



DEPARTAMENT D'ECONOMIA
Universitat Rovira i Virgili

Facultat d'Economia i Empresa

LES APOSTES ESPORTIVES ONLINE

Dirigit pel Dr. Ricardo Flores Fillol

NÚRIA ADZERIAS AYMERICH

BASMA EL HAMDAOUI EL KORACHI

TREBALL FI DE GRAU

ECONOMIA

REUS, 2019

RESUM

En el treball que presentem fem un estudi del mercat de les apostes, centrant-nos en les apostes esportives en línia. L'anàlisi inclourà l'evolució que ha tingut la pràctica de jocs d'atzar en l'Estat espanyol, el marc legal que el regula, així com la rellevància econòmica que suposa per a les recaptacions estatals. El mercat de les apostes compta amb un seguit de característiques pròpies; la suposada facilitat de guanyar grans quantitats de diners de manera ràpida i senzilla, l'addicció, dependència i trastorns que pot generar en aquells que hi participen. A més cal tenir en compte que això afecta de forma extensa en la societat i que ha sofert un creixement en nombre d'operadors i consumidors molt gran en els últims anys. Pel que fa a les apostes en línia s'hi afegeixen altres característiques com; la persuasió intensa i d'abast general dels anuncis en la xarxa per part dels operadors, l'anonimat que aporta prescindir de la presència física, la dificultat de controlar la identitat dels consumidors i per tant la seva capacitat de prendre decisions, així com l'aparició de professions que aquest context afavoreix.

Paraules clau: Apostes, joc d'atzar, marc legal, publicitat, mercats, ludopatia i esports.

RESUMEN

En el trabajo que presentamos realizamos un estudio del mercado de las apuestas, centrándonos en las apuestas deportivas en línea. El análisis incluirá la evolución que ha tenido la práctica de juego de azar en el Estado español, el marco legal que lo regula, así como la relevancia económica que supone para las recaudaciones estatales. El mercado de las apuestas cuenta con una serie de características propias; la supuesta facilidad de ganar grandes cantidades de dinero de una forma rápida y fácil, la adicción, dependencia y trastornos que puede generar en los participantes. Además se debe tener en cuenta que esto afecta de forma extensa en la sociedad y que ha resultado en un crecimiento en el número de operadores y consumidores muy elevado en los últimos años. Por lo que respecta a las apuestas online se añaden otras características como; la persuasión intensa y de alcance general de los anuncios en la red por parte de los operadores, el anonimato que aporta prescindir de la presencia física, la dificultad de controlar la identidad de los consumidores y por tanto su capacidad de tomar decisiones, así como la aparición de profesiones que este contexto favorece.

Palabras clave: Apuestas, juegos de azar, marco legal, publicidad, mercados, ludopatia y deportes

ABSTRACT

This study carries out an analysis of the betting market, focusing on online sports. The analysis covers the evolution of gambling practice in Spain, the legal framework that regulates it, as well as its economic relevance as a source of revenues. Online sports betting adds to the characteristics of the betting market: the promise of winning large amounts of money in a quick and easy way, the addiction and dependence of those who participate in it and, more widely, a disruption for the whole society. Some contributors to the rise of this dangerous business have been: the growth in the number of operators and consumers in recent years, the appealing characteristics of its online version, the intense persuasion and general reach of advertisements, the anonymity that comes along with an online interaction, the difficulty in controlling the identity of consumers and therefore their ability to make decisions, as well as all the new jobs created to support this new business.

Keywords: Bets, gambling, legal framework, advertising, Markets, addiction to gambling and Sports.

ABREVIATURES

ONCE: Organització nacional de cecs espanyols	S.A.U: Societat anònima unipersonal
DGOJ: Direcció General d'Ordenació del Joc	P.L.C: Public Limited Company
BOE: Butlletí Oficial de l'Estat	IVA: Impost sobre el valor afegit
LEA: Loteries i apostes de l'Estat	PIB: Producte Interior Brut
IRPF: Impost sobre les persones físiques	S.A: Societat anònima
GGR: Gross Gaming Revenue o Marge net del joc	

ÍNDEX

1. INTRODUCCIÓ	1
1.1 MOTIVACIÓ	1
1.2 OBJECTIUS I HIPÒTESIS	3
1.3 METODOLOGIA.....	¡Error! Marcador no definido.
2. EL REpte DE LES APOSTES ONLINE I REGULACIÓ A ESPANYA.....	5
2.1 EL REpte DE LES APOSTES ONLINE	5
2.1.1 EVOLUCIÓ DE LES APOSTES ONLINE A ESPANYA	5
2.1.2 PATOLOGIES DERIVADES D'ACTIVITATS RELACIONADES AMB EL JOC ONLINE.....	5
2.1.3 MESURES DE PREVENCIÓ	7
2.2 MARC LEGAL I REGULACIÓ A ESPANYA.....	8
2.2.1 OBJECTIUS DE LA REGULACIÓ.....	8
2.2.2 REQUISITS DELS OPERADORS	10
2.2.3 PUBLICITAT I PROMOCIÓ	11
2.2.4 PROTECCIÓ ALS MENORS	12
3. SITUACIÓ ACTUAL DEL SECTOR DE LES APOSTES I RELLEVÀNCIA ECONÒMICA ...	13
3.1 EL SECTOR DEL JOC ONLINE	14
3.3 RELLEVÀNCIA ECONÒMICA DE LES APOSTES	15
3.4 RELLEVÀNCIA ECONÒMICA DE LES APOSTES ONLINE	16
4. ANÀLISI DE L'OFERTA	20
4.1 L'OFERTA EN EL MERCAT DE LES APOSTES ESPORTIVES ONLINE.....	21
4.2 PERFIL DE LES EMPRESES	21
4.3 PRODUCTE	22
4.4 CASES D'APOSTES MÉS IMPORTANTS.....	27
4.5 FORMA JURÍDICA.....	29
4.6 ESTRUCTURA DEL MERCAT	30
4.7 BARRERES D'ENTRADA	31
4.8 PUBLICITAT	33
4.9 PROFESSIONS RELACIONADES AMB EL MERCAT DE LES APOSTES	36
4.10 TRIPIJOCS.....	39
5. ANÀLISI DE LA DEMANDA	44
5.1 PERFIL DE LA DEMANDA	44
5.2 COMPORTAMENT DELS CONSUMIDORS.....	46
6. CONCLUSIONS.....	48
7. REFERÈNCIES.....	51

ÍNDIX DE TAULES I FIGURES

Taula 1. Recaudació taxa per la gestió administrativa del joc	15
Taula 2. Cases d'apostes.....	29
Taula 3. Construcció de locals entre el 2014 i el 2017	41
Taula 4. Tipus d'impost pagat segons país de registre.....	43
Figura 1. Principals magnituds (milions d'€)	16
Figura 2. Evolució anual de la mitjana mensual de comptes.....	17
Figura 3. Jugadors actius i comptes actius.....	17
Figura 4. GGR per tipus d'aposta.....	18
Figura 5. Quota per tipus de joc (% de GGR)	19
Figura 6. Quantitats jugades: distribució anual per tipus de joc.....	19
Figura 7. Evolució anual d'apostes per tipus de joc (GGR).....	20
Figura 8. Evolució anual d'apostes per tipus de joc (quantitats jugades).	20
Figura 9. Nombre de jugadors per segment de joc i edat	45
Figura 10. Nombre de jugadors i edat.....	45

1. INTRODUCCIÓ

El treball que presentem a continuació intenta donar explicació i visibilitat a un dels mercats regulats més polèmics dels últims anys: el mercat de les apostes i els jocs d'atzar a Espanya. Com en el cas dels mercats de l'alcohol o el tabac, es presenta com una font de considerable de recursos estatals però amb diverses controvèrsies pel que fa als efectes que té en la societat, difícils de calcular. Les apostes i els jocs d'atzar han sofert un creixement accelerat, un creixement que s'ha vist de manera més accentuada en els jocs d'apostes esportives en la seva versió en línia. Són precisament aquests els que tractarem d'analitzar en el treball. El creixement que ha tingut el mercat de les apostes no hagués estat possible, sens dubte, sense les característiques que en fan d'aquest un mercat no del tot comú. L'oferta és limitada en relació al nombre de consumidors, que es troben en condicionats per la creixent i accessible publicitat que pot afectar el seu comportament racional. Algunes d'aquestes condicions poden derivar en problemes psicològics i patologies relacionades amb l'addicció que, en casos extrems, porta al desenvolupament de trastorns com la ludopatia, tot plegat emparat per una regularització pobre i amb l'escut que ofereix l'anonimat en línia.

En l'elaboració del treball hem analitzat el mercat de les apostes a Espanya comprovant i relacionant diferents dades que ens aporten les fonts estatals en diversos informes que publiquen de manera trimestral i anual. També hem aprofundit en el marc legal que envolta tot aquest mercat per saber fins a quin punt l'Estat té control de les conseqüències d'un mercat de tal magnitud i en constant creixement, on una part es realitza fora de la llei. Tot plegat, el treball, s'ha dirigit a determinar la situació actual d'aquest mercat, centrant-nos en la seva versió en línia i de temàtica esportiva, i intentant comprendre les limitacions que tenen tant l'Estat com els consumidors que hi participen per enfrontar tots els buits legals i els problemes socials que se'n deriven.

Part de la motivació per estudiar el mercat de les apostes és a causa del debat social que s'ha creat sobre el qüestionable abast que presenta l'actual regulació dels jocs d'aposta i l'accessibilitat de la seva versió en línia, que ofereix una porta d'entrada a una capa de la societat altament vulnerable com són els menors d'edat. El boom que ha sofert el joc d'apostes en línia i el constant creixement d'aquest han deixat al descobert algunes de les mancances legals que Espanya té quan acull mercats de regularització polèmica, tant per la seva vessant social (una activitat que crea trastorns com la ludopatia i que ataca a capes vulnerables tant per edat com per debilitat econòmica), com per l'impacte econòmic que sembla s'efectuaran tant si estan regulades com si no ho estan.

El mercat de les apostes és un mercat que aporta a l'economia espanyola xifres elevades: l'últim any ha suposat al voltant del 3,5% del PIB on la seva vessant en línia de temàtica esportiva ha arribat a aportar gairebé un 1% del PIB. Aquestes xifres porten a plantejar una regulació adequada que procuri cobrir els màxims aspectes que comporta tant la seva explotació com la participació, ja que el cost social és molt complicat de calcular tot i que sens dubte existeix i de manera preocupant.

1.1 MOTIVACIÓ

El mercat de les apostes és socialment qüestionat per diversos motius (econòmics, legals, social, psicològics...) però no hi ha dubte que col·loca en la societat preguntes difícils de respondre; En un mercat que pot desenvolupar en la societat patologies com la ludopatia però que té gran rellevància econòmica, s'ha de prohibir o s'ha de deixar de banda aquests efectes (separant així la conseqüència del problema) i tractar-los una vegada creats?, i en el cas que la decisió fos regular aquest mercat per tal de permetre reduir al màxim els efectes negatius, on hem de centrar els nostres esforços reguladors i quins han de ser els límits per tal de respectar l'activitat econòmica dels operadors?

Aquestes preguntes no compten amb una resposta rotunda i posen el mercat de les apostes al nivell d'altres mercats igual de criticat per motius similars (efectes negatius en la societat però amb gran aportació econòmica a l'Estat) com podria ser el mercat de les drogues legalitzades com el tabac i l'alcohol i fins i tot el mercat il·legal de la prostitució que és de pràctica universalment coneguda tot i la seva prohibició. Un altre dels factors que s'han de tenir en compte a l'hora de decidir si aquest mercat ha d'estar no regulat, sinó prohibit, cal ser realistes i interpretar si la prohibició eliminaria l'existència del mercat o només causaria que aquest es dugués a terme de manera il·legal amb la mateixa problemàtica social però sense beneficis per a l'Estat.

Un altre aspecte a tenir en compte és la imatge, visió i acceptació que en té la societat, en definitiva, si la posició d'aquesta davant el mercat és positiva o només en veu els aspectes negatius. Aquest aspecte és difícil de discernir, ja que canvia respecte a la implicació que té cadascú en el mercat, és a dir, si hi participa de manera directa o indirecta (algun amic, familiar...) i n'ha patit les conseqüències (negatives o positives) o en viu al marge. El que sí és evident és la gran popularitat amb la qual compten les apostes esportives en línia que sovint es veuen inofensives i se separen de la resta de jocs d'atzar posant-los al nivell de les porres fetes amb familiars, amics, companys de feina, etc.

Aquests aspectes i més, discutits en diversos escenaris ens han portat a voler fer-ne un estudi per tal de poder crear una opinió més documentada i posar en xifres allò que per intuïció creiem saber. Creiem que és de vital importància canviar la regulació actual del mercat de les apostes, centrant-se en les conseqüències devastants que crea en la societat, protegint a les capes més vulnerables de la visibilització publicitària que pota a l'acceptació social i elimina possibles reticències regulant el comportament dels operadors que pot portar a un augment dels beneficis econòmics de l'Estat.

1. 2 OBJECTIUS I HIPÒTESIS

Els principals objectius que han conduït la nostra recerca d'informació i la seva comparació han estat:

- Descobrir no només el món de les apostes que se'ns presenta als anuncis, la font més accessible per aquells que no participen en ell, sinó tots els aspectes que s'amaguen darrere. Per tal de saber si l'obtenció d'un possible guany econòmic elevat i ràpid és l'únic factor que porta als consumidors a participar-hi de forma racional.
- Entendre perquè en un mercat que dóna tants beneficis i està en constant creixement les empreses que hi participen són poques però amb nombrosa visibilització de cara als consumidors, tant amb la creació de locals físics com amb els anuncis per les seves versions online.
- Aprofundir en el debat que sorgeix de la llibertat que tenen els operadors per realitzar la seva activitat econòmica regulada per l'Estat de manera que els permet obtenir el màxim de beneficis i els problemes socials que suposa la participació en aquest mercat, fent que els beneficis obtinguts quedin a l'ombra de la conducta irracional dels participants amb l'agreujant que, tant les empreses com l'Estat (que ho regula), en són conscients.
- Realitzar una anàlisi de les dades que ens presenta l'Estat sobre l'impacte econòmic, la seva regulació, els mitjans amb els quals compten els oferents per atreure participants i el comportament d'aquests últims en un mercat en constant creixement, per tal de veure les conseqüències que poden sorgir de continuar amb aquesta regulació aparentment limitada.

La hipòtesi que presentem en aquest treball és que totes les característiques i factors que hem presentat i desenvoluparem en el cos del treball afecten un mercat que deixa de funcionar com la resta i el converteix en un mercat difícil de regular i controlar-ne les conseqüències socials.

1. 3 METODOLOGIA

Les dades del mercat de les apostes són impossibles d'obtenir de manera completa, ja que part de les activitats d'aquest s'efectuen de manera il·legal i algunes de les xifres queden alterades i no se'n poden obtenir conclusions rotundes, tot i això l'estat n'ha regulat gran part. Gràcies a aquesta regulació per part de l'Estat, aquest en pot fer un seguiment de les xifres econòmiques que mou el mercat de les apostes i publicar un seguit d'informes de manera trimestral i una memòria anual que permet veure no només la situació actual sinó l'evolució d'aquest mercat en l'Estat espanyol.

La principal font d'informació a l'hora de realitzar la part d'impacte econòmic del treball han sigut aquests informes publicats en la pàgina web de la DGOJ; Dades del Mercat Espanyol del Joc, Mercat del Joc Online Estatal, Perfil Del Jugador Online, Memòria anual i Informes Trimestrals. A l'hora de facilitar-ne la comprensió i extreure conclusions hem elaborat, a partir de les dades dels informes, un seguit de Figuras per tal d'utilitzar-los de suport visual i aportar la informació de manera més intuïtiva.

Per tal de realitzar la part de regulació i per tant presentar el marc legal en el qual es mouen els operadors i els participants hem acudit al BOE on queda detallat sota quines restriccions actuen els operadors i totes les normes imposades per l'Estat.

Les conseqüències socials estan observades per l'Estat en diversos informes que presenta en la pàgina web de la DGOJ; Perfil del Jugador Online i Estudis de prevalença/clínics, per tal de complementar amb dades i diversos arguments, hem acudit a notícies dels principals diaris nacionals; Público, El Diari, La Vanguardia i El País, així com a estudis fets per universitats i centres mèdics d'arreu del món amb resultats prou similars per a ser de rellevància real com els duts a terme per Olason i Brunelle o l'Hospital Universitari de Bellvitge i d'altres realitzats per psicòlegs independents especialitzats en temes com les addiccions i la ludopatia.

2. EL REPTE DE LES APOSTES ONLINE I REGULACIÓ A ESPANYA

2. 1 EL REPTE DE LES APOSTES ONLINE

2. 1. 1 EVOLUCIÓ DE LES APOSTES ONLINE A ESPANYA

Els jocs d'atzar es van legalitzar en Espanya el 1977. En aquell primer moment es va fer front a la regulació del joc, aleshores habitual, que requeria de presència física en llocs com casinos, en forma de bingos, travesses, loteries i fins i tot apostes esportives o màquines recreatives. No va ser fins al sorgiment i la popularització d'internet que aquestes activitats es va transportar al marc de les apostes en xarxa i van sorgir les apostes esportives online, aquesta modalitat o via de participació les va transformar en una activitat de fàcil accés per a tota mena d'usuari a través de tota mena de dispositius electrònics d'ús quotidià com serien els ordinadors, els dispositius mòbils i les tauletes, que han convertit l'activitat en quelcom que es pot incloure en la rutina del consumidor.

