

FACULTAD DE DERECHO

Escuela Académico Profesional de Derecho

Tesis

**Propuesta de mejora a la reciente regulación de
las apuestas deportivas a distancia a
través de la Ley N.º 31557**

Alexandra Darlene Bernaola Rios
Nohelia Epifania Poma Ordoñez
Deysi Yovana Quispe Matamoros

Para optar el Título Profesional de
Abogado

Huancayo, 2024

Repositorio Institucional Continental
Tesis digital



Esta obra está bajo una Licencia "Creative Commons Atribución 4.0 Internacional" .

INFORME DE CONFORMIDAD DE ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

A : Decana de la Facultad de Derecho
DE : Marco Antonio Palomino Aranibar
Asesor de trabajo de investigación
ASUNTO : Remito resultado de evaluación de originalidad de trabajo de investigación
FECHA : 23 de Noviembre de 2024

Con sumo agrado me dirijo a vuestro despacho para informar que, en mi condición de asesor del trabajo de investigación:

Título:

PROPUESTA DE MEJORA A LA RECIENTE REGULACIÓN DE LAS APUESTAS DEPORTIVAS A DISTANCIA A TRAVÉS DE LA LEY N° 31557

Autores:

1. Alexandra Darlene Bernaola Rios – EAP. Derecho
2. Nohelia Epifania Poma Ordoñez – EAP. Derecho
3. Deysi Yovana Quispe Matamoras – EAP. Derecho

Se procedió con la carga del documento a la plataforma "Turnitin" y se realizó la verificación completa de las coincidencias resaltadas por el software dando por resultado 18 % de similitud sin encontrarse hallazgos relacionados a plagio. Se utilizaron los siguientes filtros:

- Filtro de exclusión de bibliografía SI NO
- Filtro de exclusión de grupos de palabras menores
N° de palabras excluidas (**en caso de elegir "SI"**): 15 SI NO
- Exclusión de fuente por trabajo anterior del mismo estudiante SI NO

En consecuencia, se determina que el trabajo de investigación constituye un documento original al presentar similitud de otros autores (citas) por debajo del porcentaje establecido por la Universidad Continental.

Recae toda responsabilidad del contenido del trabajo de investigación sobre el autor y asesor, en concordancia a los principios expresados en el Reglamento del Registro Nacional de Trabajos conducentes a Grados y Títulos – RENATI y en la normativa de la Universidad Continental.

Atentamente,

Dedicatoria

A mi querida madre, Gloria, cuyo amor incondicional y sacrificio han sido el motor que me impulsó a seguir adelante en los momentos más difíciles. A mis hermanos, Lesly, Evelin y André, por su constante aliento por ser mi ejemplo de perseverancia y determinación. A todos ustedes, les dedico este logro con todo mi amor y gratitud.

Alexandra

A mis queridos padres y hermanos, por su inquebrantable apoyo, amor y comprensión a lo largo de mi viaje académico. Vuestro constante aliento y sacrificio han sido la fuerza impulsora detrás de cada logro que he alcanzado. Gracias por ser la base de todo lo que soy. Este logro es también vuestro.

Deysi

A Dios, por guiar mis pasos día a día, por brindarme una maravillosa familia quienes han creído en mí siempre; a mis padres Yoni y Videlmar, por su leal e incondicional apoyo para superarme día a día; a Eduardo, Sebastian y Jimmy, por ser pilares fundamentales en la lucha para lograr mis sueños.

Nohelia

Agradecimiento

Al maestro y referente en el Derecho, Dr. Marco Antonio Palomino Aranibar, mediante sus clases y ejemplo, nos convenció - sin saberlo - de quedarnos en materia de consumidores y realizar nuestro trabajo de investigación.

Gracias por todo estos años, guiándonos profesional y académicamente. Su existencia y ejemplo son inspiración para varias generaciones que deciden estudiar la carrera de

Derecho.

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo identificar y analizar vacíos existentes en la reciente regulación de las apuestas deportivas a distancia a través de la Ley N° 31557 y su reglamento, asimismo se analizó si la reciente regulación de las apuestas deportivas cumple con los estándares de seguridad para los usuarios. También se estableció si la reciente regulación de las apuestas deportivas a distancia abarca la problemática en cuanto a las restricciones a la publicidad y patrocinio de eventos deportivos. Y además se determinó si la reciente regulación de las apuestas deportivas a distancia regula sobre las restricciones a los mecanismos de promoción comercial los cuales incentivan el consumo de los usuarios. Para el desarrollo de esta investigación se utilizó como método de investigación el enfoque cualitativo, mediante el método dogmático-propositivo con diseño de investigación jurídica descriptiva y correlacional; en consecuencia, se realizó un análisis comparativo de las legislaciones internacionales de España, Colombia, Argentina e Italia y se obtuvo como resultado la propuesta de mejora a la reciente regulación y su Reglamento, ya que se encontraron deficiencias en cuanto al control parental, la publicidad y el patrocinio, y los mecanismos de autoexclusión y autoprohibición. Concluyendo que la propuesta normativa pretende crear un entorno regulatorio más sólido y eficaz y a su vez realizar una crítica acerca de los puntos a mejorar o que no están incluidos y que son importantes para el desarrollo de esta actividad, ello con la finalidad de proteger de manera significativa los intereses de todos los usuarios que utilizan las plataformas y se encuentran involucrados en la actividad de las apuestas deportivas a distancia. Por último, esta regulación no solo fortalecerá la transparencia y la seguridad en las transacciones, sino que también promoverá un juego más responsable y justo. Al implementar estas mejoras, se espera no solo proteger a los consumidores, sino también permitir que la industria de las apuestas opere de manera ética, respetuosa y sostenible, beneficiando tanto a los usuarios como al desarrollo sostenible de nuestro país.

Palabras clave: Apuestas, patrocinio, ludopatía, publicidad, control parental, autoexclusión, autoprohibición.

Abstract

The objective of this research was to identify and analyze existing gaps in the recent regulation of remote sports betting through Law No. 31557 and its regulations. It was also analyzed whether the recent regulation of sports betting complies with security standards. For the users. It was also established whether the recent regulation of remote sports betting covers the problem regarding restrictions on advertising and sponsorship of sporting events. And it was also determined whether the recent regulation of remote sports betting regulates restrictions on commercial promotion mechanisms which encourage user consumption. To develop this research, the qualitative approach was used as a research method, using the dogmatic-propositive method with a descriptive and correlational legal research design; Consequently, a comparative analysis of the international legislation of Spain, Colombia, Argentina and Italy was carried out and the result was a proposal to improve the recent regulation and its Regulations, since deficiencies were found in terms of parental control, advertising and sponsorship, and self-exclusion and self-prohibition mechanisms. Concluding that the regulatory proposal aims to create a more solid and effective regulatory environment and at the same time make a criticism about the points to improve or that are not included and that are important for the development of this activity, this with the purpose of protecting significantly the interests of all users who use the platforms and are involved in the activity of remote sports betting. Finally, this regulation will not only strengthen transparency and security in transactions, but will also promote more responsible and fair gaming. By implementing these improvements, it is hoped to not only protect consumers, but also allow the betting industry to operate in an ethical, respectful and sustainable manner, benefiting both users and the sustainable development of our country.

Keywords: Betting, sponsorship, gambling addiction, advertising, parental control, self-exclusion, self-prohibition.

Índice

Dedicatoria	2
Agradecimiento	3
Resumen	4
Abstract	5
Índice de figuras.....	8
Abreviaturas.....	9
Introducción	10
Capítulo I.....	12
Planteamiento de la Investigación.....	12
1.1 Planteamiento del Problema de Investigación.....	12
1.2 Formulación del Problema de Investigación	16
1.2.1 Problema General	16
1.2.2 Problemas Específicos.....	16
1.3 Objetivos de la Investigación.....	17
1.3.1 Objetivo General	17
1.3.2 Objetivos Específicos	17
1.4 Justificación	17
1.4.1 Justificación teórica.....	17
1.4.2 Justificación Práctica.....	18
1.5. Hipótesis.....	19
1.5.1. Hipótesis General	19
1.5.2. Hipótesis Específicas.....	19
Capítulo II	20
Marco Teórico	20
2.1. Antecedentes.....	20
2.1.1. Antecedentes a nivel internacional	20
2.1.2. Antecedentes a nivel nacional	23
2.2. Bases teóricas	24
2.2.1. Publicidad	24
2.2.1.1. Principios.....	25
2.2.1.2. Normativa en el Perú.	29
2.2.2. Patrocinio	33
2.2.2.1. Concepto.....	33
2.2.2.2. Marco jurídico vinculado a la materia.....	34
2.2.3. Casas de apuestas	35
2.2.3.1. Concepto.....	35
2.2.3.2. Casas de apuestas a distancia.	37
2.2.3.3. Tipos de apuestas deportivas virtuales.	37
2.2.3.4. Ventajas y desventajas de las casas de apuestas deportivas.	38
2.2.3.4.1. Ventajas.....	38
2.2.3.4.2. Desventajas.....	39
2.2.4. Comparativa con la regulación internacional de las casas de apuestas virtuales	

.....	44
2.2.4.1. Control parental	45
2.2.4.2. Publicidad.	47
2.2.4.3. Patrocinio.....	55
2.2.4.4. Autoexclusión.	56
Capítulo III.....	61
Metodología de la Investigación.....	61
3.1. Métodos y Alcance de la Investigación	61
3.1.1. Nivel o Alcance de la Investigación	61
3.2. Diseño de la Investigación	62
3.2.1. Diseño de Investigación Jurídica Descriptiva.....	62
3.2.2. Diseño de la Investigación Jurídica Correlacional.....	63
3.3. Población y Muestra	63
3.3.1. Población.....	63
3.3.2. Muestra	64
3.4. Criterios de Inclusión.....	64
3.5. Criterios de Exclusión.....	64
3.6. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	65
3.6.1. Técnicas	65
3.6.2. Instrumentos.....	65
3.7. Procedimiento.....	66
Capítulo IV.....	68
Resultados y Discusión.....	68
4.1. Propuesta de mejora a la reciente regulación de las apuestas deportivas a distancia..	68
4.1.1. Propuesta legislativa sobre control parental en las casas de apuestas deportivas	68
4.1.2. Propuesta legislativa en torno a la regulación de publicidad y patrocinio	76
4.1.3. Propuesta legislativa sobre la modificación de la regulación sobre autoexclusión y autoprohibición	90
4.2. Proyectos de Ley y/o Normas vinculadas	113
4.3. Exposición de motivos.....	116
4.3.1. Objeto de la norma	116
4.3.2. Marco jurídico.....	116
4.3.3. Contenido de la norma	119
4.3.4. Análisis de impactos cuantitativos y/o cualitativos	121
4.3.4.1. Impactos cuantitativos.	122
4.3.4.2. Impactos cualitativos.	122
Conclusiones.....	125
Recomendaciones	128
Referencias	130
Anexos.....	136

Índice de tablas

Tabla 1.	<i>Normativa en el Perú</i>	30
Tabla 2.	<i>Marco jurídico vinculado a la materia</i>	34
Tabla 3.	<i>Comparativa con la regulación internacional de las casas de apuestas virtuales</i>	43
Tabla 4.	<i>Control parental</i>	44
Tabla 5.	<i>Publicidad</i>	45
Tabla 6.	<i>Autorización</i>	47
Tabla 7.	<i>Prohibición para dirigirse a menores de edad</i>	48
Tabla 8.	<i>Prohibición para incluir a menores de edad</i>	50
Tabla 9.	<i>Publicidad a equipos o deportistas</i>	51
Tabla 10.	<i>Topes de inversión</i>	52
Tabla 11.	<i>Sanciones</i>	52
Tabla 12.	<i>Patrocinio a equipos o deportistas</i>	54
Tabla 13.	<i>Autoexclusión y autoprohibición</i>	55
Tabla 14.	<i>Propuesta legislativa sobre control parental en las casas de apuestas deportivas</i>	69
Tabla 15.	<i>Propuesta legislativa en torno a la regulación de publicidad y patrocinio</i>	74
Tabla 16.	<i>Propuesta del Art. 56</i>	78
Tabla 17.	<i>Propuesta de Art.57</i>	80
Tabla 18.	<i>Ley N° 6.330</i>	82
Tabla 19.	<i>Disposiciones generales</i>	87

