de 2018). *Health and Addictions* . Obtenido de <https://ojs.haaj.org/?journal=haaj&page=article&op=view&path%5B%5D=392&path%5B%5D=pdf>
- Pablo Caselles Cámara, V. C. (07 de 2018). *Health and Addictions* . Obtenido de <https://ojs.haaj.org/?journal=haaj&page=article&op=view&path%5B%5D=392&path%5B%5D=pdf>
- RAE. (2024). *RAE*. Obtenido de <https://dle.rae.es/apostar?m=form>

- RAE. (2024). *RAE*. Obtenido de <https://dle.rae.es/ludopat%C3%ADa>
- Rodríguez, E. L. (07 de 2023). *UVA repositorio documental*. Obtenido de [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/TFG-N.%202218%20%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/TFG-N.%202218%20%20(1).pdf)
- Rodríguez, E. L. (07 de 2023). *UVA Repositorio Documental*. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/TFG-N.%202218%202.pdf>
- Rojabet. (s.f.). *Rojabet*. Obtenido de <https://rojabet.com/es-es>
- Rubio, N. M. (01 de 02 de 2024). *Psicología y mente*. Obtenido de <https://psicologiaymente.com/social/presion-social>
- Serapio, A. (06 de 2006). *Injuve*. Obtenido de https://www.injuve.es/sites/default/files/revista73_1.pdf
- Serna, C. (06 de 2024). *Apuesta legal*. Obtenido de <https://apuestalegalchile.com/ley-apuestas-chile/#:~:text=En%20Chile%2C%20los%20casinos%20de,plataformas%20extranjer%20si%20ninguna%20penalizaci%C3%B3n!>
- Smartmind*. (2024). Obtenido de [https://www.smartmind.net/blog/que-es-la-gamificacion/#:~:text=La%20gamificaci%C3%B3n%20\(tambi%C3%A9n%20conocida%20como,su%20realizaci%C3%B3n%20y%20fo%20compresi%C3%B3n.](https://www.smartmind.net/blog/que-es-la-gamificacion/#:~:text=La%20gamificaci%C3%B3n%20(tambi%C3%A9n%20conocida%20como,su%20realizaci%C3%B3n%20y%20fo%20compresi%C3%B3n.)