No va ser fins alguns anys després que es va formalitzar la Llei 13/2011 del 28 de maig sobre la Regulació del Joc on aquest tipus de joc en xarxa es va començar a practicar a Espanya de manera regulada, i no va ser fins al 2012 que no apareixen les primeres llicències per als operadors nacionals. La Llei va aportar regulació al joc en la Xarxa (el joc online), és a dir, aquella activitat que inclou el joc d'atzar amb apostes a través d'internet i que pot derivar en una conducta addictiva amb l'objectiu de protegir els drets dels consumidors amb especial interès del menor. L'any 2014 la DGOJ emparada per la Llei 13/2011 (BOE, 2014) aprova la disposició on es desenvolupen les especificacions tècniques, la seguretat i el seguiment que han de complir els sistemes de joc que no tinguin una llicència atorgada sota la llei esmentada i per tant no assegurin el compliment d'unes normes bàsiques.

Per tal d'entendre de manera intuïtiva l'efecte d'aquest tipus de joc d'atzar i especialment el de caràcter online i esportiu, cal puntuar un seguit de xifres prou clarificant. L'any 2012 la DGOJ va assenyalar que la despesa en jocs legals d'atzar de la població Espanyola va ser de 28.698 milions d'euros, dels quals 5.438 corresponen als jocs online (DGOJ, 2014). En l'Anuari del Joc a Espanya (2013 - 2014) publicat per la fundació de la multinacional de caràcter privat CODERE s'apunta que les apostes ascendeixen a 5.600 milions d'euros en webs legals (aquells portals online que compten amb llicència concedida per la DGOJ) amb un evident predomini de les apostes esportives. Aquestes últimes representen el 41,3% d'apostes online (Gómez, 2014).

Amb la implementació de la Llei 13/2011 Espanya ha sofert un creixement en l'oferta de jocs i aquestes s'han publicitat i promocionat amb l'ús d'un sistema publicitari no regulat durant els inicis i que ha causat l'atracció de públic a aquest tipus de joc, amb la promesa de grans beneficis i altes probabilitats d'èxit d'una manera més accessible que els jocs que requereixen presència física. Dins d'aquestes pràctiques també s'han observat reclams com l'oferta de bons benvinguda, bons extres per convidar algun amic, bons combinats o fins i tot bons sense demanda de dipòsit que permeten iniciar-se en el joc de manera gratuïta amb pràctiques que porten aquesta estratègia al límit com aquelles que inclús ofereixen diners per tal que s'hi participi, tot i que l'article 8 de l'esmentada llei prohibeix la creació de préstecs designats a les apostes que inciti al joc a aquells que sota altres condicions no ho farien.

El creixement de l'activitat de les apostes d'atzar dutes a terme de manera online no només ha comportat canvis referents a dades numèriques de despesa per part dels consumidors i guanys dels operadors i de l'Estat gràcies a la seva regulació. El joc d'atzar online comporta un seguit de problemàtiques més complexes i difícils d'afrontar que inclouen a tota la societat, es tracta de les escenes patològiques derivades de la pràctica abusiva i addictiva d'aquesta activitat. És d'evident importància entendre la incidència d'una conducta patològica davant del joc com una resposta a les transformacions que aquest ha sofert en l'entorn social i cultural i la gran accessibilitat que se li ha permès a tota mena de consumidor gràcies a les noves tecnologies. D'aquests aspectes en parlarem més acuradament més endavant.

2. 1. 2 PATOLOGIES DERIVADES D'ACTIVITATS RELACIONADES AMB EL JOC ONLINE

Va ser als anys 1980 quan es va qualificar la conducta problemàtica del joc com a patologia mental posant èmfasi que es tractava del joc en si allò que pot ser de caràcter patològic. Si analitzem el panorama científic, ens revela un problema de salut associat al joc, ja que els que practiquen aquesta activitat es troben amb una puntuació més elevada respecte a aquells que no en les següents problemàtiques: conductes addictives amb, o sense, consum de substàncies, ansietat, impulsivitat, obsessió, sensibilitat intrapersonal, depressió, hostilitat, paranoia, psicoticisme, somatització i compulsió. L'ús de les noves tecnologies ha influït de manera significativa en el desenvolupament de trastorns de joc patològic sobretot en la joventut. Aquest tipus de joc a través de la xarxa és més addictiu que el joc presencial, ja que en ell trobem les principals característiques del joc addictiu potenciades amb el caràcter de privacitat i fàcil accessibilitat lligades a estímuls visuals, ús d'indicacions que donen sensació de

control al jugador, opcions de jugar en solitari, apostes de baix cost i gairebé immediatesa entre l'aposta i el resultat creant un reforç immediat. (Brunelle et al., 2012; Griffiths, Wardle, Orford, Sproston, & Erens, 2009; Olason et al., 2011; Wood & Williams, 2011) Per tal de plasmar aquestes afirmacions esmentarem l'augment d'un 13,1% de les consultes associades als jocs d'atzar en xarxa per part de la Unitat de Joc Patològic de l'Hospital Universitari de Bellvitge (González Ibañez, À. i A. Volberg, R., 2007-2008).

Com a estímul principal de cara a la població juvenil trobem que és un mètode d'obtenir diners ràpids i aquesta característica es considera un factor que afavoreix l'inici en el joc online, un mitjà fàcil per aconseguir-lo i permetre evadir més fàcilment les prohibicions legals, ja que les seves apostes estan condicionades per com es fa la publicitat, amb l'ús de pàgines que apareixen mentre es navega per la Xarxa.

2. 1. 3 MESURES DE PREVENCIÓ

La companyia de Jocs PAF, en el III Congrés Internacional celebrat l'any 2011 sobre "casos docents en màrqueting públic i no lucratiu", va explicar que la seva empresa no només informava els clients sobre diferents instruments dels quals disposaven per a poder limitar la inversió en el joc sinó que també hi oferien una aplicació per a poder veure els temps que li dedicaven al joc (Cantero Araque i Bertolín Guillén, Revista Espanyola de Drogodependències, 2015).

Aquestes mesures pretenien aconseguir un joc responsable i buscaven aconseguir el prestigi d'estar entre els millors operadors del món sota aquesta condició. La DGOJ va crear en l'any 2013 el Consell Assessor de Joc Responsable, en el qual s'hi va incloure representants de l'Administració, de la societat civil (clínic, científics i afectats per ludopatia) i de les empreses del sector. En aquest Consell Assessor de Joc Responsable, es va presentar una "estratègia de joc responsable" amb la intenció de reduir al mínim els efectes nocius d'aquest. Més endavant en l'any 2014, en un informe presentat per la Ponència Mixta Congrés-Senat per a l'estudi dels problemes de drogues plantejava el "joc ètic" i anava més enllà del "joc responsable". En aquest informe s'assumia la responsabilitat tant per part del Govern com de les companyies del sector en la prevenció de l'addicció. Algunes de les mesures que van sorgir per a evitar la conducta problemàtica que suggereixen respecte al joc no responsable són: informar de la prohibició de participació dels menors d'edat, verificació de l'edat mitjançant DNI, establiment de límits tant de despesa com de temps, pauses obligatòries entre apostes, possibilitat d'auto exclusió per part del consumidor, limitacions en publicitat del joc

online, creació i realització de campanyes de sensibilització dirigides amb especial atenció a la població juvenil amb informació sobre els efectes nocius del joc online.

Pel que fa als programes preventius trobem la campanya online anomenada "nocaigas.com" i és la primera iniciativa integral de prevenció que es realitza en el territori Espanyol i que va dirigida als adolescents. En ella s'implica les famílies i els educadors deixant visible el gravant de la possibilitat que el consumidor tingui capacitats diferents o qualsevol altra circumstància personal o social, protegint així els drets de propietat intel·lectual i protegint la joventut i la infància.

2. 2 MARC LEGAL I REGULACIÓ A ESPANYA

En el territori espanyol tots els jocs d'atzar considerats tradicionals o presencials són competència de les diferents comunitats autònomes i no va ser fins a l'any 2011 que es van legislar els jocs d'atzar per Internet mitjançant la Llei 13/2011 de regulació del joc. La Direcció General d'Ordenació del Joc que d'ara endavant nomenarem per les seves sigles DGOJ, una entitat vinculada al Ministeri d'Economia i Hisenda, va ser l'organisme que es va posar a càrrec de supervisar totes les activitats relacionades amb les apostes per Internet, amb l'objectiu principal de crear un mercat just, transparent i segur. No va ser però, fins al juny de l'any següent, en el 2012 quan es van començar a concedir les primeres llicències i es va prohibir l'accés a portals de joc estrangers que no estiguessin autoritzats. Es pot consultar la llista completa de portals autoritzats en la pàgina oficial de la DJOG o també en diferents pàgines especialitzades. El canvi en el camí a traçar per tal de ser operador de joc en Espanya ha passat de ser directament controlat per l'estat a ser legalitzat a través de llicències que atorguen diferents administracions, que lluny de ser més flexibles i competitives com es pretenia, han portat a l'obtenció de permisos de duració gairebé il·limitada i perpetua. Tot i això els operadors de joc consideren que aquest sistema de llicències singulars adoptat, per a cada joc en concret, limita de manera extrema l'activitat que duen a terme dificultant-ne la innovació.

2. 2. 1 OBJECTIUS DE LA REGULACIÓ

En la Llei 13/2011, de 27 de maig, es marquen, en el primer article, els objectius de la llei esmentada com els següents

El objeto de esta Ley es la regulación de la actividad de juego, en sus distintas modalidades, que se desarrolle con ámbito estatal con el fin de garantizar la protección del orden público, luchar contra el fraude, prevenir las conductas adictivas, proteger los derechos de los menores y salvaguardar los derechos de

los participantes en los juegos, sin perjuicio de lo establecido en los Estatutos de Autonomía. La Ley regula, en particular, la actividad de juego a que se refiere el párrafo anterior cuando se realice a través de canales electrónicos, informáticos, telemáticos e interactivos, en la que los medios presenciales deberán tener un carácter accesorio, así como los juegos desarrollados por las entidades designadas por esta Ley para la realización de actividades sujetas a reserva, con independencia del canal de comercialización de aquéllos. (BOE, 2011, p. 9)

La regulació del joc online proposada pel ministeri consisteix a establir i fer complir una sèrie de requisits tècnics i jurídics per tal de promoure unes pràctiques de joc responsables i segures per a tots els usuaris, obligant a tots els operadors que vulguin oferir els seus serveis de forma legal a Espanya a complir amb les condicions exigides. Entre aquestes obligacions es troben detallades aquelles que han de complir els jocs online. Tots aquells operadors que compleixin i respectin les normes i requisits rebran una llicència de joc que tindrà vigor durant 10 anys i un distintiu acreditatiu, en forma de segell de "Joc Segur".

Els següents aspectes relacionats amb els llocs de joc online i d'apostes s'han de complir per tal de garantir la regulació dels operadors:

- **Informar al consumidor sobre el joc segur:** Comptar en el portal de joc amb una secció dedicada al Joc Responsable amb consells per evitar problemes com la ludopatia.
- **Obligatorietat de comptar amb un Generador de nombres aleatoris:** El Generador de Números Aleatoris (RNG) es tracta d'un programari que dissenya seqüències numèriques que no segueixen cap patró i que són per tant, aleatòries. Aquesta norma s'ha marcat per tal de garantir el joc net i sense parany.
- **Comptar amb sistemes d'encriptació:** Sistemes imprescindibles per tal de protegir sempre la informació i les dades dels jugadors i evitar vulnerabilitats o robatoris de dades. Se salvaguarden les dades personals dels usuaris i queden protegides totes les operacions de dipòsits o retirament de diners a través de mètodes de pagament segurs regits per certificats a escala internacional.
- **Marcar límits per als jugadors:** Oferir als jugadors l'opció d'establir límits no només de temps de joc sinó també de diners, impedit que un jugador continuï amb l'activitat una vegada superats aquests límits.

- **Sol·licitud de l'auto exclusió voluntària:** No és necessari estar patint ludopatia, només cal tenir la intenció de distanciar-se del joc per diverses raons, sigui de manera temporal o definitiva.
- **Prohibició de l'accés a menors d'edat:** L'accés de menors d'edat als casinos així com als llocs de joc online està prohibit en tot el territori espanyol, de la mateixa manera que no poden accedir persones amb capacitats diferents o en estat de vulnerabilitat. Aquesta norma s'aplica amb la sol·licitud del DNI de tots els usuaris en el moment de registrar-se i queda en mans de l'operador la verificació del document aportat.
- **Prohibició de concessió de préstecs:** Està totalment restringit el préstec o qualsevol altra modalitat de crèdit o assistència financera als participants per part dels operadors dels jocs d'atzar.

Per tal de tenir un abast major es va optar per establir un model de co-regulació en matèria de publicitat, patrocini i promoció de les activitats de joc entre la Direcció General d'Ordenació del Joc, i l'Associació per a l'Autoregulació de la Comunicació Comercial (AUTOCONTROL) que van establir un Codi de Conducta sobre comunicacions comercials de les activitats de joc.

Tots els portals autoritzats han de comptar amb polítiques per a promoure el joc responsable com polítiques d'establiment de límits de diners i temps d'aposta o fins i tot tests de conductes de risc. Per una altra banda aquest procés de regulació permet la recaptació d'impostos associada a les apostes esportives i jocs de casino.

2. 2. 2 REQUISITS DELS OPERADORS

La Llei 13/2011, de 27 de maig, de la Regulació del Joc estipula un seguit de requisits que han de complir els operadors que vulguin oferir joc online dins del territori europeu:

- Han de ser de nacionalitat espanyola o pertànyer a l'Espai Econòmic Europeu.
- Només tindran accés a una llicència general les empreses que es constitueixin sota la forma de Societat Anònima i que tinguin com a únic objecte social l'organització, comercialització i explotació de jocs.
- Hauran d'acreditar solvència tècnica, econòmica i financera i constituir una garantia afecta el compliment de les obligacions contretes.
- Han de disposar de material, software, equips, sistemes i terminals homologats per la DGOJ i serà necessari que els operadors disposin d'una Unitat Central de Jocs que permeti: Registrar totes les operacions realitzades des dels equips i usuaris connectats a aquesta, garantir el correcte funcionament de les activitats

de joc i comprovar en tot moment, en cas de ser necessari, les operacions realitzades, els participants resultants, així com reconstruir de manera fiable totes les operacions realitzades a través d'ella.

Per tal que ser registrats hauran de complir:

- Inscriure's en el Registre General de Llicències aquelles empreses amb llicència general i aquelles a les quals se'ls ha concedit una llicència provisional.
- Inscriure en el Registre d'Interdiccions d'Accés al Joc aquella informació necessària per a fer efectiu el dret dels ciutadans a que se'ls prohibeix la participació en jocs i informació relativa a aquelles persones que, per resolució jurídica tinguin prohibit l'accés al joc o per a incapacitats legals.
- Inscriure en el Registre de Persones Vinculades a Operadors de Joc les dades dels accionistes, partícips o titulars significatius del mateix operador del joc, el seu personal directiu i els treballadors directament involucrats en el desenvolupament dels jocs, així com els seus cònjuges o persones amb les quals convisquin, ascendents i descendents de primer grau.

Algunes de les regulacions que es contemplen de cara a un futur inclouen mesures que reclamen empreses del sector digital i que consideren que són beneficioses per als usuaris, per a les empreses i per a l'Administració, ja que faciliten la consolidació i viabilitat del sector online a Espanya. Algunes de les regulacions són:

- Autorització de liquiditat internacional: Aquesta permet que els operadors amb llicències a Espanya puguin integrar la liquiditat que aporten jugadors internacionals a la seva oferta de jocs i apostes nacionals.
- Racionalització fiscal: Els operadors de joc estan sotmesos a un impost especial afegit als impostos generals, també demanen que s'observi el fet que els usuaris tributen pels seus guanys nets que obtenen fent d'aquesta manera menys atractiva la seva participació.

2. 2. 3 PUBLICITAT I PROMOCIÓ

Per tal de cobrir més àmpliament el marc legal que està present en Espanya no cal deixar de banda un dels factors més significatius pel que fa al creixement de demanda sofert en aquest sector els últims anys; la publicitat i promoció.

Aquest marc l'aporta la Llei 34/1988, de l'11 de novembre, General de Publicitat que diu:

- “queda prohibida la publicidad o promoción, bajo cualquier forma, de los juegos de suerte, envite o azar y la publicidad o promoción de los operadores de juego,

cuando se carezca de la correspondiente autorización para la realización de publicidad contenida en el título habilitante. Importante asegurar esta circunstancia, ya que podría acarrear una sanción de por infracción grave.”

En el primer apartat de l'article 21 de la Llei 34/2002, de l'11 de juliol, de Serveis de la Societat de la Informació i del Comerç Electrònic estipula:

- L'enviament de comunicats publicitaris o promocionals per correu electrònic o per qualsevol altre mitjà de comunicació electrònica equivalent només serà possible si ha sigut prèviament autoritzada pel seu destinatari.
- És obligació del prestador dels serveis de comunicació audiovisual o electrònica constatar que el sol·licitant de la inserció dels anuncis o reclams publicitaris disposa del corresponent títol habilitant expedit per l'autoritat.

En la Llei 13/2011, del 27 de maig, de regulació del joc s'inclou:

- A tota activitat no regulada específicament en aquest Codi resulta de l'aplicació el Codi de Conducta Publicitària d'Autocontrol i subsidiàriament, en tot el que no s'oposi al present Codi consolidat de Publicitat Comercial i Mercadotecnia de la Cambra de Comerç Internacional (CCI)
- Es basa en els 9 principis o normes ètiques com la veracitat, responsabilitat social, joc responsable o protecció de menors.