Índice de figuras

Figura 1.	<i>Estadísticas referidas al número de casos de Ludopatía (juego patológico) por etapas de vida y sexo, según departamentos año 2018</i>	40
Figura 2.	<i>Estadísticas referidas al número de casos de Ludopatía (juego patológico) por etapas de vida y sexo, según departamentos año 2019</i>	40
Figura 3.	<i>Estadísticas referidas al número de casos de Ludopatía (juego patológico) por etapas de vida y sexo, según departamentos año 2020</i>	41
Figura 4.	<i>Estadísticas referidas al número de casos de Ludopatía (juego patológico) por etapas de vida y sexo, según departamentos año 2021</i>	41
Figura 5.	<i>Estadísticas referidas al número de casos de Ludopatía (juego patológico) por etapas de vida y sexo, según departamentos año 2022</i>	42
Figura 6.	<i>Aviso referido a la advertencia contra la Ludopatía</i>	79
Figura 7.	<i>Interfaz del aplicativo de Betano</i>	91

Abreviaturas

DL Decreto Legislativo

DGJCMT Dirección General de Juegos de Casino y Máquinas Tragamonedas

IGD Internet Gaming Disorder (en español Trastorno de Juego por Internet)

LRCO Ley de Represión de la Competencia Desleal

MINCETUR Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

MINSA Ministerio de Salud

OMS Organización Mundial de la Salud

RAE. Real Academia Española

TDAH Trastorno por Déficit de Atención e Hiperactividad

TEA Trastorno del Espectro Autista

Introducción

En un mundo cada vez más digitalizado, el auge de las apuestas deportivas en línea ha planteado desafíos significativos para las autoridades reguladoras y legisladores. La Ley N° 31557, que recientemente se implementó para abordar esta cuestión, representa un paso importante en la regulación de las apuestas deportivas a distancia; sin embargo, como en cualquier campo en constante evolución, es esencial analizar de manera crítica y propositiva la efectividad de esta regulación.

El presente trabajo de investigación se centra en la evaluación de la Ley N° 31557 y propone mejoras fundamentales que buscan fortalecer la protección de los consumidores, garantizar la integridad de las competiciones deportivas y fomentar un entorno de apuestas más responsable. A lo largo del desarrollo, se abordarán los desafíos actuales que enfrenta la regulación de las apuestas deportivas en línea y se presenta una propuesta que abarca un conjunto de recomendaciones para perfeccionar la Ley N° 31557 con la finalidad de beneficiar a la sociedad en su conjunto.

En el primer capítulo se desarrolló el planteamiento de la investigación en la que se explicó el tema, se formuló el problema general y los problemas específicos, así como los objetivos de la investigación y la justificación.

Por su lado, el segundo capítulo se compuso por el desarrollo de antecedentes tanto a nivel nacional e internacional, se exploraron las bases teóricas relevantes para la investigación concerniente a publicidad, patrocinio, tipos de apuesta, ventajas y desventajas de las casas de apuesta, y finalmente la comparación detallada entre la legislación nacional con la legislación extranjera.

En el tercer capítulo se abordó el diseño metodológico el cual se desarrolló bajo los criterios de una investigación jurídica y se utilizó el enfoque cualitativo. A su vez, se empleó el método dogmático-propositivo, con un diseño de investigación jurídica

descriptiva y correlacional. A su vez, la presente investigación se centra en un análisis jurídico comparado, evaluando cómo otras legislaciones han regulado las apuestas deportivas y extrayendo información útil para la mejora de la Ley N° 31557. Además, se discuten los alcances y limitaciones de la presente investigación, los alcances incluyen el análisis exhaustivo de la normativa y las propuestas de mejora que buscan el bienestar de la población en general, en cuanto a las limitaciones, se destaca la naturaleza dinámica de la legislación sobre apuestas, lo que además podría implicar cambios que afecten la validez de la investigación realizada.

Finalmente, en el cuarto capítulo se procesó la información respecto a la legislación comparada y se elaboró la propuesta de mejora en la regulación de la Ley que regula la explotación de los juegos a distancia y apuestas deportivas a distancia, que busca reforzar aspectos como el control parental, la publicidad y el patrocinio y los mecanismos de autoexclusión y autoprohibición.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del problema de investigación

Es imperativo que el derecho evolucione y se ajuste a los continuos cambios que se presentan en las diversas ramas del derecho. En ese sentido, resulta importante adaptar nuestro ordenamiento jurídico a la realidad actual de las casas de apuestas deportivas virtuales.

En el contexto global e incluso en el Perú, se nota un incremento significativo en la accesibilidad y popularidad de las plataformas de apuestas deportivas. Este fenómeno no sólo transforma la forma de la interacción de las personas con el deporte, sino que también acarrea una serie de riesgos que actualmente nuestro marco regulatorio no aborda del todo.

Consecuentemente a ello, a lo largo del tiempo en Perú, cuando nuestra selección nacional juega un partido, es común disfrutarlo con familiares y amigos. Sin embargo, esta dinámica ha ido cambiando dramáticamente, esto debido a la creciente popularidad de las apuestas deportivas, en locales físicos y en línea, donde ahora lo interesante resulta en que los aficionados pueden hacer predicciones antes y durante los partidos con la esperanza de obtener recompensas monetarias. Este fenómeno se ha visto impulsado por la mayor accesibilidad a las plataformas de apuestas y la influencia de figuras públicas, como futbolistas y exfutbolistas, que normalizan esta actividad, presentándola como algo inofensivo. De esta manera, han logrado captar la atención del público, transformando la manera en que se vive el fútbol en el país.

Esto se refleja en las cifras de la Empresa Peruana de Radiodifusión (2019), que muestran un aumento significativo en las incidencias de apuestas deportivas en América Latina en un 44%. No obstante, la aceptación general de las apuestas deportivas puede traer consigo diversos problemas, incluyendo la percepción de que jugar es una actividad beneficiosa, lo que puede llevar a consecuencias serias como la adicción al juego. Debido a este contexto, es

importante analizar posibles mejoras a nuestra regulación existente para abordar las consecuencias negativas que las apuestas deportivas han generado en la sociedad.

En la actualidad en nuestro país, existe una regulación que aborda la industria de las casas de apuestas, específicamente la Ley N° 31557: “Ley que regula la explotación de los juegos a distancia y apuestas deportivas a distancia”, de la cual podemos advertir que no cubre la totalidad de los temas que resultan necesarios de implementar para brindar una adecuada protección del usuario. Existen vacíos legales en áreas como el control parental, la publicidad y el patrocinio, así como en los mecanismos de autoexclusión y autoprohibición, los cuales deben ser abordados para asegurar un desarrollo que beneficie tanto a la industria como a los usuarios sin causarles perjuicio.

La publicidad y el patrocinio de apuestas deportivas en los medios y eventos deportivos son factores críticos que influyen en la percepción pública y el comportamiento de los usuarios. Actualmente, no existen regulaciones estrictas que regulen cómo y dónde se pueden promover estas actividades. La falta de directrices claras permite que las apuestas deportivas se presenten de manera atractiva y sin advertencias adecuadas sobre los riesgos, lo que puede llevar a menores y personas vulnerables a participar sin tener una comprensión plena sobre las consecuencias.

El acceso de menores a las plataformas de apuestas deportivas en línea es otra cuestión importante que necesita regulación. Sin mecanismos eficientes de control parental, es difícil impedir que los adolescentes ingresen y participen en actividades de juego que no están diseñadas para ellos. Esto puede tener implicaciones graves, entre ellos la propagación de hábitos de juego problemáticos desde una edad temprana.

La falta de regulación, conocimiento y concienciación sobre los problemas con el juego es una brecha importante, ya que los mecanismos de autoexclusión y autoprohibición existentes no son suficientes para abordar todos los aspectos del juego. Por lo tanto, es importante implementar una regla que permita a los usuarios distinguir entre autoexclusión y autoprohibición, además de ser conscientes de las posibles consecuencias de cada mecanismo.

Por lo tanto, resulta relevante que las leyes se adapten a las nuevas formas de entretenimiento y consumo en línea y crear reglas claras y consistentes en áreas como los impuestos, publicidad dirigida a menores, protección de los vulnerables a través de mecanismos efectivos como el control parental y sistemas de autoexclusión y/o autoprohibición ya que, la falta de regulación adecuada en estos aspectos no solo pone en riesgo a los usuarios, sino que también afecta la imagen y la sostenibilidad de la industria de apuestas deportivas en el país.

Es imperativo implementar normas que limiten la publicidad de apuestas deportivas en medios donde los menores son una audiencia importante. Esto incluye restricciones en el tiempo de transmisión, el contenido y la presencia de figuras públicas que puedan influir en los jóvenes. Estas medidas pueden ayudar a prevenir la exposición temprana y la malinterpretación del juego como una actividad inofensiva.

Por su parte, las personas vulnerables, incluyendo aquellas con antecedentes de juego problemático, también deben ser protegidas mediante mecanismos de control parental, de autoexclusión y de autoprohibición, los cuales permitirán a los usuarios imponer límites estrictos a su participación en las apuestas, reduciendo el riesgo de desarrollar problemas de adicción.

Es necesario implementar sistemas de autoexclusión y autoprohibición para proporcionar a los usuarios herramientas efectivas para controlar su comportamiento de juego. Estos sistemas deben ser de fácil acceso y administrarse de forma transparente, con la capacidad de integrarse en todas las plataformas operativas de apuestas del país. Además, debe haber un seguimiento y apoyo continuo para aquellos que opten por estas medidas, para asegurar de que reciban la ayuda necesaria ante cualquier problema que esté relacionado con el juego.

En el Perú, según Infante (2022), “en el diario Infomercado, menciona que actualmente hay alrededor de 33 millones de habitantes. De todos ellos, unos 22 millones son mayores de edad, es decir, mayores de 18 años” (p.67). De acuerdo con la información proporcionada por el mismo gobierno nacional respecto al año 2021, se estima que existen 6 millones de personas que apuestan en eventos deportivos online. Esto significa que, en este momento, alrededor del 30% de la población adulta de Perú apuesta online de forma regular u ocasional durante 2021.

Una estadística récord que muestra la óptima salud del sector en nuestro país. Las primeras posiciones las ocupan operadores de juego online con reputación reconocida internacionalmente. Una de las menos conocidas es 22 Bet, aunque sus buenas promociones le han permitido crecer rápidamente.

Además, la regulación debe fomentar un entorno que garantice la continuidad de las casas de apuestas nacionales y atraiga inversión extranjera al Perú. Dado que el fenómeno del fútbol peruano y el auge de las casas de apuestas, tanto físicas como virtuales, siguen creciendo, es imperativo que la ley esté a la vanguardia de esta evolución.

Un marco regulatorio bien diseñado puede contribuir a un desarrollo económico equilibrado, donde se protejan los intereses de los usuarios y se promueva una industria de apuestas responsable y sostenible, la claridad y estabilidad de las reglas, junto con incentivos fiscales adecuados, pueden atraer a operadores que contribuyan a ello. dará desarrollo económico y creación de empleo al país.

El desafío radica en lograr un equilibrio entre promover el crecimiento económico y proteger a los usuarios. Un marco regulatorio eficaz debería garantizar que las casas de apuestas actúen de manera ética y responsable, reduciendo los riesgos para los usuarios mientras se maximiza los beneficios económicos para el país. Esto implica imponer sanciones claras y severas por incumplimientos, así como promover prácticas comerciales justas y transparentes.

La evolución del marco regulatorio debe ser un proceso constante que responda a la evolución en el mercado y las demandas de los usuarios. De este modo, podemos garantizar que el sector de las apuestas deportivas genere una contribución positiva y sostenible al desarrollo económico del Perú, al mismo tiempo que se minimizan los riesgos para los usuarios.