2. 2. 4 PROTECCIÓ ALS MENORS

Com ja hem comentat la regulació Espanyola no permet jugar als menors ni físicament ni via online, per tal de participar en el joc online s'ha de facilitar el document nacional d'identitat o algun document que acrediti legalment la majoria d'edat en cas de ser estranger però recau en les mans dels operadors el pas de verificar la veracitat d'aquest document i no sempre s'efectua de manera transparent i fiable. Un estudi realitzat pels professors Irene Montil i José Ramón Ubieta de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) denuncia que gairebé un 20% dels adolescents han participat en aquesta activitat per via online abans de la majoria d'edat i destaca que una part important d'aquest percentatge ho fa de manera potencialment addictiva.

L'explicació la podem trobar en el fet que els menors no només tenen accés al joc de manera fàcil gràcies a la xarxa sinó que també estan exposats sense cap tipus de restricció a anuncis agressius protagonitzats per personatges famosos i col·locats en pàgines webs amb usuaris menors així com en la televisió. Tot i estar regulada la publicitat aquesta no es vigila de manera acurada i hi ha molts buits que permeten que aquesta es transmeti de manera excessiva sense discriminació de cara als receptors,

fent d'aquesta un problema pels que molts exigeixen una regulació específica que la restringeixi i la faci més segura.

En moltes ocasions s'incompleix la prohibició de participar en el joc dels menors, no només no s'assegura la verificació dels documents acreditatius de la majoria d'edat sinó que no es controlen altres mètodes utilitzats com el joc a nom de majors d'edat que s'ofereixen a dur a terme l'aposta a canvi d'una taxa o un percentatge del guany. Mentre nombrosos exemples s'han aportat des de les capes crítiques a aquestes activitats, o si més no a la seva forma d'operar, el sector oferent apunta que el problema real està en el "*gambling*" no regulat així com en els videojocs i aplicacions de mòbil d'accés lliure on s'ofereixen productes que s'aconsegueixen amb diners reals a fons perdut i que són d'igual manera addictius.

Un altre dels aspectes més criticats del joc online és el fet que els operadors poden vetar tot aquell jugador que ells considerin professionals i per tant tinguin més possibilitats de guanyar mitjançant un sistema conegut com a "banejar" i els mateixos jugadors l'usen els uns amb els altres quan algun jugador guanya de forma seguida o grans quantitats de diners. Els operadors intenten donar explicació a aquesta acció demanant que s'entengui la seva activitat com una similar a la que ofereixen les companyies d'assegurances que tenen en compte el risc per tal de decidir si accepten o no al client i per tant és una acció completament legal.

3. SITUACIÓ ACTUAL DEL SECTOR DE LES APOSTES I RELLEVÀNCIA ECONÒMICA

El perfil del sector de les apostes online en Espanya es pot entendre com un paraigua que cobreix un gran nombre d'activitats encarades a l'atzar. De manera més general veiem com el sector del joc en Espanya no ha deixat de créixer després de la seva regulació en el 2011 arribant als actuals 52 operadors autoritzats en 8 anys. El 2016 es va publicar en l'Anuari del Joc d'Espanya 2016/2017 elaborat per la Fundació Codere, que destacava que el sector de les apostes havia mogut més de 37.742 milions d'euros aquell any, augmentant un 10% respecte a l'any anterior. D'aquesta xifra 26.700 milions corresponen a apostes fetes de manera presencial i 11.000 milions realitzats per la via online obtenint la xifra de 8.886,2 milions en xifres reals, és a dir, descomptant els premis, aquesta suma suposa al voltant de l'1% del PIB.

Al llarg de la geografia del país la regulació s'implementa amb diferències entre comunitats autònomes i aquestes han dut a zones com la ciutat de Madrid capital l'obertura de 395 locals d'apostes només el primer trimestre del 2018, ja que juntament amb Astúries i Extremadura són les úniques comunitats autònomes on no existeix

legislació en matèria de planificació i desenvolupament d'ubicació dels locals de joc i per tant no hi ha límits en número i distància a l'hora d'obrir-ne nous.

Aquestes xifres alarmants no només s'han assolit en el passat sinó que s'esperen xifres més alarmants en el futur tal com apunta el Baròmetre de Sales de Joc en el 2018 de l'Associació Espanyola d'Empresaris de Sales de Joc i Recreatius (ANESAR) que preveu que en els pròxims anys el 69,7% dels empresaris del sector obrirà nous locals i un 63,3% dels que ja existeixen ampliaran el nombre de treballadors.

Aquest creixement desenfrenat només sembla veure's amenaçat per la incapacitat de seguir aquest ritme amb un nombre d'usuaris que permeti la rendibilitat de tots els locals i operadors i per la regulació de la modalitat online d'aquest joc que s'ha vist afavorit amb una baixada impositiva aprovada el maig del 2011 del 5% respecte a la modalitat física, sent la versió online del 20% i la física del 25%.

3. 1 EL SECTOR DEL JOC ONLINE

En mans de l'entitat Internet Casino Inc. es va iniciar per primera vegada el 18 d'agost de 1995 el joc en línia amb un total de 18 jocs de casino diferents amb accés online. A l'iniciar el món de les apostes en la seva versió online es transforma l'activitat física ja coneguda en una de completament diferent pel que fa el comportament social i econòmic amb característiques separables que no s'han pogut delimitar fins al moment. Es poden concebre com noves formes d'oci i, per tant, noves oportunitats de negoci on la conducta del client genera un gran valor afegit. L'estalvi de temps, la facilitat de pagament a distància i l'anonimat fan aquest sector atractiu i l'addicció n'és una conseqüència molt probable que representa un major benefici per al oferent, ja que limita la racionalitat del demandant.

El Parlament Europeu en una Resolució aprovada el 10 de març del 2009 que tractava la integritat dels jocs d'atzar en línia demana als governs estatals a controlar, supervisar i fins i tot limitar aquests serveis. En parlar dels afectes reals els reguladors es troben amb més dificultats a l'hora de regular que els operadors a l'hora de realitzar l'activitat. No hi ha hagut marge a reaccionar al gran creixement d'aquest tipus de servei després de la implementació de la regulació del joc on-line i molt menys a totes les conseqüències socials que s'hi impliquen. El sector es presenta amb una gran varietat de riscos que resulten ser increïblement diferents: inseguretat pel que fa als participants; jugadors i operadors, inseguretat relativa a les regles de joc; participació, premis, inseguretat al voltant de les dades proporcionades com; números de telèfon, dades bancàries, correus electrònics... Moltes de les característiques que es troben en aquest

sector com el lloc on es formalitza el contracte entre consumidor i operador, el grau o situació de consentiment, la jurisdicció competent, etc. són aspectes a tractar de manera essencial en aquest tipus d'activitat.

El 20 de juliol del 2005 el Ministeri d'Hisenda d'Espanya publica en el BOE (del 6 d'Agost) l'autorització a la LAE (Loteries i Apostes de l'Estat) a comercialitzar els seus jocs per via online. Aquesta via suposa que no s'han d'utilitzar elements com els bitllets de loteria, que es valida la compra, i per tant el contracte legal, i s'obté justificant de l'acció de manera electrònica. Aquestes característiques han portat al mercat del joc espanyol a ocupar la cinquena posició entre els països amb més de 3 milions de jugadors per via online aproximadament (Andrés Alvez, 2010).

3. 3 RELLEVÀNCIA ECONÒMICA DE LES APOSTES

La rellevància econòmica és un dels principals factors que van impulsar en el seu moment a regular el joc en Espanya. Encara que aquesta regulació és més complicada en la seva versió online comptem amb dades publicades pel govern a través de la Direcció General d'Ordenació del Joc.

Per començar parlarem de la recaptació que té l'Estat espanyol mitjançant les taxes imposades al joc. La DGOJ ens presenta la següent taula en el seu portal de transparència del joc:

Denominació dels fets imposables	2012	2013	2014	2015	2016	2017
a) Emissió de certificacions registrals	20 €	- €	20 €	20 €	20 €	20 €
b) Emissió de dictàmens tècnics d'evaluació	38.000 €	- 38.000 €	760.000 €	- 38.000 €	- 76.000 €	- €
c) Inscripció en el Registre General de Llicències	657.500 €	40.000 €	112.500€	217.500 €	37.500 €	50.000 €
d) Sol·licitud de llicències o autoritzacions (llicències noves)	430.000 €	70.000 €	1.130.000€	100.000 €	60.000 €	250.000 €
d) Sol·licitud de llicències o autoritzacions (Autoritzacions)	300 €	300 €	500 €	1.300 €	1.300 €	2.400 €
d) Sol·licitud de llicències o autoritzacions (renovació llicències)	- €	- €	- €	670.000 €	100.000 €	400.000 €
e) Actuacions inspectores o de comprovació tècnica obligatòries	- €	- €	- €	- €	- €	- €
f) Actuacions regulatòries sobre activitats de joc	6.348.464,42 €	8.687.315,47 €	10.631.277,29 €	11.233.011,02 €	13.012.820,90 €	14.780.672,62 €
Total recaptació	7.474.284,42 €	8.759.615,47 €	12.634.297,29 €	12.183.831,02 €	13.135.640,90 €	15.483.092,62 €

Taula 1. Recaudació taxa per la gestió administrativa del joc¹

Els imports presentats inclouen possibles devolucions i liquidacions complementàries encara que aquestes es produeixin en anys posteriors. La taula ens mostra que l'estat

¹ Dades extretes de la pàgina oficial de la DGOJ. Recuperat de <https://www.ordenacionjuego.es/es/act-06-informacion-transparencia#tasa>

ha duplicat la seva recaptació en 5 anys, que ja era d'una xifra important de gairebé 7,5 milions d'euros en 2012. Hi ha un menor ingrés per llicències noves però gran afluència en la renovació de llicències ja existents. De les causes d'aquesta diferència en deduirem algunes més endavant. Aquestes dades però, reflecteixen la realitat de tot el sector del joc i les apostes, anirem en més detall al sector online.

3. 4 RELLEVÀNCIA ECONÒMICA DE LES APOSTES ONLINE

La Direcció General d'Ordenació del Joc en el seu informe trimestral publicat a finals d'any sobre el joc online ens ofereix un seguit de dades molt rellevants a l'hora de presentar el mercat actual de les aportes online esportives i que mostren les xifres que aquest mou per a l'economia espanyola.

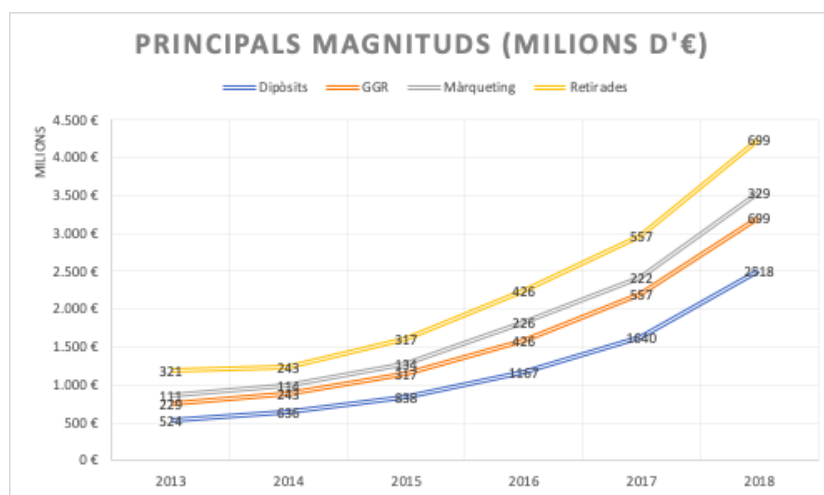


Figura 1. Principals magnituds (Milions d'€)²

En aquesta primera figura presentada es mostra l'evolució sempre positiva de les principals magnituds del mercat de les apostes online (sense posar-nos al detall de les apostes esportives en aquests moments). El creixement més destacat és sense dubte el dels dipòsits que reflecteix la xifra que han ingressat en el seu compte de joc els usuaris en el temps determinat, aquesta xifra és veu contrastada amb la creixent, però de forma menor, de retirades que reflecteixen les recuperacions de fons efectuades pels usuaris en el temps determinat.

Si observem el GGR que reflecteix l'import total dedicat al joc havent extret de la xifra els bons i premis satisfets per l'operador als participants, identifiquem una funció creixent i convexa que reflecteix un destacable creixement del nombre de diners que mou el mercat, triplicant en 2018 la xifra de 2013 i creixent de manera més ràpida en els últims anys.

² Dades recuperades de <https://www.ordenacionjuego.es/es/mercado-juego-online-estatal>

Per aprofundir més en l'anàlisi del creixement en les magnituds econòmiques que ens reflexa el primer figura presentat cal veure si aquest creixement en GGR i dipòsits és causat per jugadors que cada vegada realitzen apostes de major quantitat o nous jugadors que s'incorporen al mercat.

Per intentar diferenciar en quin dels dos casos ens trobem presentem una primera figura a l'esquerra de la pàgina que ens mostra que la quantitat que mouen els comptes actius és molt superior a aquelles que mouen els comptes nous. Cal tenir clar que en les xifres que ens presenta la línia de comptes nous no es té en consideració als jugadors amb més d'un compte. Per tal d'entendre més aquest factor presentem la segona figura a la dreta de la pàgina que ens indica que la tendència dels jugadors és la de tenir diferents comptes actius i diversificar el camp d'apostes, ja que observem que el nombre de comptes actius supera sempre el nombre de jugadors actius. La línia blava representa els comptes actius, en el cas que un mateix jugador tingui més d'un compte apareixerà la seva dada aquí tantes vegades com comptes tingui i per tant reflexa el nombre total de comptes en ús en el moment determinat, la línia taronja representa els jugadors actius, encara que un jugador tingui diverses comptes apareixerà aquí una única vegada reflecteix el nombre total de jugadors que aposten en el temps determinat.

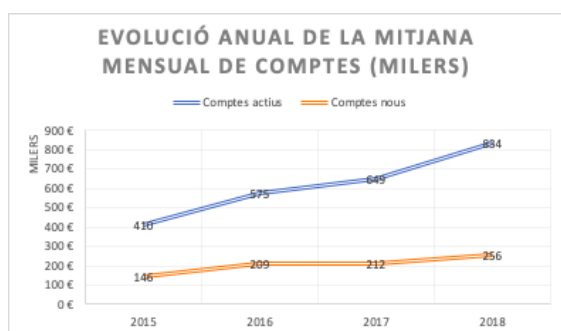


Figura 2. Evolució anual de la mitjana mensual de compte³

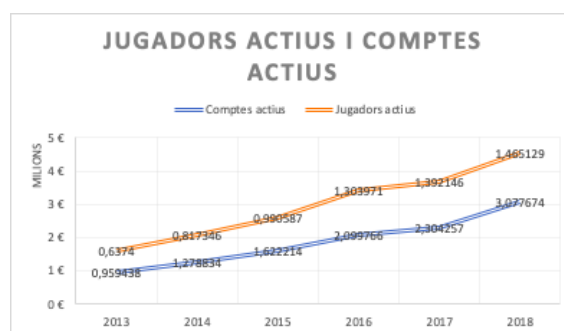


Figura 3. Jugadors actius i comptes actius⁴

Per tant, els jugadors no només aposten cada vegada quantitats més grans de diners en total (les dades reflecteixen la mitja de cada any indicat) sinó que també amplien el nombre d'apostes en els que participen creant nous comptes. Les xifres són generalment elevades i totes les magnituds presentades tenen una tendència positiva duplicant o triplicant les xifres inicials en un període de 5 anys.

Com ja hem vist en la primera figura on hem representat les diferents magnituds, l'evolució anual de GGR és positiva i, tant la quantitat d'apostes realitzades (o si més

³ Dades recuperades de <https://www.ordenacionjuego.es/es/mercado-juego-online-estatal>

⁴ Dades recuperades de <https://www.ordenacionjuego.es/es/mercado-juego-online-estatal>

no, la quantitat de diners apostats), com el nombre de jugadors i els comptes que tenen aquests és cada vegada superior en el món de les apostes online. Ara ens centrarem en les apostes esportives realitzades per aquesta via i en farem un estudi comparatiu amb la resta de les apostes que es realitzen de mateixa manera de forma online i que compten amb característiques similars. Per tal de fer-ho de forma rellevant hem eliminat aquells tipus d'apostes que són més populars realitzades de manera física, ja que en la seva versió online alguns atractius del joc o la seva facilitat de manipulació fan d'entrebancs (alguns d'aquests tipus d'apostes serien els bingos, les màquines o els jocs de cartes).

Tot seguit presentarem altres figures per tal de saber més sobre el mercat de les apostes esportives dins de l'enorme mercat de les apostes, així com i la seva respectiva rellevància econòmica.

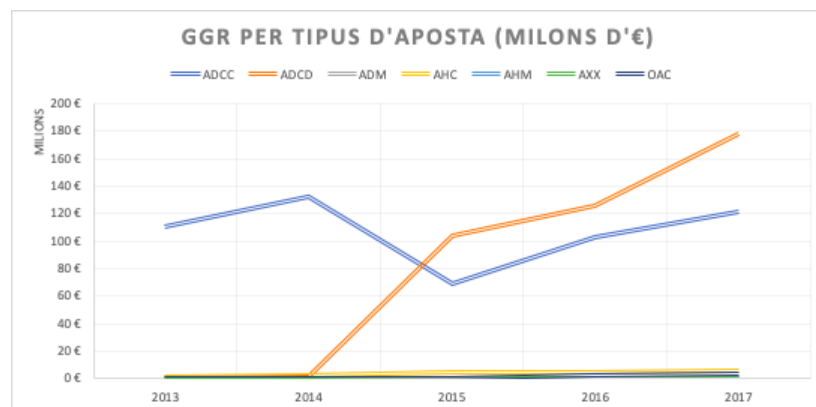


Figura 4. GGR per tipus d'aposta⁵

En aquesta primera figura presentada trobem en blau les xifres de les apostes esportives de contrapartida convencionals (ADCC), en taronja les apostes esportives de contrapartida en directe (ADCD), en gris les apostes esportives mútues (ADM), en groc les apostes hípiques de contrapartida (AHC), en blau clar les apostes hípiques mútues (AHM), en verd i blau fosc altres tipus d'apostes (AXX i OAC).

La rellevància d'aquesta figura es troba en les xifres dels dos tipus d'apostes esportives que han vist les xifres del GGR disparar-se en els últims anys, guanyant gran diferència respecte als altres tipus d'apostes. Tenint en compte que les xifres que mou el món de les apostes és elevat, les xifres que representa l'aposta de caràcter esportiu és considerable i destaca d'entre altres tipus d'apostes fetes per la via online. També cal

⁵ Dades recuperades de <https://www.ordenacionjuego.es/es/mercado-juego-online-estatal>

destacar el notori creixement de la popularitat d'aquest tipus d'apostes en el 2014 quan les xifres es disparen en el cas de les ADCD.

Ara presentarem en percentatge de GGR el total obtingut per quotes en els diferents tipus de joc en la primera figura a l'esquerra del document, mentre que la representació del percentatge de quota que representen les quantitats jugades es troben en el segon Figura a la dreta del document. En els següents figures trobem en blau les apostes creuades, en taronja les apostes esportives de contrapartida convencionals, en gris les apostes esportives de contrapartida en directe, en groc les apostes esportives mútues, en blau clar les apostes hípiques de contrapartida, en verd les apostes hípiques mútues i en blau fosc altres apostes de contrapartida.

En la primera figura veiem com el percentatge de GGR respecte al GGR total obtingut dels tipus d'apostes esportives és clarament superior a la resta de tipus d'apostes, deixant en comparació les xifres d'aquestes gairebé sense poder apreciar-se. El mateix resultat obtenim si mirem la segona figura que ens presenta que el percentatge que les quantitats jugades en els jocs esportius és molt superior a la resta de jocs online, deixant de nou la resta de xifres pràcticament sense apreciació.

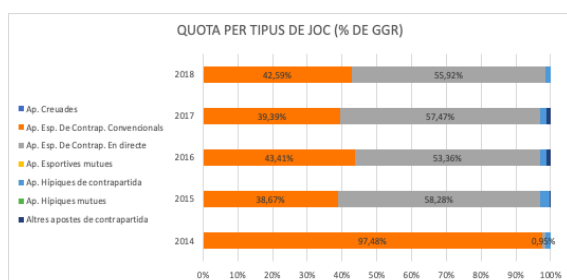


Figura 5. Quota per tipus de joc (% de GGR) ⁶

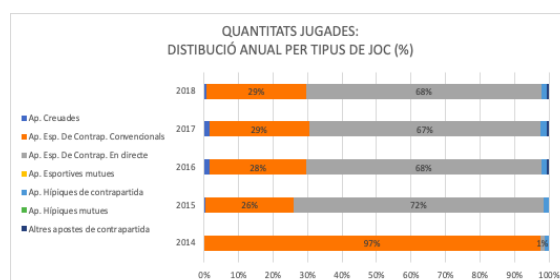


Figura 6. Quantitats jugades: distribució anual per tipus de joc ⁷

Al realitzar les mateixes gràfiques, mirant aquesta vegada ja no el percentatge respecte al total de quotes sinó sobre el total de la xifra (en milions d'euros) d'apostes obtenim els següents Figuras.

La primera figura a l'esquerra del document representa les xifres de GGR que s'obtenen en les diferents tipus d'apostes, mentre que la segona figura a la dreta del document ens presenta les quantitats jugades pels usuaris en els diferents tipus d'apostes online.

⁶ Dades recuperades de <https://www.ordenacionjuego.es/es/mercado-juego-online-estatal>

⁷ Dades recuperades de <https://www.ordenacionjuego.es/es/mercado-juego-online-estatal>

La conclusió que ens ofereixen aquestes dues figures és similar a la que veiem en els dos anteriors, tenim una tendència positiva en les xifres de les apostes de tipus esportiu, que ha vist les seves xifres augmentar molt els darrers anys i sobretot es veu clarament la popularitat de les apostes esportives respecte a altres tipus d'apostes.

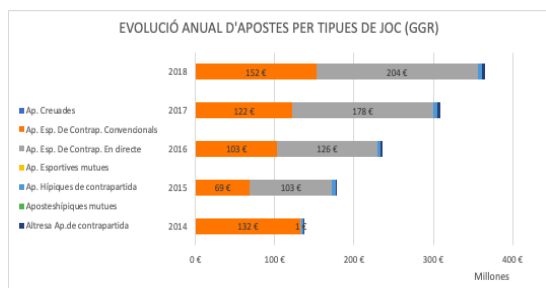


Figura 7. Evolució anual d'apostes per tipus de joc (GGR) ⁸

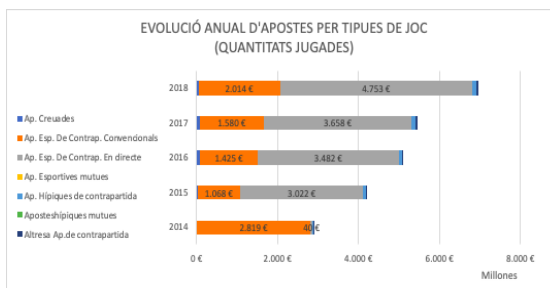


Figura 8. Evolució anual d'apostes per tipus de joc (quantitats jugades) ⁹

L'explicació de l'augment en el fenomen de les apostes, que s'ha vist amplament recompensat en la via online i altament potenciat per aquelles que són de caràcter esportiu no es troba només en la possible recompensa econòmica que impliquen els jocs d'atzar sinó per un seguit de característiques pròpies dels jocs online i de la psicologia humana, dels quals parlem en altres apartats d'aquest mateix treball.

4. ANÀLISI DE L'OFERTA

Per tal de fer-nos una idea més acurada del mercat de les apostes esportives a Espanya, en aquest bloc farem una anàlisi des d'un punt de vista econòmic, posant èmfasi en els dos principals agents de qualsevol mercat: l'oferta i la demanda. És important identificar les peculiaritats que tenen les empreses que ofereixen joc d'apostes esportives i els jugadors que els consumeixen per comprendre les relacions que es donen entre ells per tal de veure els patrons que és segueixen i es busquen a l'hora de determinar el punt on es creuen aquesta oferta i demanda. En primer lloc ens centrarem a fer una anàlisi de l'oferta. És imprescindible saber quines i com són les empreses que operen en el nostre país, la mida, la forma jurídica i les estratègies que fan servir per fer-se cabuda en un mercat tan peculiar com és el de les apostes esportives online. Més endavant, un cop estudiat el perfil que presenta l'oferta, ens fixarem més detalladament en la demanda. Quines característiques comunes tenen les persones que demanden el servei d'apostes esportives a Espanya. Per entendre el mercat en general i la demanda en particular ens fa falta perfilar les característiques dels jugadors, l'entorn econòmic i social que presenten i saber què és el que busquen en aquest mercat.

⁸ Dades recuperades de <https://www.ordenacionjuego.es/es/mercado-juego-online-estatal>

⁹ Dades recuperades de <https://www.ordenacionjuego.es/es/mercado-juego-online-estatal>

4. 1 L'OFERTA EN EL MERCAT DE LES APOSTES ESPORTIVES ONLINE

A Espanya el mercat de les apostes queda dividit, segons la seva gestió, en els següents dos grups tal com queda especificat en la Llei 13/2011, de 27 de maig, de regulació del joc:

A. Els d'àmbit estatal; reservats a la societat estatal LAE i a l'ONCE.

Per la seva banda la societat estatal LAE té un control públic. Per l'altra l'ONCE que donat el seu caire d'institució social i el seu objectiu de donar suport i atenció a les persones amb capacitats diferents, per tant, rep per part de l'Estat un tractament jurídic singular en matèria de joc en les activitats subjectes a reserva.

B. Els d'àmbit privat; el Ministeri d'Economia i Hisenda i la Comissió Nacional del Joc són els encarregats d'establir els procediments d'autorització i adoptar mesures que permetin el control i el seguiment de les empreses que operin a Espanya i es dediquin a l'activitat de les apostes.

En el nostre treball ens hem centrat en el grup B, ja que és el grup que presenta més dificultat a l'hora de ser comptabilitzat i controlat per l'estat.

4. 2 PERFIL DE LES EMPRESES

Per estudiar les empreses d'apostes esportives que operen a Espanya, necessitem primer fer una llista de quines són. En el seu portal web la DGOJ, facilita un llistat de les 52 empreses que tenen llicència per oferir el servei d'apostes esportives en territori espanyol, i per tant són aquestes les empreses que operen en el mercat de forma legal.

Cal dir que una gran part de les apostes esportives es fa de manera no regularitzada, com és l'exemple de les "porres" en bars, les apostes entre amics o inclús les apostes il·legals que es donen en els mateixos establiments on es desenvolupen els esdeveniments esportius (camps de futbol, pistes de tenis, etc.). Tota aquesta activitat no regularitzada és il·legal i per tant no està registrada ni es tenen dades fiables per a realitzar l'anàlisi pertinent en aquest treball i tampoc es duen a terme de manera online, per tant, ens cenyirem a treballar amb les empreses que operen de forma legal, amb llicència reconeguda i per tant tenen un registre d'activitat. Els resultats del nostre treball doncs, poden no ser fidels a la realitat del món de les apostes esportives, s'aproparan més a la realitat de les apostes esportives online realitzades de manera legal i no al conjunt total.

Les empreses que ofereixen possibilitat d'apostar en esdeveniments esportius són conegudes també com a *Bookmakers* o *Bookies*. Avui dia gairebé totes disposen d'una aplicació per poder fer apostes a través d'un portal web o d'un telèfon intel·ligent en qualsevol moment del dia i des de qualsevol lloc. Les cases d'apostes.

4.3 PRODUCTE

Per entendre què és el que ofereixen les empreses i compren els clients, és necessari establir la definició d'aposta esportiva. Segons el Boletín Oficial de l'Estat (BOE):

[...]S'entén per aposta, sigui quina en sigui la seva modalitat, l'activitat de joc en la qual s'arrisquen quantitats de diners sobre els resultats d'un esdeveniment prèviament determinat el desenllaç del qual és incert i aliè als participants, i es determina la quantia del premi que s'atorga en funció de les quantitats arriscades o altres factors fixats prèviament en la regulació de la concreta modalitat d'aposta. (Article 3 de la Llei 13/2011, de 27 de maig, de regulació del joc).

Pel que fa a específicament les apostes esportives, el Boletín Oficial de l'Estat en diu el següent:

[...] Aposta esportiva: és el concurs de pronòstics sobre el resultat d'un o diversos esdeveniments esportius, inclosos en els programes prèviament establerts per l'entitat organitzadora, o sobre fets o activitats esportives que formin part o es desenvolupin en el marc d'aquests esdeveniments o competicions per l'operador de joc.[...] (Article 3 de la Llei 13/2011, de 27 de maig, de regulació del joc).

Per poder fer una aposta esportiva hem de tenir clars alguns conceptes bàsics.

STAKE: Es podria definir el *stake* com la quantitat de diners que ens hi juguem en una aposta o pronòstic.

QUOTA: Es podria definir quota com el valor numèric d'una aposta o pronòstic. La quota marca la quantitat de diners pels quals es multiplica el Stake. Per tant si tenim una quota de 1.1 en una aposta i hi posem 10€, els nostres guanys potencials són de 11€ (guany net de 1€). Les quotes més baixes són les més probables d'ocórrer i les quotes més altes les que són més improbables, per tant com més improbable sigui el pronòstic més guanys potencials obtenim. Les quotes són directament proporcionals al risc que s'assumeix en el moment de fer l'aposta. De totes maneres, existeix un terme molt comú en el món de les apostes anomenat Valuebet i es refereix a aquelles apostes que tenen un valor més alt del que haurien de tenir pel que fa a la seva probabilitat. Un Valuebet seria l'equivalent a una ganga, una aposta triada a dit per les cases d'apostes que representa una oportunitat de guanyar més assumint un menor risc.

Les quotes també depenen del factor temps. Si es fa una aposta molt anticipada al fi de l'esdeveniment esportiu en qüestió, les quotes acostumen a ser més altes, ja que des

del moment de fer l'aposta fins que es duu a terme l'esdeveniment, poden canviar molts dels factors que influeixen als resultats finals. Distingim entre tres tipus de quotes segons com apareixen: les decimals o europees, les fraccionades o franceses i per últim les americanes:

- Quotes decimals: són aquelles on els valors són un nombre positiu més gran o igual a 1 amb decimals (uns exemples de quotes decimals en són 1.2, 1.4, 2.6). Els guanys potencials es poden calcular multiplicant la quota pel Stake.
- Quotes fraccionades o franceses: són aquelles on els valors es presenten amb números fraccionats (uns exemples de quotes fraccionades en són $\frac{1}{4}$, $\frac{1}{2}$, $\frac{1}{5}$). Els guanys nets es poden calcular multiplicant el número pel numerador i dividint-lo pel denominador.
- Quotes americanes: els valors es presenten en nombres negatius o positius. Els positius mostren els beneficis aconseguits en el cas de tenir un stake de 100€, en canvi els negatius mostren la quantitat de diners que hem d'apostar per a aconseguir un benefici (uns exemples de quotes decimals en són 10, 50, -10). Els guanys potencials es poden calcular multiplicant el nostre Stake per la quota, i posteriorment dividir el nombre que ens resulti per 100.

Imaginem-nos que tenim un Stake de 10€ i apostem que el Rafa Nadal guanya a Roger Federer durant el partit final del torneig Roland Garros. Al final del partit es compleix la nostra expectativa:

- ⇒ Amb una quota decimal de 1,5 guanyaríem $1,5 \times 10 = 15\text{€}$ (el nostre guany net és 5€).
- ⇒ Amb una quota fraccionada de $\frac{1}{2}$ guanyaríem $(1 \times 10) / 2 = 5\text{€}$ de guany net.
- ⇒ Amb una quota americana de 150 guanyaríem $(150 \times 10) / 100 = 15\text{€}$ (el nostre guany net seria de 5€)

El mateix valor numèric d'una aposta es pot expressar de tres maneres diferents depenent del tipus de quota que sigui.

PICK: Es podria definir el *pick* com la selecció d'apostes i pronòstics que fem en una casa d'apostes, per tant cada vegada que apostem fem un *pick*. El *pick* pot ser o bé simple o bé combinat:

- Un *pick* simple és aquell on apostem a una única selecció (per exemple apostem que els Warriors guanyen als Clippers en un partit de la NBA), en el cas que es complís el nostre pronòstic encertarem l'aposta.
- En canvi un *pick* combinat (també se'n pot dir *pick* múltiple) és quan combinem dues o més apostes simples que computaran com una de sola, i la seva quota s'aconsegueix multiplicant totes les quotes de les apostes simples que la formen. Només aconseguirem guanyar l'aposta si totes i cadascuna de les apostes incloses en el *pick* es compleixen.
- També existeixen les conegudes com a apostes de sistema. Són apostes que consten de més d'un *pick* combinat, consisteixen en preparar tres o més pronòstics i apostar en totes les combinacions possibles entre ells.

Per exemple els nostres pronòstics són tres:

1. El Futbol Club Barcelona guanya la final de la copa.
2. Rafa Nadal guanya el Roland Garros.
3. Fernando Alonso queda primer en campionat del món de Fórmula 1.

Quan fem l'aposta de sistema farem una aposta amb el *pick* combinat dels pronòstics 1 i 2, una aposta amb el *pick* combinat dels pronòstics 2 i 3 i per últim una aposta amb un *pick* combinat dels pronòstics 1 i 3. D'aquesta manera tenim una aposta de sistema formada per tres apostes amb *pick* combinat. Les apostes de sistema es fan servir per assegurar que si un dels pronòstics no es compleix no es perd tots els diners apostats.

BANKROLL: Es podria definir el *bankroll*, també conegut com a *Bank* o Banca, com la quantitat disponible que tenim per apostar. Els professionals que es dediquen a les apostes esportives aconsellen destinar entre un 1% i un 5% del *bankroll* en cada *pick* per reduir el risc de bancarrota. El *bankroll* alhora està format pel dipòsit, diners que s'ingressen en el compte des del qual apostem, i els bons i bonificacions que ens hagi pogut donar la casa d'apostes.

WAGER LIMIT: Es podria definir el *wager limit*, com el límit d'apostes que estableixen les cases d'apostes. Aquests límits són diferents en cada casa d'apostes i depèn bàsicament de quatre factors:

- L'esport al qual s'està apostant. Els esports més comuns tenen menys limitacions d'apostes, en canvi, els esports pocs comuns en un país o esports minoritaris

acostumen a tenir més limitacions d'apostes, ja que no són tan sensibles de ser controlats per les cases d'apostes. Per exemple, a Espanya el futbol i el bàsquet tindrien molt poques limitacions per nombre d'apostes, ja que les cases d'apostes tenen molta informació d'aquests esports, en canvi, aquí el golf és un esport minoritari i per tant tindrà més limitacions a l'hora de fer les apostes.

- La competició en la qual es té la intenció d'apostar. En el cas del futbol per exemple, no és el mateix apostar en una final de la Champions League que en un partit de lliga no decisiu de tercera divisió.

Evidentment els esdeveniments esportius més seguits tindrà poca limitació de nombre d'apostes donat que genera interès a un gran nombre de persones, però un esdeveniment poc seguit, les apostes seran molt més limitades.