1.2 Formulación del problema de investigación

1.2.1. Problema general

¿Cuáles son los vacíos existentes en la reciente regulación de las apuestas deportivas a distancia a través de la Ley N° 31557 y su Reglamento?

1.2.2. Problemas específicos

- a. La reciente regulación de las apuestas deportivas a distancia, Ley N°31557 y su Reglamento. ¿Cumple con los estándares de seguridad a los consumidores?
- b. La reciente regulación de las apuestas deportivas a distancia, Ley N°31557 y su Reglamento. ¿Abarca la problemática en cuanto a las restricciones a la publicidad y patrocinio de eventos deportivos?
- c. La reciente regulación de las apuestas deportivas a distancia, Ley N°31557 y su Reglamento. ¿Regula sobre las restricciones a los mecanismos de promoción comercial los cuales incentivan el consumo de los usuarios?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Identificar y analizar vacíos existentes en la reciente regulación de las apuestas deportivas a distancia a través de la Ley N° 31557 y su Reglamento.

1.3.2 Objetivos Específicos

- a. Analizar si la reciente regulación de las apuestas deportivas, Ley N° 31557 y su Reglamento, cumple con los estándares de seguridad para los usuarios.
- b. Establecer si la reciente regulación de las apuestas deportivas a distancia, Ley N° 31557 y su Reglamento, abarca la problemática en cuanto a las restricciones a la publicidad y patrocinio de eventos deportivos.
- c. Determinar si la reciente regulación de las apuestas deportivas a distancia, Ley N° 31557 y su Reglamento, regula sobre las restricciones a los mecanismos de promoción comercial los cuales incentivan el consumo de los usuarios.

1.4 Justificación

1.4.1 Justificación teórica

En cuanto al aspecto teórico, se destaca la relevancia de cubrir una ausencia en la literatura académica, ya que este tema ha obtenido una limitada atención hasta el día de hoy. El análisis y estudio en profundidad de esta problemática permitirá comprender las implicaciones legales y sociales que surgen de la falta de regulación, facilitando una base consistente para futuras investigaciones en el ámbito jurídico.

En ese sentido, se desea proyectar una propuesta de mejora a la reciente regulación de las casas de apuestas a distancia reguladas a través de la Ley N° 31557 principalmente en lo concerniente a los temas vinculados al control parental, publicidad y patrocinio, mecanismos de autoexclusión y autoprohibición, con el objetivo de que los usuarios tengan la garantía de desarrollarse en un entorno seguro y asimismo con la nueva reformulación legislativa, pueda brindarse mayor seguridad en el ámbito jurídico para los usuarios del referido sector económico.

Para tal fin, el análisis se centró en realizar una comparación exhaustiva entre las regulaciones internacionales en el ámbito de las apuestas deportivas a distancia, lo cual permitió identificar mejores prácticas y enfoques que generarán una mejor regulación en nuestra legislación peruana.

En resumen, el estudio busca aportar al progreso en el ámbito jurídico mediante un análisis comparativo de la legislación con la finalidad de evaluar la regulación actual y proponer una alternativa de mejora adecuada para abordar los vacíos existentes, implementando una mejora en el ámbito legislativo que contribuya a la solución de la problemática planteada.

1.4.2 Justificación práctica

En cuanto al aspecto práctico, se hace evidente el impacto significativo de la ausencia de regulación en el sector de las casas de apuestas deportivas, en la sociedad y en la salud pública, debido al crecimiento descontrolado de esta industria lo cual ha ocasionado consecuencias negativas en la salud mental de la población, aumentando los casos de adicciones al juego. Es imperativo abordar esta problemática con urgencia para ofrecer soluciones prácticas que no solo permitan el cierre de brechas normativas, sino que también garanticen la protección efectiva contra los peligros que se encuentran asociados a los vacíos de la regulación.

Asimismo, la comparación con experiencias y regulaciones implementadas en otros países permitirá identificar buenas prácticas y enfoques efectivos para fomentar una regulación más efectiva en el contexto nacional.

Finalmente, con el presente trabajo de investigación se aspira aportar al desarrollo jurídico y, bienestar de la sociedad al ofrecer conocimiento y soluciones que aborden de manera integral los desafíos asociados a las casas de apuestas deportivas a distancia.

1.5. Hipótesis

1.5.1. Hipótesis general

La existencia de lagunas en nuestra normativa nacional sobre control parental, la publicidad y el patrocinio, y los mecanismos de autoexclusión y autoprohibición requiere análisis de las normativas nacionales e internacionales en las apuestas deportivas a distancia para plantear una reforma en el texto normativo para, a partir de ello, regular el uso adecuado de las apuestas.

1.5.2. Hipótesis específicas

- a. A través de las propuestas de mejora a la reciente regulación de las apuestas deportivas, Ley N° 31557, se cumple con los estándares de seguridad a los usuarios.
- b. Mediante las propuestas de mejora a la reciente regulación de las apuestas deportivas a distancia, Ley N° 31557, se aborda la problemática en cuanto a las restricciones a la publicidad y patrocinio de eventos deportivos.
- c. Por medio de las propuestas de mejora a la Ley N° 31557, se incluye las regulaciones sobre las restricciones a los mecanismos de promoción comercial los cuales incentivan el consumo de los usuarios.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

En el presente apartado se muestra sistemáticamente las diversas exposiciones teóricas que sustentan las categorías de estudio de la presente investigación, dentro de las cuales, se han identificado las siguientes:

2.1.1. *A nivel internacional*

En el trabajo de Jeute (2023), en la investigación titulada: “*La influencia de la publicidad de casa de apuestas en la población joven en España*”, se destaca su importancia en analizar aquellas influencias de las diferentes publicidades en apuestas deportivas en la población juvenil de España, para ello ha utilizado la técnica semi estructurada y entrevista, llegando a la conclusión de que, a pesar de la vigente normativa de España que, de algún modo ha permitido controlar la ludopatía en los jóvenes, esta regulación fue tardía, ya que el daño causado es irreversible.

Este estudio resaltó la influencia de los videojuegos y la facilidad existente en el acceso a estos, lo que incluso aumenta riesgos para los menores de edad. Para concluir, en este trabajo de investigación, se destaca la importancia del consentimiento a la población sobre los peligros del juego patológico, haciendo un llamado a los profesionales en estas ramas como los de las relaciones públicas y la publicidad, para que utilicen su influencia y contribuyan a solución de esta problemática y así poder mejorar la sociedad en general.

En el trabajo de Rodríguez y García (2021), de la investigación titulada: “*El uso de videojuegos en adolescentes. Un problema de Salud Pública*” se aborda un tema

importante sobre el creciente problema en la salud pública en relación con el uso excesivo de videojuegos en adolescentes, especialmente en varones de 10 a 19 años. Este trabajo de investigación toma como objetivo principal analizar la investigación científica disponible acerca del uso problemático y la adicción a los videojuegos que existe en esta parte de la población, para ello utiliza la metodología de la búsqueda exhaustiva de bibliografía en bases de datos como Lilacs, Medline, Cochrane, Cañal y Cuiden, los resultados permitieron la revelación de características, predictores, relación con otras adicciones, tomando prevalencia, la asociación con el Trastorno del Espectro Autista (TEA) y el Trastorno por Déficit de Atención e Hiperactividad (TDAH) así como distintos enfoques de prevención.

Es así que se logró destacar la alta probabilidad de adicción que existe en adolescentes varones, siendo este el principal grupo de riesgo, sin embargo, la escasez de instrumentos de valoración de la adicción a los videojuegos fue evidente, la investigación destacó estrategias de respuesta de salud pública implementadas en diferentes países, desde vigilancia en Hong Kong hasta programas de limitación de acceso en Corea del Sur e Irán. Aunque se resaltaron programas emergentes en algunos países occidentales, se señaló la necesidad de una respuesta más robusta y coordinada a nivel gubernamental, además se describieron ampliamente las características y predictores de los adolescentes con adicción al videojuego, resaltando el impacto negativo en la familia y el ámbito escolar, así como consecuencias fisiológicas significativas. La relación entre el TDAH y la problemática de los videojuegos también fue abordada, destacando la influencia bidireccional entre ambos. A pesar de las contribuciones del estudio, se reconocen limitaciones en la búsqueda bibliográfica y la falta de inclusión del Internet Gaming Disorder (IGD), sugiriendo áreas para futuras investigaciones.

Por otro lado, Rico (2023), en la investigación titulada: “*El mercado de las apuestas deportivas ilegales*”, el objetivo principal fue comprender el mercado de las apuestas ilegales a nivel global, enfocándose en España para analizar su impacto social

y económico, se hizo uso del análisis de datos y se determinó que las apuestas son una expresión intrínseca del comportamiento humano para agregar emoción a competiciones diversas, y su evolución ha estado estrechamente ligada al avance tecnológico; aunque las cifras económicas del mercado ilegal pueden ser especulativas, se resalta la existencia de una considerable cantidad de dinero en juego, incluso si sólo se consideran porcentajes residuales. Se sugiere que exista un mercado negro significativo detrás de las apuestas deportivas ilegales. Además, el estudio señala que el margen de beneficio más alto se encuentra en los partidos amateur y que los organismos reguladores adoptan una actitud bastante permisiva hacia esta práctica.

2.1.2. A nivel nacional

Gonzales (2022), en su trabajo de investigación titulado: “*Seguridad jurídica en la actividad de las apuestas deportivas digitales en el Perú, año 2022*”, analizó y evaluó la protección jurídica en la industria deportiva en Perú en el año 2022. En cuanto a la metodología, esta se sustentó con el diseño de la teoría fundamentada. Se concluyó que en el Perú se presenta una carencia normativa específica en el sector de la industria de las apuestas, lo que resulta en la vulneración de derechos que deben gozar los empresarios y consumidores que operan en dicho ámbito; asimismo, la carencia de seguridad en el ámbito jurídico abre la puerta a actividades ilícitas por lo que resulta indispensable prevenir estas prácticas con legislaciones que cautelen los derechos.

Coaquira y Sulca (2023), en su trabajo de investigación titulado: “*Ley N° 31557 que regula la explotación de los juegos a distancia y apuestas deportivas a distancia y la rentabilidad de las casas de apuesta del Cercado de Arequipa 2022*”, analizaron y determinaron qué tanto la Ley N° 31557 y la rentabilidad de las casas de apuesta del Cercado de Arequipa en el año 2022 se relacionan. En cuanto a la metodología, esta se

basó en lo aplicado haciendo uso del diseño descriptivo, transversal y correlacional. La investigación concluyó que la Ley N° 31557 está relacionada con la ganancia y la utilidad que se percibe por parte de las casas de apuestas, entonces, es imprescindible el seguimiento y control en cuanto al ámbito tributario.

Peralta y Aguirre (2023), en su investigación titulada: *“El impuesto digital y su impacto tributario en las casas de apuestas online de Lima oeste, 2023”*, examinaron el proyecto destinado a regular las actividades de los juegos en línea, proponiendo la implementación de un impuesto digital del 12%. La propuesta se concretó en la Ley N°31557, que tenía como objetivo establecer un marco legal para las apuestas y juegos en línea, aumentando así la recaudación en un sector sin regulación. Los autores también sugirieron modificaciones a la ley, especialmente en relación con la aplicación de un impuesto especial a empresas, ya sean domiciliadas o con sucursales en Perú. La investigación concluye con la recomendación de ajustar la ley, ya que el reglamento actual no aborda adecuadamente la supervisión de las actividades de juegos en línea ni la aplicación del impuesto digital propuesto.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Publicidad

Una de las herramientas más importantes que se hace presente en nuestra vida diaria es la publicidad, y es mucho más que anuncios simples, desde los letreros que observamos en las calles hasta los anuncios distintos que observamos en línea, es por ello que resulta una herramienta poderosa que juega un rol fundamental en la forma como consumimos y percibimos distintos servicios y productos. En las siguientes líneas, conoceremos los distintos enfoques y opiniones de expertos que han investigado acerca de la publicidad.

La Real Academia Española (RAE, 2023) ha definido a la publicidad “como la difusión de anuncios o noticias del ámbito comercial para poder acercar a probables espectadores, usuarios, compradores, etc” (p.65). Cabe resaltar que, este concepto es limitado, ya que excluye de la definición de publicidad a grandes áreas de la comunicación, como la publicidad de contenido social y la publicidad política, las cuales tienen como finalidad la difusión de ideas o valores para intentar realizar la modificación del comportamiento por parte de los ciudadanos. Por el contrario, conceptualiza muy bien la publicidad en el ámbito comercial y tiene los principales componentes que integran el concepto.

De acuerdo con Medina (2015), en su libro *Introducción a la publicidad*, menciona que “la definición de la publicidad es la de una digital y tradicional herramienta del marketing, cuya finalidad es transmitir un mensaje a través de diferentes medios de comunicación o canales” (p.23). Su propósito es realizar un incremento en el consumo, dar a conocer al público un producto o servicio o posicionar una marca en el mercado.

Según Kotler y Armstrong (2012), “conceptualizan a la publicidad como aquella actividad de comunicación que hacen los proveedores de bienes y servicios con la intención de influenciar en los consumidores al momento de decidir sobre sus compras” (p.43). Estos se utilizan en diferentes medios como: radio, Internet, televisión, prensa y redes sociales que están al alcance de todos en esta era digital.

2 .2.1.2. Principios

Según lo establecido en el artículo 58° de la Constitución Política del Perú, podemos identificar que nuestro país se encuentra en el ámbito de una Economía Social de Mercado, por ende, en nuestro país se tutela y ampara la libre iniciativa privada lo

cual faculta a las empresas poder promocionar y ofrecer sus productos y/o servicios en el mercado de la manera que mejor se adecúe a sus intereses, precisando que dicha libertad no es absoluta debido a que los agentes económicos deben respetar los principios que rigen en nuestro ordenamiento cuya finalidad es proteger al mercado, estos son los principios socio-económicos o derechos fundamentales.

En consecuencia, según las leyes de nuestro país, a través del Decreto Legislativo N° 1044, se frenan la totalidad de actos de competencia desleal y cualquier comportamiento que vulnere los derechos de los individuos y en general, el interés, provocando interferencias en el ciclo de competencia del ámbito comercial. Estas acciones van en contra de los siguientes principios:

Principio de autenticidad:

Establece que los anuncios deben ser identificables a través de cualquier medio empleado para su difusión y en cualquiera de sus formas. El propósito de ello es que, se evite la aglomeración de contenido periodístico, informativo de opinión u otros tipos y así le sea viable al consumidor identificar en qué momento un anunciante le está dirigiendo una conexión publicitaria, ya sea mediante redes sociales, periódicos, televisión, revistas, radio u otros.

Entonces, el principio exige que el consumidor pueda diferenciar la disimilitud entre un segmento publicitario y un segmento informativo en el mismo medio de comunicación social, porque si no, se estarían realizando acciones que contravienen el principio de autenticidad que está establecido en el Art. 16° del Subcapítulo IV de la Ley de Represión de la Competencia Desleal aprobada mediante Decreto Legislativo N° 1044, donde textualmente señala lo siguiente:

- **Numeral 1:** Se refieren a llevar a cabo acciones que obtengan como resultado, real o potencial, la obstrucción de la capacidad del destinatario de la publicidad para identificarla claramente.
- **Numeral 2:** Viola este principio la difusión de publicidad encubierta que se presenta con la apariencia de opiniones periodísticas, noticias o contenido similar, sin otorgar una clara advertencia de su naturaleza publicitaria. En otras palabras, no se especifica de forma expresa que estamos frente a un anuncio contratado.

Principio de legalidad:

Becerra (2019), menciona que “este principio establece que, al efectuar la transmisión de un mensaje publicitario, éste debe cumplir con todos los requisitos y/o reglas dadas mediante normas imperativas que tutelan el interés público” (p.67). De no cumplirse con alguna disposición, se considerará como una infracción debido al no respeto de normas del sistema jurídico, las cuales regulan la actividad publicitaria. Estas acciones están establecidas en el Art. 17° del Subcapítulo IV de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, lo que implica la transmisión de publicidad que incumpla con las normas obligatorias del sistema jurídico que regulan el ámbito publicitario, también una violación de este principio se considera al incumplimiento de alguna disposición específica del sector que abarque aspectos como su difusión, contenido o llegada de la actividad publicitaria y específicamente en el ámbito publicitario se consideran acciones contrarias al principio de legalidad las que se mencionan a continuación:

- a) No informar a los consumidores acerca de las contingencias asociadas al uso o adquisición de productos peligrosos anunciados;

- b) No proporcionar información del total del precio de un servicio o de un bien, esto es, informar sin considerar los impuestos que se aplican y cualquier adición necesaria para su obtención, al momento de anunciar el importe.
- c) No presentar la información del equivalente del precio en moneda nacional en caracteres similares y de la misma dimensión en moneda extranjera cuando se anuncia en este último;
- d) Prescindir de los anuncios que ofrecen de manera directa, mostrando tasas de interés, también la ejecución de transacciones financieras ya sean activas o pasivas, la asignación de la tasa de interés efectiva anual aplicable y el importe y especificación de cualquier cargo extra aplicable;
- e) No considerar en los avisos que presentan bienes con valores de venta al crédito, detalles del monto de la primera cuota, en caso se aplique, el importe total de intereses, la tasa de interés aplicable anualmente y el importe y especificación de algún cargo extra;
- f) No incluir en todos los avisos promocionando ventas, la especificación acerca de la vigencia de la promoción y la especificación del número mínimo disponible en unidades de los productos que se ofrecen; y,
- g) No proporcionar en los anuncios de servicios telefónicos, la especificación de los destinos de la comunicación, a través de la llamada, la tarifa y las horas durante las cuales se aplica dicha tarifa.

Principio de adecuación social

Vásquez (2020), menciona que “en este principio se refleja la colisión entre derechos fundamentales tales como derecho a la libertad de empresa, libertad de expresión y el uso de licencias publicitarias” (p.21). Buscando determinar si una conducta o práctica comercial es socialmente aceptable o adecuada en la sociedad.

El Art. 18° del Subcapítulo IV de la Ley de Represión de la Competencia Desleal, identifica como comportamientos infractores que van en contra del principio de adecuación social que tengan como consecuencia:

- a) Persuadir a los receptores de la comunicación publicitaria para que cometan actos discriminatorios o actos ilegales u ofensas basadas en raza, origen, idioma, sexo, religión, condición económica u otros motivos;
- b) Promover servicios cuya información esté relacionada con lo erótico y se dirija a un sector diferente al sector adulto. La comunicación relacionada con este modo de publicidad solo es apta en medios de comunicación escritos cuya divulgación es controlada para el sector adulto, y, en cuanto a la televisión y/o radio, en el horario de una a cinco horas.

2.2.1.3. Normativa en el Perú

El siguiente cuadro muestra aquellas normas vigentes en la actualidad que han regulado dentro de su contenido aspectos vinculados con la publicidad, de ello se desprende la importancia de su estudio vinculado al presente trabajo de investigación:

Tabla 1*Normativa en el Perú*

Norma	Contenido
Ley N° 31557: “Ley que regula la explotación de los juegos a distancia y apuestas deportivas a distancia”	<p>Artículo 30.- Prohibición de difusión de publicidad</p> <p>A través de esta normativa se prohíbe la difusión de publicidad que no haya sido autorizada previamente a su emisión por el MINCETUR, el ente encargado de dicha autorización. La publicidad incluye lo relacionado con plataformas tecnológicas de apuestas deportivas a distancia, juegos a distancia y salas de juego de apuestas deportivas a distancia.</p>
Decreto Legislativo N° 1044: “Ley de Represión de la Competencia Desleal”	<p>Artículo 59 inciso d).- Definiciones</p> <p>Una de las definiciones contenidas en la presente normativa corresponde al término “publicidad” la cual es una manera de intercambio de información que se difunde a través de distintos medios cuya finalidad es la promoción indirecta o directa de imagen, marcas, servicios o productos de un individuo, entidad, empresa ejerciendo su actividad en el ámbito industrial, comercial o profesional, busca promover la ejecución o contratación de operaciones que satisfagan las expectativas empresariales de quienes la realizan.</p>
Ley N° 29571: “Código de Protección y Defensa del Consumidor”	<p>Artículo 13.- Finalidad</p> <p>Proteger los derechos del consumidor ante la publicidad falsa o engañosa, la cual puede inducirlos a error de diversas maneras, ya sea por ocultar información relevante o presentación de una información errónea que</p>

pueda inducir o induzca al error.

Ley N° 28705: “Ley general para la prevención y control de los riesgos del consumo del tabaco”

Artículo 16.- De las restricciones de la publicidad

Queda prohibido dirigir o mostrar cualquier tipo de publicidad a menores de 18 años relacionados con productos de tabaco. Además, los anuncios publicitarios no deben insinuar que casi todas las personas consumen dichos productos.

Artículo 17.- De las prohibiciones de la publicidad

Los anuncios publicitarios relacionados con los productos de tabaco no pueden difundirse en cualquier medio, por lo que no está permitido realizar la difusión en televisión de señal abierta o en instalaciones cuyo ámbito se desarrolla en sector educación o salud y en las dependencias públicas.

Además, está prohibida la propagación de la publicidad exterior en un área de quinientos metros alrededor de instituciones educativas en su totalidad, en actividades relacionadas con el deporte, en espectáculos, exhibiciones y demás lugares donde esté permitido la entrada de menores de edad. Asimismo, se prohíbe la publicidad en prendas de vestir.

Ley N° 29459: “Ley de los productos farmacéuticos, dispositivos médicos y productos sanitarios”.

Capítulo X

De la Promoción y Publicidad

Art. 39.- Regula en cuanto al ámbito de la publicidad y promoción.

Art. 40.- Se regula respecto de las prohibiciones.

Art. 41.- Contiene la información que debe figurar en la promoción y publicidad.

Art. 42.- Lo concerniente respecto a la participación de medios de comunicación.

Ley N° 30021: “Ley de promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes”.

Art. 3.- Glosario

- Publicidad
- Publicidad dirigida a niñas, niños y adolescentes
- Publicidad testimonial
- Publicidad en producto

Art. 8.- Publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas

Art. 9.- Principio de veracidad publicitaria

Art. 10.- Advertencias publicitarias

Art. 11.- Procedimiento de fiscalización y sanción

2.2.2. Patrocinio

2.2.2.1. Concepto

De acuerdo con Cambero (2015), el concepto de patrocinio “es relativamente reciente y surge en el siglo XX, se trata de una estrategia publicitaria que implica un acuerdo entre una marca y una persona o entidad; en este convenio, el patrocinador se compromete a entregar financiamiento al patrocinado a cambio de que éste promueva públicamente la marca o el producto” (p.21). Campos (1997), señala que “así llegando el patrocinio a un nivel alto en cuanto a su audiencia que genera su transmisión de estos importantes eventos deportivos llevados en la televisión” (p.11)

La noción de patrocinio deportivo tuvo su origen mientras se desarrollaban los Juegos Olímpicos de Roma en 1960, lo cual marcó un hito al convertirse en las primeras olimpiadas transmitidas por televisión. En ese momento, Cambero (2015), señala que “las grandes corporaciones vislumbraron una oportunidad ideal para promocionar sus marcas; a partir de ese instante, el ámbito deportivo adquirió un papel destacado en la realización de acuerdos de patrocinio, gracias a la considerable audiencia y seguidores que lo respaldan. (p.6)

Díaz y Breva (2017), la terminología del concepto "patrocinio", siempre ha sido objeto de cierta ambigüedad. Por ejemplo, en inglés se utiliza el término "sponsoring", que se traduce al español como "sponsor", aunque esta traducción no fue respaldada por la Real Academia Española. Entonces, se optó por la palabra "patrocinio" debido a su similitud en el significado con la palabra "sponsoring" (p.3)

Asimismo, según la definición que tiene establecido el diccionario de la RAE (2023), precisa “se dice que el patrocinio es el respaldo o la provisión de fondos para una actividad o evento, generalmente de naturaleza deportiva o cultural, con el propósito principal de promoción publicitaria” (p.87). A su vez, Cambero (2015), señala que el patrocinio se encuentra incluido en el ámbito de la comunicación comercial, que se conceptualiza como toda forma de comunicarse dirigida a divulgar de manera indirecta o directa productos, servicios o la imagen de una empresa involucrada en actividades comerciales, industriales o artesanales.