- El mercat en el qual es desenvolupa l'aposta en qüestió. Avui en dia hi ha una oferta molt àmplia de possibles apostes, es pot apostar des del vencedor d'un esdeveniment esportiu fins al nombre de corners que hi haurà en un partit de futbol o els jugadors que seran titulars. Una aposta cumú com pot ser el vencedor d'un partit tindrà menys restricció d'apostes que no pas una de les que són més especials com pot ser el nombre de corners donat que el nombre de persones que realitzen aquestes apostes és més baix.
- La ubicació de la casa d'apostes que proposa l'aposta. Les informacions sobre un determinat esdeveniment esportiu varien segons els països, per tant la limitació en apostes esportives també ho fa.

HANDICAP: Es podria definir el *handicap* com l'avantatge o el desavantatge que es dona a l'hora de fer un pronòstic, per equilibrar les possibilitats de resultat en un esdeveniment. Els *hadicaps* permeten millorar les quotes per l'aposta. Imaginem-nos que juguen un partit de futbol el Futbol Club Barcelona contra el Reus Deportiu. La quota referent a la victòria del Futbol Club Barcelona és de 1,05 (quota decimal). Per millorar aquesta quota apostem que l'equip barceloní guanya amb 3 gols d'avantatge (*handicap* 3), la nostra quota millora a 1,6. Per guanyar aquesta aposta necessitaríem que el Reus Deportiu perdi per més de tres punts de desavantatge.

LAY: Es podria definir *lay* com l'acció d'apostar a allò que no passarà. És a dir si el nostre pronòstic és que l'equip A venç o empata al B, apostarem a que el B no guanya.

Es fa servir més sovint quan es tracta d'apostar en contra de l'equip o el jugador preferits.

LIVEBET: Es podria definir *livebet* com aquell conjunt d'apostes que es poden dur a terme mentre s'està desenvolupant l'esdeveniment esportiu al qual fan referència. És a dir, són apostes en directe. Les quotes d'aquest tipus d'apostes es van actualitzant constantment d'acord amb els nous successos. El principal avantatge d'aquesta modalitat és la informació de que es disposa en el moment d'apostar.

BONS DE LES CASES D'APOSTES: Es podria definir els bons de les cases d'apostes com les recompenses que ofereixen als seus clients sigui per adhesió o fidelitat. Aquests bons tenen unes condicions necessàries per a poder gaudir-los (com per exemple una quantitat mínima de diners apostats, una quota mínima o una determinada antiguitat) De bons n'hi ha de diferents tipus:

- Bons que ofereixen un tant per cent de la quantitat total que ingressa el jugador a la seva banca. Aquest tipus de bons és molt comú per a fer bons de benvinguda. Per exemple ens ofereixen un 50% del nostre primer ingrés en la casa Bwin, si posem 50 euros, tindrem disponibles 75 (50 ingressats per nosaltres i 25 per Bwin) euros disponibles per a apostar en aquesta casa.
- Bons que ofereixen una quantitat fixa de diners en quant es fa un ingrés al bankroll del jugador. Per exemple ens ofereixen 100 euros per fer un ingrés mínim de 20 euros en el nostre *bankroll*.
- Les apostes gratuïtes o freebets, són apostes on les cases d'apostes t'ofereixen la mateixa quantitat que arrisques, de manera que el guany net equivaldrà als guanys potencials.
- Millores en les condicions de les apostes, ja sigui tornant els diners en algunes apostes fallides com millorant algunes de les quotes que s'ofereixen. Aquests bons són propis a l'hora de premiar la fidelitat dels clients.

Com veiem hi ha un gran ventall d'oferta i hi ha moltes maneres d'apostar. A causa del continuat creixement del sector i la millora d'accessibilitat a la informació dels esdeveniments esportius tant per part de l'empresa com per part dels clients, les possibilitats d'oferir varietat augmenten també.

4. 4 CASES D'APOSTES MÉS IMPORTANTS

Per tal de poder entrar més en detall en el perfil d'una casa d'apostes, hem seleccionat 5 de les més grans i conegudes pels consumidors. Visitant diverses pàgines web, hem pogut veure que totes elles tenen un perfil molt similar pel que fa al ventall d'apostes que ofereixen, l'estructura en la qual organitzen els dissenys dels portals. Les fortes barreres d'entrada i la poca quantitat de cases d'apostes en el mercat, ajuda a la interacció entre elles i a pactar els aspectes, aconseguint una homogeneïtat entre elles. Dit això, de les 5 cases seleccionades, en direm els trets més destacables, però cap d'elles té grans trets distintius.

1. **Bet365:** és una *Bookie* britànica de les més grans del món especialitzada en les apostes esportives online. L'empresa és coneguda com a Hillside P.L.C. amb residència fiscal a Gibraltar. Aquesta casa d'apostes és coneguda per la gran quantitat de mercats en els quals s'ofereix els serveis d'apostes esportives. Bet365 té oferta en més de 50 disciplines esportives diferents. Les quotes en aquesta *bookie* són competitives en el mercat en el qual participen. Les seves plataformes digitals disposen d'un canal propi on ofereixen la retransmissió en directe dels esdeveniments esportius més importants de la jornada. També disposa d'atenció al client 24 hores els 365 dies de l'any, un aspecte molt ben valorat per part dels seus clients. Pels nous clients ofereix un bo de benvinguda del 50% del teu primer dipòsit fins a una quantitat de 100€.
2. **Marathonbet:** Marathonbet és una casa d'apostes amb molt de recorregut al Regne Unit (1997), però relativament nova a Espanya (2016). A Espanya actua sota la llicència de l'empresa Marathonbet Spain, S.A amb residència fiscal a Espanya. És una *bookie* amb un mercat molt ampli i ofereix apostes no només els esdeveniments més importants, sinó també en lligues inferiors. El més destacable d'aquesta casa d'apostes i el que la fa més popular és les altes quotes que ofereixen. Marathonbet no duu a terme grans campanyes de publicitat, ni de bons de benvinguda i no es preocupa tant com les altres del disseny, tot el gruix de la inversió va destinada a millorar les quotes. Pel que fa al joc online, Marathonbet disposa d'una plana web on realitzar apostes esportives. No té aplicació pel telèfon intel·ligent però disposa d'una funció dins de la web per adaptar la visualització als telèfons mòbils i les tauletes intel·ligents. A diferència de Bet365, no disposa de canal propi per veure en directe els esdeveniments esportius en els quals estàs apostant. Disposava també d'un servei d'atenció al client 24 hores per xat en línia. Pel que a bons de benvinguda

respecta, Marathonbet ofereix als nous clients bons del 50% del dipòsit que s'ingressa fins a 30€ per registrar-se, com veiem no és tan atractiva com les altres.

- 3. Wanabet:** és una casa d'apostes espanyola que va aconseguir la llicència de DGOJ l'any 2012. Actuen com a part de l'empresa Recreativos Franco, S.A amb residència fiscal també a Espanya. El mercat que ofereixen és molt ample, tot i que en especial es destaca la quantitat d'apostes disponibles per fer en futbol. Destaquem també l'especialització de Wanabet en apostes en directe. Les quotes d'aquesta *bookie* són similar a les dels seus competidors. El més destacable d'aquesta casa d'apostes és el bon disseny de la seva plana web, que intenta facilitar al màxim la cerca d'apostes per part dels seus clients. Compta amb una aplicació per a telèfons i tauletes intel·ligents molt ben valorada pels seus clients. Tot i ser una casa especialitzada en apostes en directe, no disposa de canal de retransmissió, però si s'actualitza de manera molt ràpida i fiable la informació d'aquest tipus d'aposta. L'atenció al client és un punt dèbil d'aquesta casa, ja que molts dels seus clients es queixen que no els hi agafen les trucades. El sou bo de benvinguda és de fins a 200€, una quantitat molt elevada si la comparem amb la dels altres oferents i que serveix de reclam per als seus propers clients.
- 4. William Hill:** és una casa d'apostes britànica amb més de 80 anys d'experiència i de les pioneres en joc online (1998). Actua com a part de l'empresa WHG Spain, PLC amb residència fiscal a Malta. Ofereixen un mercat molt ampli, igual que la competència, però estan especialitzats en esports populars en el territori britànic com són el futbol gal·lès, el futbol australià, el criquet o el rugbi. Les quotes que ofereix William Hill, es mouen entre els rangs corrents d'aquest mercat. Disposava d'una plana web per fer les apostes online però segons diuen els seus consumidors, no és tan atractiva visualment com les altres. Té una aplicació per a telèfons intel·ligents, però només és accessible per a aquells clients que tinguin sistema iOS, un punt negatiu pel que fa a alguns dels seus competidors, tot i això la seva web pot posar-se en mode visualització per a telèfon o tauleta. De la mateixa manera que Bet365, William Hill disposa de canal propi (WHTV) per retransmetre els principals esdeveniments esportius en els quals s'ofereix la possibilitat d'apostar en línia. Disposava d'una bona atenció al client cada dia de 9 del matí a 1 de la matinada. El seu bo de benvinguda és de fins a 300€ en apostes gratuïtes, però molts dels seus clients es queixen que les condicions i requisits per gaudir-los són molt complicats de complir, a més a més de no ser clares a l'hora de ser exposades.

5. Betfair: és una casa d'apostes britànica amb una experiència de gairebé 20 anys (sorgida l'any 2000) i que és present en el mercat espanyol des de 2012. L'empresa és anomenada Betfair Internacional, P.L.C i està registrada a Malta. El mercat que abraça aquesta *bookie* és molt ampli, més enllà de les apostes esportives, permet apostar a pronòstics tan curiosos com el nom que els reis d'Anglaterra van posar al seu fill. La principal distinció d'aquesta casa d'apostes pel que a apostes esportives respecta, és el mercat d'apostes creuades o *trading* (explicat posteriorment en aquest mateix bloc del treball) que ofereix, sent el més ben valorat entre els clients. Les seves quotes, una vegada més, són similars a la de les altres *bookies*. Té a disposició del client una plana web molt ben dissenyada per dur a terme les apostes online, a més a més d'una aplicació per a mòbils i tauletes intel·ligents. Per a fer les apostes en directe, disposa de canal de retransmissió amb senyal a les competicions més importants dels esports més populars d'entre els seus clients. Pel que fa al bo de benvinguda, Betfair ofereix als nouvinguts una quantitat de fins a 100€ en apostes gratuïtes.

Tot seguit presentem una taula resum del que hem estat dient sobre aquestes 5 cases d'apostes:

Casa d'apostes	Nacionalitat	Res. Fiscal	Especialitat	Aplicació per al mòbil	Canal de retransmissió	Bo
Bet365	Regne Unit	Gibraltar	Mercat Ampli	Sí	Sí	Fins a 100€
Betfair	Regne Unit	Malta	Trading	Si	Si	Fins a 100€
Marathonbet	Regne Unit	Espanya	Quotes altes	No	No	Fins a 30€
Wanabet	Espanya	Espanya	Fàcil utilització	Si	No	Fins a 200€
William Hill	Regne Unit	Malta	Esports Britànics	Només per a iOS	Si	Fins a 300€

Taula 2. Cases d'apostes¹⁰

4. 5 FORMA JURÍDICA

La forma jurídica que han de prendre les empreses espanyoles ha de ser necessàriament de S.A o S.A.U. Aquesta forma jurídica està dissenyada per a empreses capitalistes que es preveu que tinguin un gran nombre de socis, el capital de les quals està repartit en accions de lliure transmissió, integrades per socis la responsabilitat dels quals està limitada al capital aportat, és a dir, no responen personalment dels deutes que pugui contraure l'empresa.

¹⁰ Taula resum d'elaboració pròpia

En el cas de les empreses que operen a Espanya i no són espanyoles, han de tenir la forma jurídica equivalent a la S.A del país que siguin, sempre que estiguin a l'Espai Econòmic Europeu (com s'ha dit prèviament en aquest treball en l'apartat 2. 2 Marc legal i Regulació a Espanya).

- Trobem un total de 17 societats de joc d'atzar que operen a Espanya i segueixen la regulació mercantil del Regne Unit. En el cas de les empreses amb regulació anglesa, la forma jurídica equivalent que adopten és la P.L.C. Aquesta és també la forma jurídica que adopten aquells operadors amb residència fiscal a Gibraltar i Malta.
- Trobem un total de 2 societats de joc d'atzar que operen a Espanya i segueixen la regulació mercantil de Bulgària. En aquest cas les empreses han adoptat l'equivalent a la Societat anònima unipersonal, *И'Еднолично Акционерно Дружество* (E.A.D).
- Trobem una de les companyies que operen a Espanya que segueix la regulació mercantil de Finlàndia i pren la forma jurídica *Aktiebolag* (ABP) que adopten les empreses amb responsabilitat limitada i gestió pública.

4. 6 ESTRUCTURA DEL MERCAT

En aquest punt ens fixarem en quin tipus de mercat existeix a Espanya referent al mercat de les apostes esportives. Un punt clau per determinar quina és l'estructura de mercat de les empreses que ofereixen aquest servei, és la quantitat d'oferta i de demanda que trobem en el territori espanyol.

Com hem dit anteriorment, hi ha un total de 52 empreses que tenen llicència per operar a Espanya, un nombre reduït si tenim en compte la quantitat de clients i el volum del mercat apropant-se a la forma de mercat oligopolístic. Les empreses es reparteixen un gran volum de mercat, assegurant-se una quantitat considerable de clients, una gran demanda per a una limitada oferta. Aquest oligopoli permet a les empreses que operen tenir una forta influència en el mercat pel que fa al canvi en els seus preus i alhora gaudeixen una gran capacitat d'extreure el màxim excedent als consumidors. Les empreses d'apostes tenen un model de negoci que incita a una interacció entre les empreses per tal de pactar preus, si ens fixem en les quotes que ofereixen les diferents cases d'apostes no veiem gran diferència, d'aquesta manera als clients els hi és indiferent posar els seus diners en una empresa o altra.

La interacció entre empreses i el fet que les cases d'apostes formin un mercat oligopolístic, no és incompatible amb el fet que hi hagi una gran competència, de fet, aquest mercat és un clar exemple de forta competència en oligopoli. Aquesta competència té origen en la similitud entre empreses. Les cases d'apostes han d'estar en continuada innovació per assegurar-se el seu lloc en el mercat: buscar nous tipus d'apostes a oferir i intentar ocupar el màxim de mercats possibles.

Les empreses que contínuament innoven aconseguixen beneficis que posteriorment es destinaran en gran part a la publicitat, la principal eina per fer competència a la resta de competidors.

4. 7 BARRERES D'ENTRADA

Les empreses que es dediquen al mercat de les apostes esportives a Espanya, tenen un nombre creixent de clients i compten amb evidents beneficis. Presenta doncs, una situació desitjable pels empresaris i una opció atractiva per a aquelles persones que pretenen muntar una empresa a la qual cal afegir el coneixement que el ritme de creixement dels clients no es tradueix en un creixement dels oferents en la mateixa proporció. Aquest creixent desigual és degut a una sèrie de barreres d'entrada que es troben les noves companyies que pretenen entrar en aquest mercat.

Michael Porter (2006) especialista en temes d'estratègies d'empreses, en la seva Teoria de les 5 forces, defineix i classifica les barreres d'entrada com; *"Las barreras de entrada son ventajas de las que gozan los miembros establecidos en comparación con los nuevos aspirantes"* (pp. 14)

Segons Porter les barreres d'entrada poden ser de set tipus:

- Economies d'escala per part de l'oferta: són les que s'aconsegueixen quan les empreses d'un mercat determinat produeixen de manera massiva i això els hi permet repartir el seu cost fix entre més unitats, permetent així oferir uns preus molt més assequibles als seus clients. En el cas del mercat de les apostes esportives, les noves empreses han d'oferir les quotes que ofereixen la resta per tal d'atreure clients i això suposa un gran esforç econòmic per a una empresa que té encara presents les despeses inicials de crear una empresa o ampliar la línia d'oferta a aquest mercat.

- Alta inversió inicial: el fet d'obrir una línia de negocis comporta una inversió inicial que pot suposar un impediment prou considerat per plantejar-se entrar en un mercat. Si bé és cert que les cases d'apostes esportives no necessiten una gran inversió en infraestructures quan són virtuals, si necessiten un seguit de títols habilitadors que suposen un alt cost associat als tràmits burocràtics. (Article 10, Llei 13/2011, de 27 de maig, de regulació del joc)
- Accés a proveïdors i distribuïdors: quan una empresa entra en un mercat, necessita crear una xarxa de negoci amb proveïdors i distribuïdors. En el cas dels oligopolis és comú que les empreses que ja estaven al mercat facin pressió per aconseguir exclusivitat amb els seus proveïdors.

En el cas del mercat de les apostes esportives pot semblar que no són necessàris aquests tercers convencionals, però donat el perfil de negoci, és imprescindible que les empreses tinguin fonts d'informació fiable contínuament actualitzades per desenvolupar la seva activitat diària (fixar els preus (quotes), decidir el ventall d'apostes que ofereixen, etc.). La informació que manipulen és útil per a totes les empreses del mercat de les apostes però està en mans d'uns pocs professionals. Donada la forta competència, aquests professionals tenen exclusivitat de clients, i això els dificulta l'accés a les noves empreses.

- Diferenciació del producte: en els mercats convencionals les empreses busquen una diferenciació del producte per tal que els seus clients reconguin els seus productes i en facin una valoració comparativa positiva que els faci decantar-se per ells, això a la vegada suposa una barrera d'entrada, ja que les noves empreses donen un producte no conegut que parteix d'una no-valoració prèvia per part del client.