En cuanto a su tipología, esta relación comercial podría darse en más de un espacio comercial, tales como el deporte, la educación, el arte, y la música. Díaz y Breva (2017), manifiestan que “la razón por la que se aplica a diferentes rubros es porque los principios utilizados son los mismos, lo que conduce a un efecto similar según los resultados obtenidos y las percepciones generadas entre los posibles clientes” (p.5).

2.2.2.2. Marco jurídico vinculado a la materia

El concepto de patrocinio es un término reciente, sin embargo, existen algunas normas que ya han contemplado dentro de su contenido su aplicación, es así que, en las siguientes líneas se desarrolla el marco jurídico en nuestro país vinculado con el patrocinio.

Tabla 2

Marco jurídico vinculado a la materia

Norma	Contenido
Ley N° 31557: “Ley que regula la explotación de los juegos a distancia y apuestas deportivas a distancia”.	<p>Artículo 31. Patrocinio</p> <p>Solo el titular que obtuvo la autorización otorgada por el MINCETUR está facultado para el patrocinio de personas tanto jurídicas como naturales, eventos o actividades de cualquier índole, siempre y cuando dicho patrocinio no incumpla la legislación existente.</p> <p>Por lo tanto, aquellos que reciban el patrocinio deben verificar la condición de autorizado del anunciante.</p>
Ley N° 28705: “Ley general para la prevención y control de los riesgos del consumo del tabaco”	<p>Artículo 15.- De la prohibición de patrocinar eventos o actividades</p> <p>Se prohíbe el patrocinio con la marca de algún producto de tabaco en una actividad o evento dirigido a menores de 18 años.</p>

2.2.3. Casas de apuestas

2.2.3.1. Concepto

Como se señala en el diario Tercera Información de España (2020), los orígenes de las apuestas deportivas tal como las conocemos hoy tienen sus raíces en los primeros años del siglo XIX en los Estados Unidos y el Reino Unido, en aquel entonces, los entusiastas de las carreras de caballos y galgos optaron por realizar apuestas entre ellos, para que cada uno de los eventos sea más emocionante. Décadas más tarde, cuando aparecieron deportes populares como el fútbol, el baloncesto o el béisbol, se conservó esta esencia. El salto al siglo XXI se dio desde una perspectiva tecnológica y de las diversas herramientas de apuestas, las instituciones físicas han cedido el paso a plataformas digitales, tanto así que el público ahora tiene la posibilidad de hacer predicciones sobre transmisiones deportivas en vivo desde casa.

Una casa de apuesta es una entidad donde los jugadores al realizar su inscripción pueden apostar sobre cualquier competición; tienen una personalidad jurídica y se encuentran adscritos a una autoridad gubernamental. De esta manera se permite que el Estado ejerza control sobre las distintas casas de apuestas ya sean físicas o virtuales, respondiendo judicial y administrativamente.

El diario español y británico “El ibérico” (2021), señala que “el término casa de apuestas es uno de los más tradicionales en correlación con las apuestas deportivas, ya que sin ellas, los apostadores no tendrían un espacio donde realizar sus apuestas” (p.87). Un término que se hizo conocido gracias a las casas de apuestas es el corredor de apuestas los cuales pueden aceptar apuestas en una amplia variedad de eventos, incluyendo carreras, deportes y otros eventos especiales, el negocio de estas entidades radica en que ofrece cuotas, acepta apuestas y finalmente garantiza el pago a los que logren acertar sus apuestas, las cuotas que ofrecen se basan en sus propias estimaciones y reflejan el monto que ganarán los jugadores en caso acierten, claro está que, por esta labor reciben una ganancia parcial.

2.2.3.2. Casas de apuestas a distancia

La ley N°31557 los juegos a distancia se refieren a las apuestas que se realizan mediante plataformas tecnológicas, utilizando herramientas electrónicas, informáticas o telemáticas, las cuales operan a través de redes de comunicación, ya sean públicas o privadas, como internet, televisión o telefonía móvil y fija. Además, el Decreto Supremo N°005-2023, aprobado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, señala que estos juegos se distinguen por su carácter aleatorio y se desarrollan en plataformas tecnológicas, permitiendo realizar apuestas sobre el desenlace de eventos deportivos u otras situaciones.

2.2.3.3. Tipos de apuestas deportivas virtuales

Conforme a Peralta y Aguirre (2023), los tipos de apuestas más frecuentados por el público son los deportes como el fútbol, tenis, baloncesto, boxeo, fórmula 1 y videojuegos.

Como en todas las apuestas existen distintos tipos, nos concierne analizar los tipos de apuestas más populares existentes en el Perú que son las siguientes:

- **Apuesta simple:** Caracterizado por ser una apuesta donde se puede predecir el resultado del evento deportivo.
- **Apuesta combinada:** Este tipo de apuesta se distingue por la realización de dos a más pronósticos dentro de un mismo boleto. Para que el apostador sea considerado ganador, debe acertar todas las apuestas realizadas, es decir, el 100% de las predicciones.
- **Apuesta de sistema:** Este tipo de apuesta es donde se llega a combinar tres a más selecciones, se diferencia de la apuesta combinada en cuanto no es necesario llegar a acertar en totalidad para poder ganar.

- **Apuesta sin empate:** Se trata de una apuesta en la que el usuario cree que un evento deportivo será equilibrado y decide apostar a un equipo sin opción de empate. Si el resultado es un empate, se le devuelve el dinero apostado, de modo que el apostador no gana ni pierde.

2.2.3.4. Ventajas y desventajas de las casas de apuestas deportivas

2.2.3.4.1. Ventajas

El crecimiento de las casas de apuestas puede ser visto como una ventaja debido a su contribución a través de los impuestos. Conforme el Diario El Peruano (2021), el papel de los sistemas tributarios en la economía se manifiesta en dos aspectos fundamentales. En primer lugar, los impuestos son la principal vía de ingreso para el Estado, permitiendo financiar el gasto público en bienes y servicios destinados a la población. En segundo lugar, estos sistemas son cruciales para el crecimiento económico de un país y para mejorar la competitividad de sus empresas. Por lo tanto, resulta de gran importancia garantizar que este crecimiento se produzca dentro de un marco regulatorio sólido que proteja los intereses de los usuarios y promueva la integridad y la transparencia en la industria del juego. Por ello se considera como ventaja en cuanto aportan a través de impuestos para la economía nacional. Así utilizándose en financiar los servicios públicos, como: salud, educación, construcción de infraestructuras y servicios sociales.

2.2.3.4.2. Desventajas

El crecimiento de las apuestas y las ofertas que realizan las diferentes casas de apuesta se vuelve cada vez más irresistible para los aficionados en el deporte de apuestas. Por lo que, se considera como desventaja toda vez que está ligada con la ludopatía.

Según Hernández y Bujardón (2020), manifiestan que “la ludopatía se identifica como una adicción comparable a las adicciones químicas, compartiendo características distintivas con otras formas de adicción” (p.43). Entre estas características se encuentran la pérdida de control, la dependencia y el síndrome de abstinencia que se manifiesta al momento que la persona cesa su actividad de juego.

Conforme Palumberi y Mannino (2008), señalan que “la ludopatía se clasifica como una enfermedad adictiva que lleva al individuo a experimentar un intenso y descontrolado deseo de jugar” (p.65). Un rasgo fundamental de este tipo de conductas adictivas es la pérdida de control sobre la acción de apostar.

Según Sánchez (2021), sostiene que “se ha observado un aumento en la problemática de la ludopatía entre los jóvenes en años recientes. El acceso temprano a las nuevas tecnologías incrementa significativamente el peligro al que los jóvenes se ven expuestos al involucrarse en apuestas virtuales” (p.87).

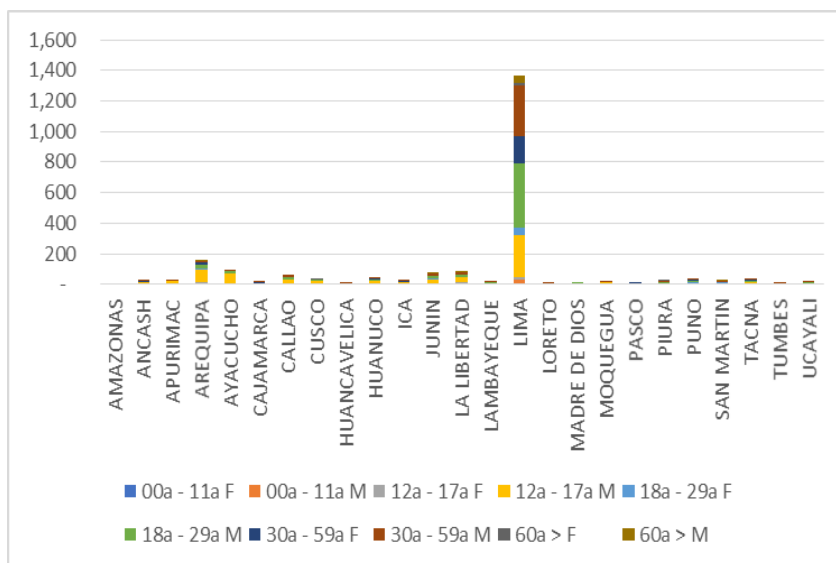
Conforme Borja y Beraiz (2019), expresan que “la creciente legalización de juegos, sumada a su fácil acceso y a la intensa publicidad, ha impactado la prevalencia de la ludopatía” (p.43). A mayor disponibilidad de opciones de juego, se generan más oportunidades para apostar, lo que resulta en un aumento de jugadores problemáticos.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) señaló que “durante la pandemia de COVID-19 y especialmente durante los períodos de confinamiento, se registró un notable aumento en los diagnósticos de ludopatía (p.32). Este incremento se ve potenciado por la accesibilidad que ofrecen los dispositivos móviles para realizar apuestas, así como por la abundante publicidad proveniente de diversas casas de pronósticos deportivos, que ha persistido en los últimos años.

En el informe solicitado al MINSA sobre las estadísticas referidas al número de casos de Ludopatía, desde el año 2018 a 2022 se tiene la siguiente información:

Figura 1

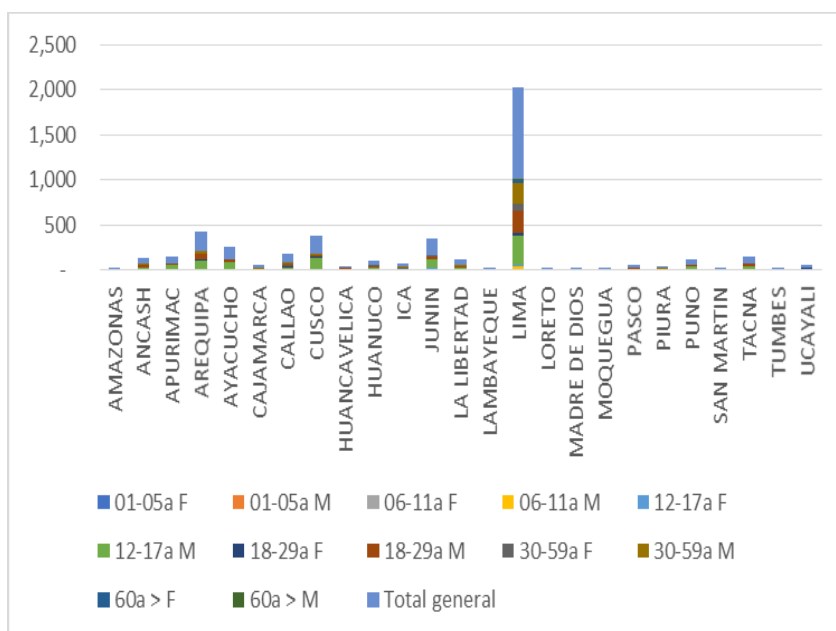
Estadísticas referidas al número de casos de Ludopatía (juego patológico) por etapas de vida y sexo, según departamentos- año 2018



Nota. El gráfico representa que, en el año 2018 el departamento con más cifras de ludopatía es Lima con 1,367 casos, personas de 12 a 17 años y de 18 a 29 años de edad, siendo el sexo masculino en realizar con más frecuencia apuestas deportivas.