En el cas del mercat de les apostes esportives, el mercat té un producte molt homogeni i per intentar captar clients s'ha de recórrer a altres mètodes. És molt comú oferir bons de benvinguda en els quals s'ofereixen diners que se sumen a les quotes inicials, descomptes o fins i tot dipòsits de diners gratuïts per tal d'introduir els futurs clients en el món de les apostes esportives, assumint unes pèrdues pensant en uns futurs beneficis que són incerts. Això suposaria per l'empresa nova una despesa addicional que en el cas de no poder assumir-se es veuria obligada a entrar en competència desfavorable respecte a les que si ho fan.

- Falta d'experiència en el mercat: quan les empreses són noves en un mercat acostumen a tenir un desavantatge per la manca de *knowhow* en el sector. En el món de les apostes esportives l'experiència és molt important pel posicionament de l'empresa i la visió que té el consumidor d'aquesta. El fet que el client hagi de posar prèviament els diners, fa que els clients prefereixen acudir a una marca reconeguda, que transmeti certa confiança i que tingui prou clients que avalin el bon funcionament d'aquesta. Si ens fixem en el llistat d'empreses que operen a Espanya, trobem empreses que tenen una experiència en el sector del joc prèvia a les apostes esportives online i han aprofitat la seva fama per obrir-se en aquest nou mercat.
- Barreres legals: els requisits governamentals exigits per operar en qualsevol mercat, com poden ser llicències, impostos, tràmits administratius, poden suposar una barrera d'entrada per les noves empreses.

En el cas de les apostes esportives les institucions són bastant estrictes pel que respecta els requeriments donat que les apostes esportives (com hem especificat anteriorment) tenen un cost social molt elevat (problemes d'addicció, problemes de pobresa, discriminació de clients), i l'Estat ha de procurar reduir-lo per tal d'assolir l'Estat del Benestar. Aquest és un motiu d'enduriment de les barreres d'entrada per a les empreses noves. Aquests requeriments han estat definits en la Llei 13/2011, de 27 de maig, de regulació del joc i les diferents comunitats autònomes en són les responsables de la concessió i control d'aquests.

4. 8 PUBLICITAT

En el món de les apostes la publicitat és un punt que crea controvèrsia i una diferència d'opinió que fa necessària una regulació (explicada en el BLOC 1, 2. Marc legal i regulació a Espanya, Publicitat i Promoció de les activitats de joc, d'aquest mateix treball).

Gairebé totes les cases d'apostes, si més no les més importants, tenen unes fortes campanyes de publicitat per vàries plataformes de comunicació. El nivell de competència entre les cases d'apostes és molt fort donat que aquestes empreses són molt homogènies i tenen poc marge de diferenciació. La publicitat és una eina clau per a la captació de nous clients. Com hem dit abans, considerem el mercat de les apostes un oligopoli. El fet que sigui un oligopoli no treu l'existència d'una forta competència

entre elles. Mirat des del costat de la demanda, el joc en apostes esportives, crea addicció i aquesta publicitat massiva en la televisió, internet, radio, diaris entre d'altres, fa més complicat l'abstinència d'apostes i facilita les recaigudes o inclús incita a persones a endinsar-se en la ludopatia.

Un altre punt negatiu de la publicitat de les *Bookies* és que no hi ha manera d'assegurar que no arriben als menors. Molta d'aquesta publicitat s'emet en horari infantil de manera que és fàcil que arribi als menors de 18 anys, i encara que es faci fora d'aquest horari també en tenen accessibilitat. A més a més a internet, una de les principals plataformes que fan servir els difusors de publicitat de cases d'apostes, la publicitat no és gens rígida i les mesures per a discriminar-n'hi els menors no hi funcionen molt bé. Quan analitzem aquestes publicitats ens criden l'atenció una sèrie d'aspectes fàcils d'apreciar i ens ajuden a comprendre quin missatge ens volen transmetre les *bookies*:

Colors vius: els anuncis d'apostes esportives, de la mateixa manera que els portals web d'aquestes, acostumen a ser presidides per colors molt vius i llampanys com són el verd que s'associa amb l'esperança o el que és correcte, el groc que s'associa amb riquesa, energia i felicitat o el taronja que s'associa amb alegria, entusiasme i atracció. Tots aquests sentiments doncs, els percebem de manera inconscient quan presenciem un anunci de cases d'apostes.

Persones famoses: les grans cases d'apostes busquen a persones influents per ser la seva imatge. És fàcil veure com futbolistes, presentadors, tenistes o fins i tot actors de cinema mundialment coneguts, posen cara als anuncis d'aquestes empreses. Persones d'èxit, amb diners, que transmeten confiança i seguretat, recomanant als espectadors entrar al món de les apostes, donen una falsa esperança que mitjançant el joc d'atzar es pot arribar a tenir el seu nivell de vida.

Músiques animades: en els anuncis de televisió i ràdio, és comú escoltar en els anuncis de cases d'apostes músiques animades, gairebé infantils, amb missatges alegres i sintonies enganxadores. Aquestes músiques ajuden als espectadors a veure el joc en les cases d'apostes com una activitat innocent i festiva.

Missatges motivadors: en aquests anuncis es poden apreciar diferents missatges motivadors com "*Juga a la casa dels més grans*" (Bwin, ElectraWorks P.L.C), "*la casa on aposten els que guanyen*" (WilliamHill, WHG Spain P.L.C.), "*guanya en gran amb*

estil" (888, 888 Spain P.L.C). Aquests missatges dibuixen les cases d'apostes com a una oportunitat per als jugadors de guanyar molts diners de manera fàcil.

Bons de benvinguda: les cases d'apostes amb el fi atraure clients, inclouen en les seves promocions i publicitat bons de benvinguda. Molt habitualment, apareix en els anuncis missatges com *et regalem fins a 100 euros per registrar-te*, són els coneguts Bons de Benvinguda, missatges si més no atractius per a aquelles persones que plantegen registrar-se en una casa d'apostes.

Prime time: els anuncis televisats o bé de ràdio que tenen a veure amb el món de les apostes, ocupen les franges horàries que tenen més espectadors, és a dir el *prime time*. També és molt comú veure aquests anuncis en els esdeveniments esportius més seguits, com per exemple, a Espanya, es retransmeten durant els partits de futbol que es juguen en les competicions de Lliga o Champions, on també és molt comú que les cases d'apostes anunciïn directament la quota que està oferint als que aposten pels esdeveniments que s'estan duent a terme, *Livebets*.

La primera cadena de televisió en regular la publicitat de joc de les cases d'apostes és *Radio Televisión Española*. El març de 2019 es va aprovar per unanimitat a l'Assemblea de Madrid una proposta de grup parlamentari *Podemos* on s'exigeix la prohibició de qualsevol mena de publicitat sobre joc d'atzar o apostes que promoguin tant directament com indirectament aquest tipus d'activitat, sigui quin sigui l'horari en que s'emeten. En aquesta regulació, es va posar en vigor l'endemà de ser publicada en el Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid (BOCM).

Després de Radio Televisión Española, la cadena EITB (Ràdio i Televisió pública d'Euskadi) també ha reformat la normativa referent a la publicitat de les cases d'apostes. El Consell d'Administració d'EITB, va aprovar el passat 30 d'abril, una regulació que prohibeix la publicitat de cases d'apostes en la seva companyia. Maite Iturbe, directora del consell comunicava el següent:

EITB ha considerado que es necesario adaptar las normas reguladoras de la emisión de publicidad en los medios de difusión aprobadas por el Consejo de Administración el 17 de julio de 2012 con el objeto de proteger y salvaguardar, sobre todo, los derechos de las personas más vulnerables frente a los graves problemas de tipo adictivo que el juego y las apuestas pueden generar. De esta

forma, vamos a prohibir, con determinadas excepciones, la emisión y o inserción de la actividad publicitaria y promocional relacionada con el juego. (Maite Iturbe, 2019)

Les determinades excepcions a les quals fa referència la directora, són els acords i contractes ja firmats per ser emesos en aquest any 2019. També queden exclosos d'aquesta normativa les LAE i l'ONCE.

A Catalunya, la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) farà efectiva el 30 de juny de 2019 una normativa que prohibeix l'emissió de publicitat de joc i d'apostes online la cadena de televisió TV3 i a la cadena de ràdio Catalunya Ràdio. A diferència de Telemadrid i EITB, la CCMA només prohibeix aquesta emissió durant l'horari infantil.

4. 9 PROFESSIONS RELACIONADES AMB EL MERCAT DE LES APOSTES

El mercat de les apostes esportives mou una gran quantitat de persones i diners, sobretot després d'haver sofert un gran canvi com és el de la incorporació de les apostes esportives online, un fet que ha fet créixer exponencialment el mercat per l'extrema facilitat d'accés dels clients. Com a conseqüència d'aquesta crescuda desbordant el mercat laboral que correspon a aquest sector, també ha hagut d'adaptar-se reestructurant el perfil de feina i la quantitat de persones necessàries per a complir els requisits d'aquest mercat.

Per un costat podem destacar la creació de nous llocs de treball i per l'altre l'adhesió d'alguns treballs ja existents al món del treball.

Tipsters: Segons el Cambridge Dictionary la definició de *tipster* és la següent: *“a person who gives information to people, usually in exchange for money, especially about the likely winner of a race or competition, or who gives information to an official organization, especially about someone who has done something wrong”*. És a dir, persona la qual dóna informació, normalment a canvi de diners, especialment sobre els guanyadors més probables d'una carrera o competició o bé dóna informació a una organització oficial sobre algú que fa alguna cosa malament.

La paraula *tipster* prové del mot anglès *tip* que en el cas que es miri com a nom, pot significar consell, avís o delació i com a verb es pot traduir com a recomanar, aconsellar, pronosticar, informar, avisar; així doncs, és un assessor de joc que es dedica professionalment a intercanviar els seus pronòstics referents a esdeveniments esportius

a canvi de diners. És una nova professió en constant creixement. A part de pronòstics, comparteixen recomanacions referents a les quotes, les cases d'apostes i informació sensible a alterar els resultats dels esdeveniments esmentats. Els *tipsters* que actuen de forma legal acostumen a ser autònoms i han de pagar l'IVA de les apostes que guanyen, la quota d'autònoms i l'IRPF dels seus guanys amb la transacció de pronòstics esportius. Aquests professionals acostumen a ser experts en la matèria d'esports a la part de gent hàbil a l'hora d'analitzar les dades i les oportunitats de quotes que ofereixen les diferents cases d'apostes. També és molt comú que tinguin contacte amb esportistes de lligues baixes que els hi puguin donar informació privilegiada que no en disposin les cases d'apostes, adquirint així un avantatge competitiu respecte a aquestes.

La relació dels *tipsters* i les cases d'apostes és una relació tensa i ambigua. Per una banda tenen una rivalitat evident fruit que els *tipsters* proporcionen als seus clients pronòstics estudiats amb intenció de fer-los guanyar i per tant fer perdre a la casa d'apostes, però per altra banda els *tipsters* aporten clients a les cases d'apostes, i al seu torn les cases d'apostes són les plataformes de treball dels *tipsters* i són elles les que els paguen bona part dels beneficis a final de mes (apostes guanyades que realitzen).

Les principals eines de treball dels *tipster* són les xarxes socials. Aquestes donen una oportunitat de contactar de manera fàcil i gratuïta amb els clients. Plataformes com WhatsApp i Telegram (dues aplicacions de missatgeria instantània), permeten difondre els pronòstics i els consells que venen als seus clients, establint un contacte directe sense intermediaris. Les plataformes Twitter, Facebook o Instagram (tres xarxes socials que permeten la interacció entre persones relacionades entre elles per algun criteri com pot ser els interessos en comú) els serveixen per promocionar-se i captar clients.

Sharps: És la nomenclatura que reben aquelles persones que es dediquen professionalment a les apostes. Són clients de les cases d'apostes, normalment molt preparats i informats, que treuen el suficient benefici de les apostes com per a viure d'això.

Aquestes persones, no tenen una professió reconeguda i han de declarar els seus beneficis com si fossin guanys de loteria o premis en concursos, aportant un 49% d'IRPF, ja que la seva professió és retribuïda per cases d'apostes.

Traders: Els *traders* són professionals que es dediquen a comprar i vendre actius financers amb la finalitat de treure un benefici d'aquestes transaccions.

Quan ens focalitzem en el món de les apostes, també trobem *traders*. Els actius financers amb els quals fan aquest negoci són les apostes, es dediquen a comprar i vendre apostes. El benefici que en treuen prové de la diferència de les quotes. Compren les apostes que preveuen que es revaloraran a altres jugadors. Per tant són especuladors d'apostes. Aquesta pràctica té el nom de *trading*.

Es podria dir que els *traders* són clients de la casa d'aposta que aposten contra altres objectius. És més fàcil guanyar a un altre jugador que no pas a una casa d'apostes que tindrà més informació.

Oddsmarkers: Els *Oddsmarkers* són aquells treballadors de les cases d'apostes esportives que es dediquen a fixar les quotes per a tots els esdeveniments. La seva feina consisteix a fer una exhaustiva anàlisi de dades i de controls estadístics de tots els factors que poden condicionar els resultats de l'esdeveniment. Alguns d'aquests factors poden ser el clima, les hores d'entrenament, el rendiment dels esportistes, o coses tan impensables com la menstruació de les esportistes.

Aquesta paraula es compon dels mots anglesos *Odds* i *marker*. *Odds* és el terme utilitzat per referir-se a les apostes en l'argot del joc. Per altra banda *marker* es podria traduir com "marcador" o "indicador", per tant *Oddsmarker* seria un marcador o indicador d'apostes.

Beard: Es denomina *beard* a aquelles persones que són contractades per fer d'intermediàries entre les cases d'apostes i aquelles persones que volen apostar conservant en anonimat la seva identitat. La seva feina és prestar la seva identitat al jugador real per tal que pugui fer les seves apostes.

Una problemàtica associada a aquesta professió, és que permet a un menor contractar els serveis d'un *Beard* per a poder participar en l'activitat del joc d'atzar, ja que tot i que és il·legal, el menor quedaria en anonimat.

Aquesta figura cobra més sentit si pensem que les cases d'aposta tenen dret a bloquejar els comptes de jugadors que tenen molts guanys sense haver de donar explicacions. Donades aquestes situacions, ha aparegut un mercat il·legal en creixement en paral·lel al de les apostes: el de compravenda de credencials registrades en cases d'apostes.

No només s'ha creat nous treballs; amb l'entrada del món de les apostes online, alguns dels treballs més populars entre el món de les apostes van quedant-se en segon pla. És el que hem anomenat els canvis d'efecte substitució. En aquest grup podem incloure les

persones que treballen com a treballadors en els llocs d'apostes presencials (ja siguin cambrers, personal d'atenció, operaris, personal de neteja...). Si bé és cert que no n'hi ha menys (ja que de cases d'apostes físiques cada vegada n'hi ha més) el percentatge que ocupen en el total de l'ocupació del món de les apostes està minvant. Les plataformes digitals fan prescindible aquesta figura.

També existeix un altre tipus de canvis: els canvis d'efecte desplaçament. Amb aquests canvis ens referim a aquelles professions que pertanyen a altres rames professionals però a causa de l'evolució del mercat de les apostes, han fet necessària la seva interacció. En destaquem dues:

Psicòlegs: Donada la creixent problemàtica de la ludopatia causada pel joc, moltes persones s'han vist obligades a acudir a un professional dedicat al tractament d'addiccions. La important crescuda de les persones afectades, ha portat als psicòlegs que tracten les addiccions a especialitzar-se en la ludopatia, fent d'aquesta una nova temàtica d'estudi psicològic.

Informàtics: els informàtics tenen molt a veure en el boom digital de les apostes. La creació i el manteniment de les aplicacions i planes web, s'ha convertit en un servei indispensable de contractar per a les *bookies*. A més a més, les plataformes digitals de les cases d'apostes, en tenir subscriptos tants clients i moure tal quantitat de diners, són susceptibles de ser "hackejades" i necessiten una especial atenció. Per aquesta raó, el més comú és que les cases d'apostes comptin amb un equip informàtic intern.

4. 10 TRIPIJOCS

En aquest apartat del treball, intentem donar solució a quines són les "trampes" que fan servir les cases d'apostes per tal que la llei no sigui un impediment per seguir creixent.

Rollover: en l'apartat d'aquest treball de producte i de publicitat, hem estat parlant de què són els bons de benvinguda. Sense cap dubte un reclam molt influent en els jugadors, però com es poden permetre les cases d'apostes "regalar" diners a tots els nous? Doncs, bé, no és ben bé així. Els *rollovers* són la lletra petita d'aquest bon i no surt en les publicitats i reclams que emeten les cases d'apostes.

Es podria definir el *rollover* com les condicions que s'han de complir per aconseguir els diners que et promet la casa d'apostes en els bons de benvinguda o d'altres promocions. Acostumen a ser condicions difícils d'assolir i que obliguen als jugadors a assumir un risc mínim. Les més comunes són fer més d'un nombre determinat d'apostes a una quota més alta de X durant un termini a determinar per la casa d'apostes a partir de

quan es fa l'ingrés en el dipòsit. Les *bookies* forcen als nous clients a fer un volum alt d'apostes i, a més a més, amb quotes altes que acostumen a ser arriscades. D'aquesta manera, en el cas que el client perdi els diners, la casa d'apostes guanya una quantitat de diners significativa. En canvi, si guanyen els clients, a l'apostar en quotes altes, reben guanys importants, creant en ells la sensació que apostar és la manera més fàcil d'aconseguir diners ràpids, fet que fidelitza el client. De tota manera, la casa d'apostes surt guanyant en aquest tracte: o bé guanya diners, o bé guanya un client que molt possiblement donarà futurs beneficis. També existeixen condicions a l'hora de retirar els diners guanyats per aquestes promocions i bons. Normalment, el client els ha de tenir al seu *bankroll* durant aproximadament un mes; també és comú l'impediment de retirar més d'un tant per cent d'aquests diners o, fins i tot, que només els puguis fer servir en la mateixa *bookie* per fer altres apostes. Tot i això, no és obligatori acceptar aquestes ofertes al registrar-se en una casa d'apostes, i és molta la gent que rebutja aquests diners perquè no poden o volen acceptar aquestes condicions.