Figura 2

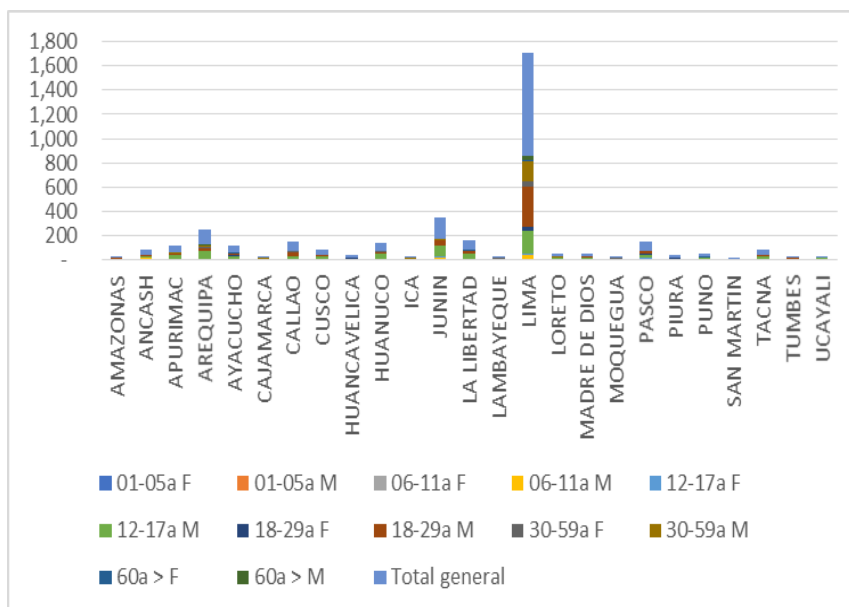
Estadísticas referidas al número de casos de Ludopatía (juego patológico) por etapas de vida y sexo, según departamentos- año 2019



Nota. El gráfico representa que, en el año 2019 el departamento con más cifras de ludopatía es Lima, con 1,015 casos, personas con edad de 12 a 17 años y de 18 a 29 años, siendo el sexo masculino en realizar con más frecuencia una apuesta. Seguido se tiene al departamento de Arequipa con 213 casos, personas de 18 a 29 años.

Figura 3

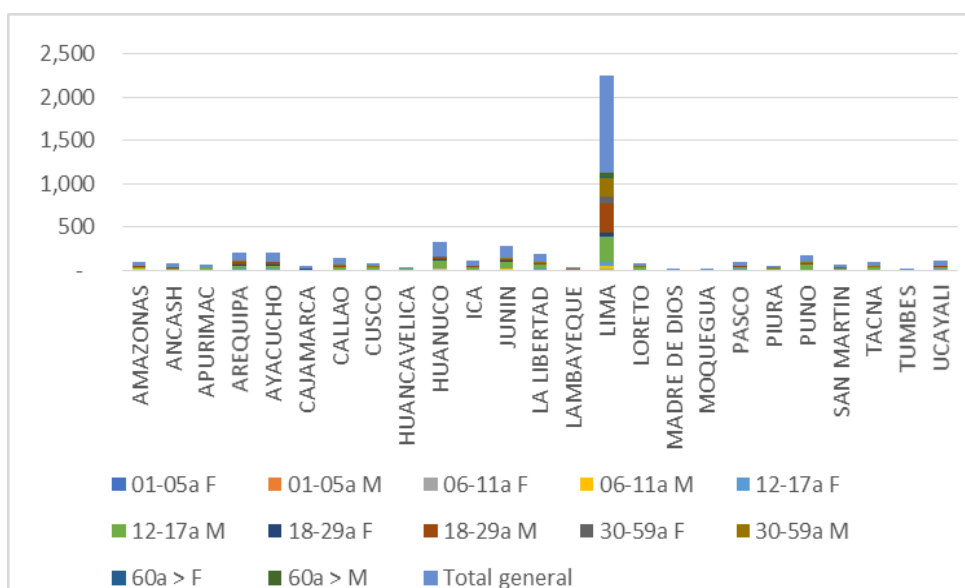
Estadísticas referidas al número de casos de Ludopatía (juego patológico) por etapas de vida y sexo, según departamentos- año 2020.



Nota. El gráfico representa que, en el año 2020 el departamento con más cifras de ludopatía es Lima, con 852 casos con personas de 12 a 17 años. Sigue el departamento de Junín con 171 casos de ludopatía con personas de 18 a 29 años.

Figura 4

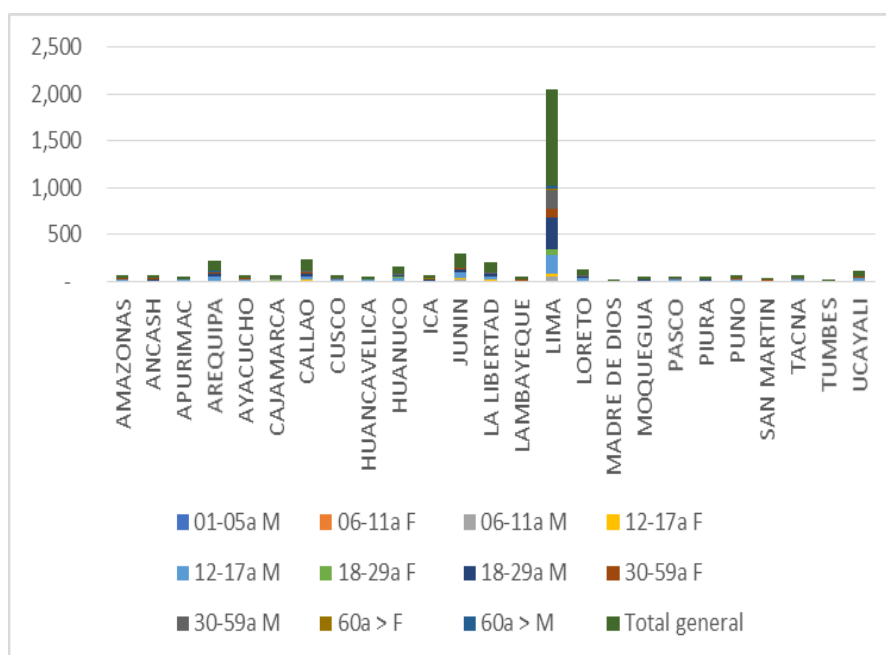
Estadísticas referidas al número de casos de Ludopatía (juego patológico) por etapas de vida y sexo, según departamentos- año 2021.



Nota. El gráfico representa que, en el año 2021 el departamento con más cifras de ludopatía es Lima, con 1,127 casos, personas que van de 12 a 17 años. Siguiendo al departamento de Huánuco con 160 casos con personas de 18 a 29 años de edad.

Figura 5

Estadísticas referidas al número de casos de Ludopatía (juego patológico) por etapas de vida y sexo, según departamentos- año 2022.



Nota. El gráfico representa que, en el año 2022 el departamento con más cifras de ludopatía es Lima, con 1027 casos, personas de 12 a 17 años. Seguido al departamento de Junín con 147 casos.

2.2.4. Comparativa con la regulación internacional de las casas de apuestas virtuales

Este apartado se desarrollará dentro del marco de la legislación internacional vigente en los países de Argentina, Colombia, España e Italia, los cuales serán comparados con nuestra legislación nacional.

La legislación internacional que será materia de revisión es la siguiente:

Tabla 3

Comparativa con la regulación internacional de las casas de apuestas virtuales

PERÚ	ARGENTINA	COLOMBIA	ESPAÑA	ITALIA
-Ley N° 31557: “Ley que regula la explotación de los juegos a distancia y apuestas deportivas a distancia”.	-Ley provincial 15.079 y su reglamento. -Ley 6.330, Capítulo III RÉGIMEN DE AUTOEXCLUSIÓN	-Ley 1753 de 2015, que modifica la ley 643 de 2001	Ley 13/2011 Real Decreto 958/2020 Ley 176/2023 Ley 8/2021	Recomendación N° 2014/478/UE Decreto Legislativo del 13/09/2012 n. 158 Decreto Ley N° 87 - Decreto Dignidad DECRETO-LEGGE 30 aprile 2020, n. 28

2.2.4.1. Control parental

Un conjunto de herramientas y técnicas utilizadas por los padres, tutores o responsables para regular, supervisar y restringir el acceso de los menores a contenidos y actividades en línea o en dispositivos digitales. Este tipo de control puede involucrar la configuración de filtros, restricciones de acceso a ciertos sitios web, aplicaciones o plataformas, y la monitorización del comportamiento en línea de los niños y adolescentes para garantizar su seguridad y bienestar.

Tabla 4*Control parental*

TEMA	PERÚ	ARGENTINA	COLOMBIA	ESPAÑA	ITALIA
Concepto	NO	SI	NO	SI	SI

Perú:

En el reciente Reglamento de la Ley N° 31557 que regula las apuestas deportivas a distancia no se encuentra el tema de medidas para la protección de los usuarios y de los menores frente a determinados contenidos audiovisuales. En nuestro trabajo de investigación se evidencia cuán importante resulta regular el control parental, toda vez que, el incremento de casos de ludopatía es un problema serio en grandes y pequeños, es una problemática que va en crecimiento y los gobiernos no son conscientes de la salud pública. En el cuadro elaborado se evidencia que, el país de Colombia tampoco aplica en su regulación el control parental, a diferencia de los demás países como: España, Argentina e Italia que sí regulan en su Reglamento.

España:

Se encuentra regulado en el artículo 46, donde establece que, las administraciones del sector público promoverán la adopción de control parental para salvaguardar a los menores de 18 años de la exposición a contactos y contenidos perjudiciales. Además, se establecen mecanismos para facilitar la denuncia y el bloqueo de dicho contenido, reforzando así la protección de la infancia en entornos digitales.

Argentina:

Se encuentra regulado en el artículo 5, donde establece la obligación de implementar un sistema para validar la identidad y la edad del apostador. Además, se contempla un método que permita a los jugadores verificar su identidad mediante un sistema de autenticación de doble factor o cualquier tecnología que pueda sustituirlo en el futuro.

Italia:

Se encuentra regulado, donde establece que, los contratos de suministro de servicios de comunicaciones electrónicas, deben incluir entre los servicios preactivados sistemas de protección o de filtrado de contenidos inapropiados para menores y de bloqueo de contenidos reservados a un público mayor de dieciocho años.

2.2.4.2. Publicidad**Tabla 5***Publicidad*

TEMA	PERÚ	ARGENTINA	COLOMBIA	ESPAÑA	ITALIA
Concepto	NO	SI	SI	NO	NO

Perú:

En nuestro país, recientemente se ha publicado el Reglamento de la Ley N° 31557 que regula la actividad de los juegos a distancia y apuestas deportivas a

distancia, cuyo contenido ha abarcado distintos aspectos en cuanto a publicidad, pero no se ha tomado en cuenta la definición y/o concepto como tal.

Argentina:

En Argentina, específicamente la legislación empleada en el Estado de Buenos Aires a través de la Ley provincial 15.079 y su reglamento ha abarcado el concepto en cuanto a la publicidad.