Ubicació cases d'apostes físiques: Les comunitats autònomes espanyoles regulen també les normes que han de seguir les cases d'apostes i casinos en les ciutats a l'hora d'ubicar-se. Les regulacions d'ubicació són similars a les que segueixen farmàcies, punts de venda d'alcohol o estancs: un nombre determinat de llicències i una obligada separació física entre els establiments de X metres (depenent de la comunitat). Tot i això, a Espanya hi ha tres comunitats autònomes que manquen d'aquestes normatives: Comunitat de Madrid, Extremadura i Astúries. És en aquestes tres comunitats on podem veure com es localitzen les empreses del sector en lliure mercat. Les cases d'apostes no estan distribuïdes uniformement a través de l'espai. Les cases d'apostes estudien molt bé on han de posar els llocs físics per que els seus clients hi acudeixin. Se situen a prop de centres educatius, restaurants amb un *target* juvenil i de forma massiva en els barris de renda per sota a la mitjana. Aquesta ubicació facilita que les persones més vulnerables (joves i persones amb escassetat de poder adquisitiu) puguin caure en el joc i, posteriorment, desenvolupar una patologia d'addicció com és la ludopatia.

El 28 gener de 2018, en el diari *El Confidencial* va publicar l'article *Las salas de juego exprimen los barrios pobres de Madrid: crecen un 140% desde 2014*, on va elaborar una taula amb dades extretes de les Dades Obertes i el Portal Estadístic de l'Ajuntament de Madrid, amb el desglossament de tots els districtes de la ciutat de Madrid indicant el nombre de locals de joc d'atzar que s'han fet de 2014 a 2017 i el tant per cent de rendes per sota de 25.000 euros l'any en el mateix. D'aquesta manera es posa en manifest la relació entre renda i cases d'apostes.

Nombre de locals construïts entre 2014 i 2017	Nom del districte	Rendes per sota de 25.000€/any
18	Latina	60%
16	Usera	69%
15	Puente de Vallecas	73%
12	Tetuán	31%
11	Carabanchel	60%
10	Ciudad lineal	38%
9	Villaverde	69%
8	Arganzuela	18%
8	San Blas	54%
7	Fuencarral-El Prado	36%
6	Vicálvaro	50%
5	Retiro	9%
4	Hortaleza	29%
3	Chamartín	7%
2	Villa de Vallecas	38%
1	Moncloa-Aravaca	22%
1	Moratalaz	60%
1	Barajas	10%
-1	Chamberí	9%
-1	Salamanca	7%
-2	Centro	5%

Taula 3. Construcció de locals entre el 2014 i el 2017¹¹

En la taula anterior veiem una relació inversament proporcional entre les rendes dels districtes i els establiments de joc d'atzar de nova construcció. El que més ens crida l'atenció és que els tres barris amb menor renda són també els tres barris on s'han fet més locals de joc a Madrid. Contràriament, els tres districtes amb menys percentatge de rendes inferiors a 25.000 euros l'any són els tres únics districtes de Madrid on ha minvat el número d'aquest tipus d'establiments.

¹¹ Taula extreta del diari El Confidencial (2018). Recuperat de https://www.elconfidencial.com/espana/madrid/2018-01-28/sportium-codere-luckia-salones-de-juego-ludopatia_1512360

Així doncs, amb aquestes dades sembla clar que la ubicació de les cases d'apostes es regeix en part per la renda de l'entorn. Les cases d'apostes aprofiten la situació de necessitat de recursos econòmics dels clients per posar-los la temptació a prop.

Bloqueig d'usuaris: una propietat de les *bookies* és que tenen reservat el dret d'admissió. El problema arriba quan fan servir aquest dret per bloquejar aquells usuaris que tenen un volum de guanys significatius de manera continuada, fent així una discriminació dels clients pels seus guanys. Molts dels usuaris es queixen que aquest bloqueig no arriba mai per a les persones que perden de manera continuada els seus diners i que potser els seria necessari per evitar que caiguessin en una espiral de desesperació i pobresa, a no ser que estigui inscrit al registre de sol·licituds voluntàries d'auto exclusió. D'aquestes exclusions també se n'ha derivat el mercat negre de compravenda d'usuaris pel registre en *bookies*. És per aquest motiu que s'estan tramitant denúncies conjuntes a les cases d'apostes per part dels clients posant de manifest pràctiques abusives i discriminatòries per part d'aquestes. Aquests grups de clients han fet una agrupació anomenada Muebet.org, formada per apostadors afectats per les restriccions que pateixen per part de les cases d'apostes i que s'uneixen per guanyar força en les seves denúncies a *bookies*.

Una altra manera que tenen les cases d'apostes de limitar l'activitat dels usuaris que obtenen guanys, és establir un límit al nombre d'apostes que es poden fer mitjançant el *wager limit* o bé limitant les quotes a les quals es poden accedir.

Residència fiscal: una altra de les accions que porten a terme les cases d'apostes per treure beneficis sense incomplir la llei és ubicar la seva residència en paradisos fiscals. Com hem dit anteriorment, per tal de poder obtenir una llicència per actuar en territori espanyol, és necessari que la residència fiscal sigui o bé Espanya o bé qualsevol dels països que pertanyen a l'Espai Econòmic Europeu. Quin país és i quin no paradís fiscal és una qüestió bastant subjectiva. Segons l'Organització per a la Cooperació i el Desenvolupament Econòmic (OCDE) ni Malta ni Gibraltar són paradisos fiscals donat que tenen disponibilitat d'informació, accés a aquesta i intercanvi internacional de dades. Però, països com Espanya sí que els ha considerat paradisos fiscals fins ara. Espanya i el Regne Unit han firmat el passat 4 de maig de 2019, un tractat de lliure circulació d'informació fiscal pendent de ser aprovat pel parlament, per tal d'aconseguir que Gibraltar deixi de funcionar com un paradís fiscal per a aquelles empreses espanyoles que pretenen evadir o eludir impostos.

Si ens fixem amb els 52 operadors de joc que tenen llicència per la DGOJ, 17 tenen la forma jurídica P.L.C. (britànica). D'aquestes 17 totes tenen la residència fiscal o bé de Malta (12) o bé de Gibraltar (4) per tal d'aprofitar els avantatges fiscals d'aquests països. També trobem 2 societats registrades a Bulgària, posteriorment veurem per què.

Presentem en la següent taula dades del tipus d'impost que paguen les societats depenent del país on es registren:

País	Impost de Societats (IS)	Impost Renda Persones Físiques (IRPF)
Gibraltar	10%	25%
Malta	35%	38,24%
Bulgària	10%	10%
Espanya	25%	45%
Mitja Europea	21,29%	35%

Taula 4. Tipus d'impost pagat segons país de registre¹²

Al fixar-nos en aquesta taula veiem com Espanya té els tipus impositius més alts que la mitja europea tant en l'Impost de Societats com en l'IRPF (25% i 45% respectivament). Per aquesta raó, les empreses busquen una residència amb condicions més atractives.

Pel que respecta Gibraltar, l'Impost de Societats és del 10%, menys de la meitat de la mitjana europea, si més no una oferta molt atractiva per a les empreses. L'IRPF és del 25% però l'article 80 de la Llei de l'IRPF permet als contribuents deduir de la renda aquella quantitat pagada a l'estranger (per tal d'evitar la doble imposició). Tot i això, el 25% d'IRPF està molt per sota de la mitjana europea (38,24%), atraient també en aquest país als *sharps* i als *tipsters* (que recordem que han de pagar aquest tipus d'impost). Malta és el país on han anat a registrar-se fins a un 23% de les empreses de joc d'atzar de les que operen a Espanya. Al analitzar el seu Impost de Societats és d'un 35%, per sobre de la mitjana europea (21,29%) i inclús per sobre del d'Espanya (25%). Aleshores, com és que tantes empreses es registren en aquest país? Si els accionistes de l'empresa no resideixen a Malta i l'activitat de l'empresa no es duu a terme dins d'aquest país, la companyia pot sol·licitar el retorn de 6/7 parts del que ha pagat, llavors el que realment hauria pagat l'empresa seria un 5% d'Impost de Societats, el més baix de tot

¹² Elaboració pròpia a partir de dades recuperades de <https://home.kpmg/xx/en/home/services/tax/tax-tools-and-resources/tax-rates-online/corporate-tax-rates-table.html>

l'Espai Econòmic Europeu. L'impost d'IRPF maltès no té especial interès per als contribuents autònoms donat que està per sobre de la mitjana Europea.

Per últim, Bulgària té un 10% en ambdós impostos. Els dos estan molt per sota de la mitja europea, de manera semblant que Gibraltar, aquest país es converteix en un reclam per a empreses, *tipsters* i *sharpers*.

Com veiem els operadors del joc d'atzar utilitzen tripijocs per estalviar diners o bé per aconseguir una cartera de clients més propensos a patir addicció al joc. Aquestes quatre accions que hem analitzat aquí són les més apreciables i fàcils de contrastar amb números, ja que són legals. Però, no en són les úniques. Els pactes de preus i la contínua discriminació irracional entre consumidors és una pràctica molt comuna, tot i que no existeixen dades fiables registrades. Amb aquests quatre exemples podem veure com en el món de les apostes els oferents són els agents que tenen el poder de mercat.

5. ANÀLISI DE LA DEMANDA

Ja hem estat parlant dels operadors del joc d'atzar que operen a Espanya, 52 empreses que s'enfronten a una gran demanda. En aquest apartat parlarem sobre els consumidors del joc, centrant-nos en el joc online i, en la mesura del possible, en les apostes esportives. En primer lloc farem una anàlisi del perfil del jugador online recolzant-nos en l'informe "Anàlisis del perfil del jugador online 2015", presentat per la DGOJ, per tal de fer-nos una idea de qui i quants són els usuaris del joc online. En segon lloc farem un estudi dels comportaments d'aquests en el joc.

5. 1 PERFIL DE LA DEMANDA

En aquest apartat analitzarem com són els clients de les cases d'apostes a partir d'un estudi fet el 2015 per la DGOJ on es presenten algunes característiques sobre les persones que participen en els jocs d'atzar autoritzats a Espanya. Aquest mateix estudi analitza les despeses que fan aquests jugadors.

A finals del 2015 hi havia un total de 668.869 clients a les cases d'apostes d'Espanya que van gastar en promig 6.291€ l'any, tot i que la mediana de la despesa que fan és de 225€. D'aquests 668.869 clients, classificats segons el sexe binari, 578.719 en són homes (86,5%) i 90.150 en són dones (13,5%). Per tant, en l'any 2015, a Espanya hi havia el sèxtuple d'homes que de dones que jugaven en apostes. També podem discriminar per gènere la quantitat jugada en aquest any: al gènere masculí la participació mitjana va ser de 6.490€, mentre que les persones de gènere femení van

tenir una participació mitjana de 5.017€. També podem mirar l'edat que tenen els jugadors d'apostes espanyols.

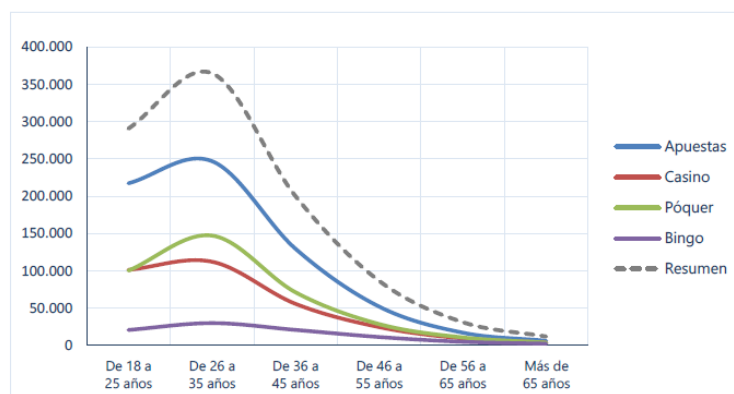


Figura 9. Nombre de jugadors per segment de joc i edat¹³

Si ho comparem amb els altres jocs d'atzar, veiem com les apostes són amb diferència el joc d'atzar més comú entre els joves d'entre 18 i 35 anys.

Ens fixem en més detall en el nombre de persones de cada grup d'edat que participaven a Espanya en apostes durant el 2015:

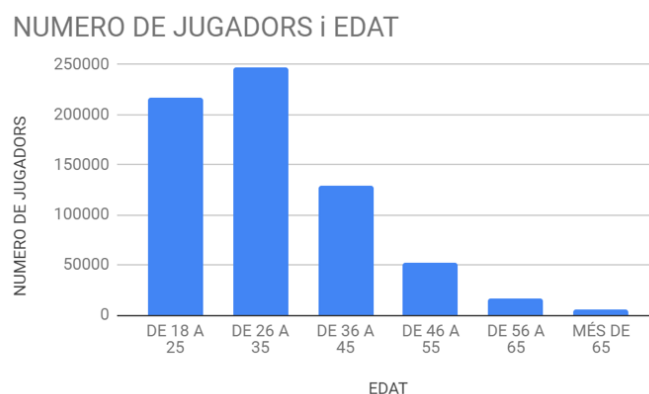


Figura 10. Nombre de jugadors i edat¹⁴

Veiem com la franja d'edat més destacable és la d'entre 26 i 35 anys arribant a 246.943 jugadors. La segona més alta és la d'entre 18 i 25 anys amb 217.316 apostants. A partir dels 35 anys, el nombre de jugadors va disminuint amb l'edat.

Per tant, podem dir que el perfil més popular de jugadors d'apostes a Espanya durant el 2015 és una persona entre 26 i 35 anys, que s'identifica amb el gènere masculí i gasta uns 225€ l'any en apostes.

¹³ Taula presentada en l'informe "Análisis del perfil del jugador online 2015"

¹⁴ Elaboració pròpia a partir de les dades de l'informe "Análisis del perfil del jugador online 2015".

5. 2 COMPORTAMENT DELS CONSUMIDORS

Els comportaments dels consumidors són diferents entre ells. No obstant això, podem apreciar alguns trets comuns segons el risc que assumeixen.

- Jugadors adversos al risc: aquests són els jugadors que tenen preferència per jugar assumint poc risc. Acostumen a jugar en quotes baixes (ja que són pronòstics més probables) i un *stake* també baix, de manera que si l'aposta falla, la pèrdua de diners és menys significativa. Aquests jugadors tampoc acostumen a fer apostes combinades, ja que aquestes comporten un risc addicional. En destaquem dos conceptes comuns en el món de les apostes que en té molt a veure:

- **Chalk player:** en l'argot de les apostes, els *chalk players* són aquells jugadors que s'identifiquen per apostar sempre als preferits. L'estratègia d'aquests és apostar sempre al favorit del partit, de manera que a llarg termini acostumen a convertir-se en jugadors guanyadors.
- **Control de banca:** és el concepte que es fa servir en el món de les apostes per denominar l'acció d'apostar petites quantitats de diners en cadascuna de les nostres apostes, aconseguint així diversificar els diners del nostre *bank* (no pondre tots els ous en la mateixa cistella). Segons els professionals, diversificar és la millor manera d'eliminar risc i aconseguir guanys a mitjà o llarg termini (com hem dit en la definició de *bankroll*, és òptim no apostar més d'un 5% de la banca en cada aposta).
- **Apostes segures:** també anomenades *surebets*, són les apostes que es realitzen en diferents o la mateixa casa d'apostes a tots els resultats possibles d'un esdeveniment, de manera que passi el que passi guanyes almenys una aposta. És una manera difícil de guanyar diners, ja que per guanyar una aposta també en perds d'altres, però tot i ser complicat, és possible si es troba una bona combinació de quotes en les quals apostar.

- Jugadors *risk takers*: aquests són els jugadors que tenen preferència per jugar assumint molt de risc. Apostes en les quotes altes (pronòstics poc probables) o bé altes quantitats de diners, apalancant el seu *bank* per tal d'obtenir molts diners en poques apostes. Acostumen a fer apostes combinades i amb handicaps. El temperament d'aquests jugadors acostuma a ser més impulsiu. Aquest tipus de jugadors acostumen a perdre diners a més curt termini que no pas els adversos al risc.

També en destaquem alguns conceptes del món de les apostes que tenen a veure amb els jugadors *risk takers*:

- ***Underdog***: en l'argot de les apostes, es fa servir el concepte *underdog* per referir-se als jugadors que sempre aposten als menys preferits. Aquest mot ve dels mots anglesos *under* i *dog*, és a dir, "gos que va per sota", i té el seu origen en les carreres de gossos tot i que ara aquest concepte és molt comú en les apostes esportives. Aquests jugadors serien el contrari dels *chalk players*.
- ***All in***: en l'argot del món de les apostes *all in* és el concepte que es fa servir per referir-se a l'acció d'apostar tot el volum del nostre *bankroll* en una mateixa aposta. Això significa que iguaem el nostre *stake* amb el nostre *bank*. Els experts asseguren que aquesta és una pràctica temerària i que comporta per al jugador pèrdues a mitjà o llarg termini.
- ***Underlay***: és el concepte que es relaciona amb aquelles apostes on les *bookies* tenen altes probabilitats de guanyar i per tant, els jugadors que les practiquen tenen altes probabilitats de perdre. Aquestes apostes poden semblar de poca utilitat per al jugador, però al realitzar-se seguint una estratègia pot ser un minimitzador de pèrdues. Els *Chalk players* utilitzen aquest tipus d'apostes per cobrir diferents resultats dels esdeveniments, per fer finalment un *surebet*.

En canvi, els jugadors *underdogs* fan servir aquestes apostes per aprofitar ofertes de les cases d'apostes, que hi posen quotes molt altes (donada la poca probabilitat) per atreure clients.

6. CONCLUSIONS

Un cop realitzat el nostre treball hem pogut resoldre les qüestions formulades prèviament en relació amb el mercat dels jocs d'apostes esportives. Repassem els objectius plantejats al principi d'aquest treball per tal de treure les nostres conclusions:

- Veure les conseqüències dels inconvenients en la regulació aparentment limitada i poc actualitzada dels jocs d'apostes. En aquest treball hem estat revisant la llei que contempla el joc d'atzar, amb un focus en les apostes esportives en línia, a Espanya. La regulació no és molt específica i deixa buits com la verificació d'accés a menors (depèn de les empreses) o el fet que el dret d'auto exclusió del joc hagi de ser sol·licitat pels propis consumidors. La llei no contempla de manera específica i directa límits o eines per incentivar que els més vulnerables siguin capaços de demanar l'exclusió per pròpia voluntat, donat que de vegades és complicat ser conscient de la situació que viu quan és sofreixen trastorns de conducta. A més a més, hem vist en l'apartat de tripijocs com les empreses aconsegueixen extreure cada vegada més beneficis sense incomplir les lleis anteriors.
- Per què en un mercat que dona tants beneficis i que està en constant creixement les empreses que hi participen són poques? Durant el treball hem exposat quines són les barreres d'entrada que tenen les noves empreses que volen entrar al sector. Sense dubte, les barreres d'entrada són el principal motiu de l'estancament del nombre d'empreses que ofereixen el joc d'atzar a Espanya. Mentre que les actualment presents aconsegueixin conservar-se en la mateixa intensitat i presència, el mercat de les apostes esportives seguirà sent un oligopoli.
- Aprofundir en el debat entre la llibertat dels operadors i vulnerabilitat dels consumidors. Hem senyalat durant el treball que el joc d'atzar provoca problemes d'addicció als consumidors i fomenta trastorns de conducta com la ludopatia, fet que per a un estat és negatiu i que inclús pot generar un problema social. Podríem inclús afirmar que la mala regulació en aquest àmbit allunya un estat que s'espera d'un Estat del Benestar. Aquest procedir per part de l'estat espanyol podria explicar-se pels ingressos generats mitjançant els impostos recaptats en concepte d'apostes, tal com hem vist en els apartats de rellevància econòmica.

Recordem que les apostes suposen gairebé un 3% del PIB espanyol i, concretament, les apostes esportives online suposen més de l'1% i, per tant, és un ingrés prou significatiu.

- El principal factor que porta als consumidors a participar-hi és l'obtenció d'un possible guany econòmic elevat i ràpid. Guanyar diners de forma ràpida és un incentiu molt atractiu per captar consumidors, però podem veure que no és el més significatiu sinó que actua amb d'altres d'igual importància. La dificultat de deixar de practicar una activitat que genera addició, la facilitat, l'accesibilitat i l'anonimat que planteja la versió online del joc de les apostes esportives són altres factors de gran rellevància a l'hora d'evitar la sortida dels consumidors del mercat (inclús quan generin pèrdues). Un altre factor que pren pes és la publicitat que es transmet sense regulacions efectives, on no sempre es garanteix la protecció de capes de la societat vulnerables, amb el suport moral i visual d'imatges de personalitats idealitzades per la societat amb una clara intenció d'eliminar la visió negativa sobre les apostes tant per part dels que hi participen com per part de la resta de la societat.
- La realització d'aquest treball ens ha descobert la falta d'informació que té la societat de la realitat del mercat de les apostes i les conseqüències socials que comporta la popularització i normalització de la participació en aquest mercat. Les cases d'apostes aprofiten aquesta manca d'informació per apropiarse del màxim excedent del consumidor sense que aquest ho percebi com un abús de poder.
- La manca d'informació del mercat que hem esmentat en el punt anterior afecta de manera més directa a persones vulnerables a desenvolupar ludopàtia. Aquesta vulnerabilitat no només és deguda a la minoria d'edat, també pot respondre a dificultats econòmiques o alteracions psicològiques.

Pel que fa a la nostra hipòtesi, hem confirmat que el conjunt de les característiques i factors que formen aquest mercat, el fan un mercat de difícil regulació. L'estat espanyol sembla que no es vulgui comprometre amb la defensa dels consumidors, afavorint el lobby de les cases d'apostes. L'opció triada per l'administració central passa més aviat per transmetre aquesta responsabilitat a les comunitats autònomes, sent aquestes últimes les que decideixen factors de gran importància com la regulació de la localització i el nombre de cases d'apostes físiques, així com l'atenció que han de rebre les persones

amb ludopatia i addicció al joc. Això no té per què resultar com a conseqüència de la decisió central de no afrontar els problemes de manera directa, sinó com a mitjà per a simplificar la gestió i control d'aquest mercat. El problema sorgeix quan les comunitats autònomes es troben amb falta de recursos a l'hora d'enfrontar-se amb aquest lobby creat per les cases d'apostes.

FUTURES LÍNIES D'INVESTIGACIÓ

A causa de les limitacions de temps i extensió a l'hora de realitzar el treball no hem pogut tractar alguns temes de rellevància significativa. Tot i així volem deixar constància de la importància que resulta el seu futur tractament i anàlisi.

- El repte que suposa per l'estat la regulació d'un mercat tan complex, amb la possibilitat d'afrontar-ho amb una harmonització i coordinació reguladora entre els països membres de la UE. S'obre la possibilitat de millorar (o crear entre alguns països on actualment no existeix) la cooperació per reduir l'elusió fiscal.
- Conèixer les causes reals de la falta d'informació de la societat que es troba exposada a aquest mercat, en especial de la població més vulnerable amb acció directa per part de l'estat, realitzant formacions en escoles, campanyes de conscienciació dels riscos en mitjans de comunicació, etc.
- Considerar agreujants diverses desigualtats associades a les addiccions al joc online: les econòmiques (com la falta de recursos), les socials (com la violència de gènere o l'alcoholisme) i les educatives (com el fracàs escolar). Seria molt interessant sobre la influència del joc online en aquestes variables per entendre millor les conseqüències sobre la demanda.
- Fer una millor regulació de la publicitat que de vegades pot considerar enganyosa i que suposa en molts casos la via per la qual la població més vulnerable descobreix aquest mercat.

7. REFERÈNCIES

- Abran Juego (2019). Glosario. Luckia. Recuperat de <https://www.luckia.es/blog/glosario/>
- Álvarez, G. (2018). Apostar en tercera te hará ganar a las casas de apuestas. Vice. Recuperat de <https://www.vice.com/es/article/aexne5/apuestas-tipster-secreto-ganar-dinero-juego-online-espana>
- ANESAR. (2018/03). Barómetro de los Salones de Juego Junio 2018. Recuperat de <http://www.anesar.com/wp-content/uploads/2018/06/2018-03-Barometro-Salones-Junio-20180615.pdf>
- BETMEDIA SOLUCIONES (2019). Diccionario de apuestas. Apuesta10.com. Recuperat de <http://www.apuesta10.es/diccionario-apuestas>
- Brunelle, N., Leclerc, D., Cousineau, M., Dufour, M., Gendron, A., & Martin, I. (2012). Internet gambling, substance use, and delinquent behavior: An adolescent deviant behavior involvement pattern. *Psychology of Addictive Behaviors*, 26, 364-370. Doi 10.1037/a0027079
- Cámara Santa Cruz de Tenerife (2019). Criterios para efectuar la elección. Creación de empresas. Recuperat de <http://www.creacionempresas.com/la-eleccion-de-la-forma-juridica/criterios-para-efectuar-la-eleccion>
- Cantero Araque, F. i Bertolín Guillén, JM. (2015). Influencia de las nuevas tecnologías en los problemas de juego y en las compras impulsivas en los jóvenes. *Revista Española de Drogodependencia*, (4), pp. 34-47. Recuperat de https://www.aesed.com/descargas/revistas/v40n4_3.pdf
- Casas de apuestas (2019). Bet365. Recuperat de <https://www.casasdeapuestas.com/bet365/>
- Casas de apuestas (2019). Marathonbet. Recuperat de <https://www.casasdeapuestas.com/marathonbet/>
- Casas de apuestas (2019). Wanabet. Recuperat de <https://www.casasdeapuestas.com/wanabet/>
- Casas de apuestas (2019). William Hill. Recuperat de <https://www.casasdeapuestas.com/william-hill/>
- Casas de apuestas (2019). Betfair. Recuperat de <https://www.casasdeapuestas.com/betfair/>

- CMEP. (2014). Ponencia de estudio de las perspectivas de futuro en el abordaje de las actuales y nuevas adicciones legales e ilegales, consituída en el seno de la Comisión Mixta para el Estudio del Problema de las Drogas. X Legislatura. Recuperat de <http://www.senado.es/web/expedientdocblobServlet?legis=10&id=22271>
- CODERE. (2016/2017). Anuario del juego en España 2016/2017. Recuperat de <https://www.azarplus.com/wp-content/uploads/2018/10/Anuario-Juego-Espan%CC%83a-2018-online.pdf>
- DJOG. (2016-2017). Análisis del perfil del jugador online. Recuperat de <https://www.ordenacionjuego.es/es/informe-jugador-online>
- DJOG. (2017). Datos del Mercado Español de Juego. Recuperat de <https://www.ordenacionjuego.es/es/datos-mercado-espanol-juego>
- DJOG. (2018). Memoria de actividad 2018. Recuperat de <https://www.ordenacionjuego.es/es/memorias-informe-anual>
- DJOG. (2018). Mercado de juego online estatal. Recuperat de <https://www.ordenacionjuego.es/es/mercado-juego-online-estatal>
- DJOG. (2019. T1). Mercado de juego online estatal. Recuperat de <https://www.ordenacionjuego.es/es/informes-trimestrales>
- DJOG. (2019). Operadors amb llicència. Direcció General d'Ordenació del Joc. Recuperat de <https://www.ordenacionjuego.es/ca/operadores/buscar>
- E. Porter, M. (2006). Ser competitivo. Harvard Deusto business review. (152), 48-53. Recuperat de <https://www.harvard-deusto.com/ser-competitivo-fronteras-en-expansion>
- Eitb.Eus. (2019). El Consejo de Administración de EITB prohíbe la publicidad del juego y las apuestas. Recuperat de <https://www.eitb.eus/es/grupo-eitb/detalle/6376851/el-consejo-administracion-eitb-prohibe-publicidad-juego-apuestas/>
- El confidencial (2016). "Empecé a ganar dinero en las apuestas 'online' y me bloquearon". Recuperat de https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2016-07-16/casas-apuestas-bloqueos-jugadores-ganar_1232921/
- El confidencial (2016). Cientos de jugadores 'online' denuncian a Bet365 por “prácticas abusivas. Recuperat de https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2016-09-13/apuestas-online-bet365-demanda_1258890/

- Eldiario.es (2018). Cómo tributan los españoles que trabajan en Gibraltar. Recuperat de https://www.eldiario.es/economia/tributan-espanoles-trabajan-Gibraltar_0_838867001.html
- Escudero, J. (2017). Todo al rojo: cómo Malta se ha convertido en El Dorado para la industria del juego 'online'. El confidencial. Recuperat de https://www.elconfidencial.com/economia/paradise-papers/2017-11-10/papeles-paraiso-malta-industria-juego-online_1475212/
- Espanya. Llei 13/2011, de 27 de maig, de Regulación del Juego. Boletín Oficial del Estado, 27 de maig del 2011, num. 127. Recuperat de <https://www.boe.es/eli/es/l/2011/05/27/13/con>
- Espanya. Llei 34/1988, de 11 de novembre, General de Publicitat. Boletín Oficial del Estado, 15 de novembre del 1988, num. 274, pp. 32464 a 32467. Recuperat de <https://www.boe.es/eli/es/l/1988/11/11/34>
- Espanya. Llei 34/2002, de 11 de juliol, de Servicios de la sociedad de la información y del comercio electrónico. Boletín Oficial del Estado, 12 de juliol del 2002, num. 166. Recuperat de <https://www.boe.es/eli/es/l/2002/07/11/34/con>
- Estafa.info (2019). Opinión sobre bet365. Recuperat de <https://www.estafa.info/bet365/>
- Estafa.info (2019). Opinión sobre betfair. Recuperat de <https://www.estafa.info/betfair/>
- Estafa.info (2019). Opinión sobre Marathonbet. Recuperat de <https://www.estafa.info/marathonbet/>
- Estafa.info (2019). Opinión sobre Wanabet. Recuperat de <https://www.estafa.info/wanabet>
- Estafa.info (2019). Opinión sobre William Hill. Recuperat de <https://www.estafa.info/william-hill/>
- García Rey, M. (2017). ¿Por qué muchos españoles registran sus sociedades en Malta?. El confidencial. Recuperat de https://www.elconfidencial.com/economia/paradise-papers/2017-11-13/papeles-paraiso-malta-destino-sociedades-espanoles_1476627/
- Garrido, H. (2017). Malta, un resort fiscal dentro de la UE para atraer a las grandes fortunas. El Mundo. Recuperat de <https://www.elmundo.es/economia/malta/files/2017/05/19/591f1624468aebdd678b4694.html>

- González Ibañez, À. i A. Volberg, R. (2007 – 2008). Estudi epidemiològic de prevalença del joc patològic a la població adulta de Catalunya. Recuperat de <https://publications.europa.eu/es/publication-detail/-/publication/ed5954e3-fa56-4ead-a9be-bc544c77fc6d/language-es>
- InfoGibraltar. (2018) Sobre paraísos fiscales y Gibraltar. Recuperat de http://www.infogibraltar.com/info_gibraltar/blog/sobre-los-para%C3%ADsos-fiscales-y-gibraltar
- Inforiesgos (2019). Informes. Infocid. <http://www.infocif.es/informes/>
- jDigital. (2013). Informe anual del juego online en España. Recuperat de <http://www.jdigital.es/emailing/2014/docs/2014-Informe-Anual-Jdigital.pdf>
- KPMG (2019). Corporate tax rates table. Recuperat de <https://home.kpmg/xx/en/home/services/tax/tax-tools-and-resources/tax-rates-online/corporate-tax-rates-table.html>
- La Nueva España (2019). El auge de las casas de apuestas en Gijón: abren tres en la misma calle en menos de dos semanas. Recuperat de <https://www.lne.es/gijon/2019/04/20/auge-casas-apuestas-gijon-abren/2460020.html>
- La Vanguardia. (2019). TV3 retirará la publicidad de juego y apuestas online en horario infantil. Recuperat de <https://www.lavanguardia.com/vida/20190503/462010372281/tv3-retirara-publicidad-juego-apuestas-online-horario-infantil.html>
- Montiel, I., Carbonell Vayá, J. E. i Echeburúa Odriozola, E. (2016). Abuso de Internet: ¿antesala para la adición al juego de azar online?. pp. 169-190. Madrid, Espanya: Pirámide.
- Mubete.org (2019). ¿Qué es muebete.org? Recuperat de <http://muebete.org/que-es-muebete/>
- Olason, D. T., Kristjansdottir, E., Einarsdottir, H., Haraldsson, H., Bjarnason, G., & Derevensky, J. (2011). Internet gambling and problema gambling among 13 to 18 year old adolescents in Iceland. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 9, 257–263. doi:10.1007/s11469-010-9280-7
- Panenka (2018). TOP 5: Mejores casas de apuestas para apostar al fútbol. Recuperat de <https://www.panenka.org/reportajes/top-5-mejores-casas-apuestas-apostar-al-futbol/>

- Pascual, A., i Grasso, D., (2018) Las salas de juego expresan los barrios pobres de Madrid: crecen un 140% desde 2014. El Confidencial. Recuperat de https://www.elconfidencial.com/espana/madrid/2018-01-28/sportium-codere-luckia-salones-de-juego-ludopatia_1512360/
- Peláez Martos, J.M. (2019). Gibraltar ya no es un paraíso fiscal. elEconomista. Recuperat de <https://www.eleconomista.es/opinion-blogs/noticias/9756239/03/19/Gibraltar-ya-no-es-un-paraiso-fiscal.html>
- Público. (2019). La Asamblea de Madrid veta por unanimidad la publicidad sobre juegos de azar y apuestas en la televisión y radio públicas. Recuperat de <https://www.publico.es/espana/madrid-asamblea-madrid-veta-unanimidad-publicidad-juegos-azar-apuestas-television-radio-publicas.html>
- Resolució del Parlament Europeu, de 10 de març del 2009 , sobre la integritat dels jocs d'atzar en línia. Recuperat de <https://publications.europa.eu/es/publication-detail/-/publication/ed5954e3-fa56-4ead-a9be-bc544c77fc6d/language-es>
- Rodriguez, R. (2019). Tipos de apuestas. València: WebApuestas. Recuperat de <https://www.webapuestas.com/guia-de-apuestas/tipos-apuestas-deportivas.html>
- Segura García, F. J. (2017-2018). Apuestas Deportivas: peligro, periodismo y publicidad. Recuperat de <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/79921>
- Telemadrid (2019). Menores y casas de apuestas en la ciudad de Madrid. Recuperat de <http://www.telemadrid.es/programas/cronicas-subterraneas/mapa-apuestas-institutos-madrid/>
- WebApuestas (2019). Casa de apuestas Betfair. Recuperat de <https://www.webapuestas.com/casas-apuestas/betfair/index.html>
- WebApuestas (2019). Casa de apuestas marathonbet. Recuperat de <https://www.webapuestas.com/casas-apuestas/marathonbet/index.html>
- WebApuestas (2019). Casa de apuestas William Hill. Recuperat de <https://www.webapuestas.com/casas-apuestas/william-hill/index.html>