Colombia:

La regulación del país de Colombia está contenida en la Ley 1753 de 2015. Siendo así, en su Art. 38° de la Ley N° 1753 define a las casas de apuestas virtuales como “*Juegos novedosos*” cuyo contenido en el siguiente: Se define a la lotería instantánea y en línea en cualquiera de sus variantes, apuestas deportivas y todos los juegos que operan a través del internet, como juegos novedosos y también cualquier otra forma relacionada con las tecnologías de la información que no exija que el apostador se encuentre presente físicamente. .

España:

En cuanto al país de España, mediante la Ley 13/2011, Real Decreto 958/2020 y Ley 176/2023 se regula el tema de la publicidad, sin embargo, no se ha definido específicamente qué es la publicidad por lo que no se tiene un concepto al respecto.

Italia:

La regulación relativa a los juegos de azar a distancia está contenida en la Recomendación (14 de julio de 2014, n. 2014/478/UE) elaborada por la Comisión Europea, no ha establecido una definición respecto a publicidad.

Tabla 6*Autorización*

TEMA	PERÚ	ARGENTINA	COLOMBIA	ESPAÑA	ITALIA
Autorización	SI	SI	SI	SI	SI

En todos los países se ha regulado que es necesaria la autorización de la entidad correspondiente para que las casas de apuestas puedan desarrollar la publicidad.

Perú:

En nuestro país, la entidad encargada de otorgar la autorización, previo cumplimiento de requisitos, es el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo “MINCETUR”.

Argentina:

En Argentina, en el art. 160 de la Ley provincial 15.079 establece que se encuentra prohibido la difusión de publicidad de juegos de suerte incluidos y de los operadores de los mismos, cuando no se tenga la autorización de la autoridad correspondiente.

Colombia:

La regulación del país de Colombia ha otorgado la potestad de otorgar la autorización correspondiente a Coljuegos la cual es la entidad que administra la actividad de los juegos de azar en virtud de la competencia conferida en la Constitución.

España:

En cuanto al país de España, mediante el artículo 7 de la Ley 13/2011 se ha establecido que aquél que opera el juego necesariamente debe tener la autorización que lo habilita y faculta para desarrollar actividades de juego a

través de programas cuya emisión es en medios audiovisuales o publicados en los medios de comunicación.

Italia:

La Recomendación (14 de julio de 2014, n. 2014/478/UE) elaborada por la Comisión Europea, ha señalado que los Estados Miembros tienen que animar a las partes patrocinadas que verifiquen si se encuentra autorizada, en concordancia con el Derecho Nacional. En el caso de Italia, si bien la publicidad ha sido prohibida a través del Decreto Dignidad, quedan excluidos de dicha exclusión las comunicaciones que tengan una finalidad exclusiva descriptiva, informativa e identificativa de la oferta legal de juego, los servicios de información para comparar cuotas u ofertas comerciales de diferentes competidores, la promoción de eventos distintos de la oferta de juegos de pago que tengan lugar en casinos o salas de juego y otros que deberán efectuar la difusión contando con la autorización correspondiente.

Tabla 7

Prohibición para dirigirse a menores de edad

TEMA	PERÚ	ARGENTINA	COLOMBIA	ESPAÑA	ITALIA
Prohibición para dirigirse a menores de edad	SI	NO	SI	SI	SI

Perú:

El 27° de la Ley N° 31557 y el artículo 57° del Reglamento de la normativa en mención establece las prohibiciones del patrocinio y publicidad ejecutada por

los titulares de una autorización concedida y se prohíbe que se incluyan a menores de 18 años que comprenden adolescentes, niños y niñas al realizar la publicidad de las operadoras de casas de apuestas.

Argentina:

En Argentina, no se ha establecido una prohibición relacionada con el empleo o la difusión dirigida a menores.

Colombia:

A través de la Resolución N° 20231000019054 se ha tomado en cuenta la prohibición a menores de edad que esté ligado con la publicidad, promoción, patrocinio o algún medio de comunicación comercial relacionado con los juegos de suerte y azar de la modalidad de juegos novedosos que operan a través del internet.

España:

En su artículo 11 de la normativa que regula al país, se consigna que las comunicaciones no podrán dirigirse a menores de edad independientemente si es en forma directa o indirecta, asimismo, no podrán dirigirse a persuadir o incitar al juego colectivo de este.

Italia:

En el artículo 4 y artículo 5 del Decreto Legislativo del 13/09/2012 n. 158 se establece que se encuentra prohibido la transmisión de mensajes publicitarios relativos a juegos de azar con premios en metálico durante las emisiones de televisión, radio y representaciones teatrales o cinematográficas dirigidas a menores, asimismo se prohíbe la publicidad en la prensa diaria y periódica destinada a menores y en las salas de cine durante la proyección de películas destinadas a menores. Además, se prohíbe los anuncios publicitarios sobre

juegos de azar con premios en efectivo en periódicos, revistas, publicaciones en los que exista presencia de menores de edad.

Tabla 8

Prohibición para incluir a menores de edad

TEMA	PERÚ	ARGENTINA	COLOMBIA	ESPAÑA	ITALIA
Prohibición para incluir a menores de edad	SI	NO	SI	SI	SI

Perú:

Lo desarrollado en el artículo 27° de la Ley N° 31557 también abarca la prohibición para la inclusión de menores de 18 años en la publicidad de las casas de apuestas, lo cual abarca a menores de edad.

Argentina:

En Argentina, no se ha establecido una prohibición para incluir a menores de edad en anuncios publicitarios a través de cualquier medio que esté relacionado con las casas de apuestas virtuales.

Colombia:

A través de la Resolución N° 20231000019054 también se ha tomado en cuenta la prohibición de integrar a menores de edad en la elaboración o producción de anuncios publicitarios.

España:

El artículo 11 del Real Decreto 958/2020 regula acerca del principio de protección de menores, siendo así en su inciso d) establece que está prohibido

que se haga uso de la voz, imagen u otras características consustanciales a las personas menores de edad o a individuos que se caracterizan como menores de edad.

Italia:

En el artículo 4 del Decreto Legislativo del 13/09/2012 n. 158, se prohíbe los anuncios publicitarios sobre juegos de azar con premios en efectivo en periódicos, revistas, publicaciones en los que exista presencia de menores de edad.

Tabla 9

Publicidad a equipos o deportistas

TEMA	PERÚ	ARGENTINA	COLOMBIA	ESPAÑA	ITALIA
Publicidad a equipos o deportistas	NO	NO	SI	NO	NO

Colombia:

El único país que ha regulado el tema concerniente a la publicidad en cuanto a equipos o deportistas es el país de Colombia, el cual establece que los operadores pueden celebrar contratos de publicidad o convenios con los equipos profesionales de cualquier disciplina o categoría, siempre que se cumplan los límites establecidos normativamente y que cuente con la autorización que corresponde.

Tabla 10*Topes de inversión*

TEMA	PERÚ	ARGENTINA	COLOMBIA	ESPAÑA	ITALIA
Topes de inversión	NO	NO	SI	NO	NO

Colombia:

Solo el país de Colombia en su artículo 6° de la Resolución N° 20231000019054 ha establecido los topes de inversión en publicidad estableciendo rangos máximos para los operadores.

Tabla 11*Sanciones*

TEMA	PERÚ	ARGENTINA	COLOMBIA	ESPAÑA	ITALIA
Sanciones	SI	SI	SI	SI	SI

Todos los países analizados han tomado en cuenta el tema de las sanciones si es que se detecta que los operadores no cumplen con las reglas y/o condiciones para poder desarrollar la publicidad de los operadores de las casas de apuestas.

Perú:

El Reglamento de la Ley N° 31557, aprobado mediante Decreto Supremo 005-2023-MINCETUR regula en el título IV lo concerniente al procedimiento de fiscalización, lo cual incluye el control y la persecución del juego ilegal y el Régimen de Sanciones e Infracciones, lo cual será aplicado en los supuestos en los que los operadores no cumplan con los lineamientos establecidos en la normativa.

Argentina:

En el artículo 169 de la Ley provincial 15.079 se configura como infracción no cumplir con las obligaciones establecidas en la norma en mención, así como en su reglamentación, consecuentemente las sanciones están reguladas en el siguiente artículo que dispone que las infracciones son sancionadas con una o varias sanciones vigentes.

Colombia:

En el párrafo del artículo 9° de la Resolución N° 20231000019054 se encuentran establecidas las sanciones por incumplimiento dentro de las cuales se especifica que de no cumplir con las condiciones dará lugar a la declaratoria de incumplimiento contractual y como consecuencia una multa equivalente al 1.5% del valor del contrato de concesión.

España:

La Ley 13/2011 en su Título VI regula el régimen sancionador cuyo contenido abarca un listado de infracciones que se clasifican desde las más leves hasta las que son muy graves, asimismo establece la sanción correspondiente aplicable en cada caso la cual será ejercida por la Comisión Nacional del Juego y, cuando se requiera, el titular del Ministerio de Economía y Hacienda; en conjunto ambos deberán ejercer la potestad sancionadora.

Italia:

El artículo 9 del Decreto Ley N° 87 - Decreto Dignidad en su numeral 2 precisa que el no cumplimiento de las disposiciones ocasionará la responsabilidad del cliente, del propietario del medio o del sitio de difusión o de destino y del organizador del evento, acto o actividad y como consecuencia la aplicación de una sanción administrativa pecuniaria equivalente al 20% del valor del

patrocinio o publicidad y en todo caso no inferior a 50.000 euros por cada infracción.

2.2.4.3. Patrocinio

Tabla 12

Patrocinio a equipos o deportistas

TEMA	PERÚ	ARGENTINA	COLOMBIA	ESPAÑA	ITALIA
Patrocinio a equipos o deportistas	NO	NO	SI	NO	NO

Perú:

Recientemente en nuestro país se ha publicado el Reglamento de la Ley N° 31557 que regula la explotación de los juegos a distancia y apuestas deportivas a distancia, sin embargo, su contenido no ha abarcado muchos aspectos en cuanto al patrocinio, quedando al aire distintos puntos como el patrocinio a eventos deportivos o los límites en cuanto al mismo. Solo se ha dispuesto que los operadores debidamente autorizados por la autoridad competente que es Mincetur, podrán patrocinar eventos y demás de personas naturales y/o jurídicas teniendo en cuenta las normas establecidas en cuanto a publicidad.

Colombia:

En el contenido de la normativa se han dispuesto reglas específicas que los operadores deberán cumplir a cabalidad de tal manera que no incurran en infracciones, las mismas están relacionadas con la publicidad en la cual se han dispuesto límites en cuánto al tope que pueden invertir para patrocinar y/o

publicitar eventos, así como también las restricciones en cuanto al público al cual se dirigen al realizar la publicidad.

2.2.4.4. Autoexclusión

Tabla 13

Autoexclusión y autoprohibición

TEMA	PERÚ	ARGENTINA	COLOMBIA	ESPAÑA	ITALIA
Autoexclusión y autoprohibición	NO	SI	NO	SI	NO

En la mayoría de los países se encuentra regulado la autoexclusión que permite que el jugador pueda salirse de la plataforma de donde apuesta con tan solo una autoinscripción que se encuentre dentro de la misma plataforma de apuestas, a continuación, pasaremos a desarrollar que señala su legislación en estos distintos países.

Perú:

El Reglamento de la Ley N° 31557 que regula la explotación de los juegos a distancia y apuestas deportivas a distancia señala que el sitio web de este cuenta con métodos para que el jugador pueda establecerse límites en las apuestas y depósitos, sin embargo, no cabe la posibilidad de que el titular pueda realizar esta gestión, así mismo no encontramos regulación en cuanto a la autoprohibición, mucho menos que al ingresar a esta plataforma virtual te referencie a alguna institución que brinde información u ofrezca asistencia sobre los trastornos vinculados con el juego de apuestas deportivas virtuales.

Argentina:

En Argentina, la autoexclusión del juego de apuestas se regula a través de diversas normativas y políticas establecidas por los organismos gubernamentales y reguladores pertinentes. Estas medidas varían según la jurisdicción, ya que cada provincia puede tener sus propias regulaciones específicas. Sin embargo, en términos generales, la autoexclusión se rige por los siguientes principios:

- **Registro de autoexclusión:** Las autoridades gubernamentales, junto con los operadores de juego, suelen establecer un registro voluntario de autoexclusión. Este registro permite que las personas que deseen autoexcluirse del juego de apuestas se inscriban y se excluyan de participar en actividades de juego durante un período determinado.
- **Procedimiento de autoexclusión:** Las personas que deseen autoexcluirse generalmente deben completar un formulario o seguir un procedimiento específico establecido por las autoridades reguladoras. Este proceso puede incluir la presentación de documentos de identidad y la firma de una declaración de autoexclusión.
- **Duración de la autoexclusión:** Por lo general, las personas pueden elegir la duración de su autoexclusión, que puede variar desde unos pocos meses hasta varios años, según la normativa local.
- **Restricciones durante la autoexclusión:** Durante el período de autoexclusión, las personas suelen estar prohibidas de ingresar a establecimientos de juego físicos o participar en juegos de apuestas en línea.
- **Cumplimiento y seguimiento:** Los operadores de juego están obligados a respetar las solicitudes de autoexclusión y a evitar que las personas autoexcluidas participen en actividades de juego. Además, suelen existir

mecanismos de seguimiento para garantizar el cumplimiento de estas medidas, como controles de identificación en los establecimientos de juego.

Colombia:

En Colombia, la autoexclusión del juego de apuestas está regulada principalmente por la entidad reguladora del juego, Coljuegos, y se rige por la Ley 643 de 2001, modificada por la Ley 1753 de 2015 y sus decretos reglamentarios. A continuación, se detallan los aspectos resaltantes:

- Registro de autoexclusión: Coljuegos establece y gestiona un Registro General de Interdicciones de Acceso al Juego, en el que las personas pueden inscribirse voluntariamente para autoexcluirse de participar en actividades de juego de apuestas.
- Procedimiento de autoexclusión: Las personas interesadas en autoexcluirse deben seguir un procedimiento establecido por Coljuegos, que generalmente implica completar un formulario de solicitud de autoexclusión. Este formulario puede estar disponible en línea o en los establecimientos de juego autorizados.
- Duración de la autoexclusión: Los solicitantes pueden elegir la duración de su autoexclusión, que puede ser temporal o permanente, dependiendo de sus preferencias y necesidades.
- Restricciones durante la autoexclusión: Durante el período de autoexclusión, las personas registradas no pueden participar en ninguna forma de juego de apuestas en los establecimientos de juego que cuenten con la autorización por Coljuegos.

- **Cumplimiento y seguimiento:** Los operadores de juego están obligados a respetar las solicitudes de autoexclusión y a garantizar que las personas registradas no tengan acceso a sus servicios de juego durante el período especificado. Coljuegos supervisa que se cumplan estas medidas a través de inspecciones y auditorías periódicas.
- Además de estas disposiciones generales, Coljuegos también puede establecer requisitos adicionales para los operadores de juego, como la implementación de políticas de juego responsable y la capacitación del personal para reconocer y manejar adecuadamente las solicitudes de autoexclusión.

España:

En España, la regulación de las apuestas deportivas está contemplada principalmente en la Ley 13/2011, de regulación del juego. En la norma, se establecen diversas medidas para promover el juego responsable y proteger a los jugadores, teniendo en cuenta la autoexclusión y la autoprohibición.

- **Registro General de Interdicciones de Acceso al Juego:** Este es un registro público donde los jugadores pueden inscribirse para autoexcluirse de todas las formas de juego legal en España, incluidas las apuestas deportivas. Los operadores están obligados a consultar este registro antes de permitir que un jugador participe en actividades de juego.
- **Programas de autoexclusión y autoprohibición:** Los operadores de juego, incluidas las plataformas de apuestas deportivas, deben ofrecer programas de autoexclusión que permitan a los jugadores solicitar voluntariamente ser excluidos de participar en juegos de azar durante un período determinado. Durante este tiempo, el operador debe bloquear el acceso del jugador a su plataforma de apuestas.

- Límites de depósito y pérdida: Los operadores también están obligados a brindar a los jugadores la opción de fijar límites en sus depósitos y pérdidas para ayudar a prevenir el juego excesivo. Estos límites pueden ser diarios, semanales o mensuales, y una vez establecidos, no pueden ser aumentados hasta que haya transcurrido un cierto período de tiempo o el jugador haya tomado medidas adicionales.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Métodos y alcance de la investigación

Este trabajo de investigación se enmarca en los parámetros de la investigación jurídica, según lo define Carruitero (2014), “como un proceso de creación y descubrimiento que sigue un protocolo y procedimientos consolidados en la comunidad científica jurídica” (p.32).

Nizama et al. (2020), complementa esta definición al señalar que “la investigación jurídica busca identificar soluciones adecuadas a los problemas que emergen ante un constante cambio en la sociedad, lo que requiere un análisis profundo para adaptar el ordenamiento jurídico a estas transformaciones, incluso si algunas normas parecen obsoletas” (p.21).

Además, se clasifica como una investigación dogmática-propositiva, de acuerdo con Tantaleán (2015), “lo que implica la posibilidad de proponer la derogación, modificación o creación de normas jurídicas, enfocándose en evidenciar los defectos de la normativa actual que se desea reformar” (p.67).

3.1.1. Nivel o alcance de la investigación

Este trabajo de investigación se orienta hacia un enfoque explicativo, como manifiesta Hernández et al. (2014) va más allá de la descripción y correlación de las variables, asimismo, la presente investigación tiene por objeto examinar e interpretar la realidad de los fenómenos observados y con ello la posibilidad de mejorar la reciente regulación de las apuestas deportivas a distancia dentro del marco legal peruano. En

ese sentido, en este trabajo de investigación, se explicó y fundamentó la necesidad de una reforma legislativa en la normativa que regula las apuestas deportivas a distancia.

3.2. Diseño de la investigación

Los diseños de investigación hacen referencia a la estructura lógica que define la estrategia a seguir en su desarrollo, la cual abarca aspectos como las categorías, los grupos de estudio, variables y la cantidad de observaciones a realizar, entre otros aspectos.

En consecuencia, la presente investigación ha adoptado un enfoque cualitativo, como señalan Hernández et. al (2014), “con el propósito de perfeccionar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes que surgen durante el proceso de interpretación” (p.17).

3.2.1. *Diseño de investigación jurídica descriptiva*

Este diseño permite describir las partes y los rasgos esenciales de fenómenos formales o fácticos del derecho. Los fenómenos fácticos del derecho, se fundan en las observaciones que se obtienen a través de los sentidos, y forman parte del mundo real, permitiendo saber ¿Dónde?, ¿Como?, ¿Quién? y ¿Cuándo? En contraste, los fenómenos formales, que tratan entes ideales, utilizan un enfoque deductivo-lógico u enunciados de tipo analítico-hermenéutico. La información obtenida en un estudio descriptivo ayuda a explicar un problema específico a partir de un conocimiento previo del caso, proporcionando un enfoque claro y estructurado para abordar cuestiones jurídicas. Esta metodología resulta particularmente útil en el ámbito del derecho, facilitando tanto la comprensión empírica como la argumentación teórica de casos complejos, permitiéndonos establecer un marco claro para la interpretación y el análisis de los hechos y normas involucrados.

3.2.2. *Diseño de la Investigación Jurídica Correlacional*

Conforme Aranzamendi (2013), desde un enfoque epistemológico, “el ámbito jurídico no tiene al causalismo como centro de manera estricta como si lo emplea con una incidencia mayor, las ciencias sociales” (p.21). No obstante, algunos intentan atribuirle "cientificidad" a algunas investigaciones, determinado entre las variables, relaciones de causa-efecto. Realmente, lo que se vislumbra es la correlación entre 2 o más conceptos o variables, y eso es lo que decide la consecuencia de otra variable.

Para esta investigación, se hizo uso de un diseño de investigación jurídica correlacional y descriptiva. Este enfoque permitirá explicar el problema existente en relación con las apuestas deportivas a distancia según la Ley N° 31557, basándonos en el conocimiento actual sobre el tema y la correlación existente entre las variables involucradas.

El derecho no está considerado como causalista en el sentido estricto de la palabra, a diferencia de las ciencias sociales donde ocurre con mayor incidencia, ello desde un enfoque epistemológico.

En definitiva, en esta investigación, el diseño de investigación jurídica correlacional y descriptiva es lo que se empleó, ya que se analizará el problema existente en cuanto a las apuestas deportivas a distancia según la Ley N° 31557.

3.3. Población y Muestra

3.3.1. *Población*

La población de estudio se constituye a través de organizaciones, instituciones o individuos (personas). Para la presente investigación, la población es la Ley N° 31557 que regula la explotación de los juegos a distancia y apuestas deportivas a distancia.

3.3.2. Muestra

La muestra se constituye por organizaciones políticas, individuos, documentos, y otros. En esta investigación nuestra muestra es la legislación de Latinoamérica y Europa que abarca temas relacionados con las casas de apuestas deportivas a distancia.

3.4. Criterios de inclusión

Para esta investigación, se establecieron criterios de inclusión específicos que guiaron la selección de las legislaciones y fuentes de información. Se incluyeron las legislaciones de España, Colombia, Italia y Argentina debido a su relevancia y avances en la regulación de las apuestas deportivas a distancia. España se seleccionó por su avanzada regulación en control parental, publicidad, patrocinio y mecanismos de autoexclusión y autoprohibición, sirviendo como modelo potencial para Perú. Colombia y Argentina, se eligieron por su fuerte afición futbolística y el alto valor que tiene este deporte en sus sociedades, considerando que ello podría conllevar potencialmente a una mejor regulación. Italia, con su experiencia y políticas efectivas de publicidad y patrocinio, y control parental proporciona un marco legal adaptable a las necesidades peruanas.

Además, se incluyeron diversas fuentes primarias de información como documentos legislativos oficiales, publicaciones académicas, tesis relacionadas con la regulación de casas de apuestas y datos estadísticos proporcionados por el Ministerio de Salud. Estos criterios de inclusión garantizaron que la investigación se basara en legislaciones y fuentes de alta calidad y relevancia, proporcionando una base sólida para proponer mejoras a la Ley N° 31557 y su Reglamento en Perú.

3.5. Criterios de exclusión

Los criterios de exclusión permiten seleccionar aquellos documentos que no se tomarán en cuenta al momento de formular el desarrollo de cada categoría de investigación. En ese sentido, se consideraron los siguientes criterios de exclusión: (i) aquellas regulaciones vinculadas a las casas de apuestas a distancia que superen los 10 años de antigüedad, esto permite que la información sea actual y se reflejen los desafíos más recientes vinculados a las casas de apuestas, asimismo, (ii) aquellos trabajos elaborados en inglés y otros idiomas del extranjero, lo que permite que la información sea accesible, con excepción del idioma italiano, debido al contenido específico que resultó relevante para la presente investigación. Finalmente, (iii) no se tomarán en cuenta trabajos de investigación como libros, datos estadísticos, tesis y artículos que no aborden las categorías planteadas en la presente investigación debido a su poca relevancia, lo cual asegura que se utilicen fuentes de información que contribuyan con el logro del objetivo de la investigación.

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.6.1. Técnicas

La principal técnica cualitativa utilizada en la investigación fue la revisión documental, toda vez que utilizamos información extraída de fuentes como legislación nacional e internacional, libros, recursos virtuales, tesis de grado y posgrado de especialidades en derecho, revistas jurídicas y artículos especializados. Los temas abordados incluyeron temas de control parental, la publicidad y el patrocinio, y los mecanismos de autoexclusión y autoprohibición en las casas de apuestas deportivas a distancia, entre otros documentos relevantes.

3.6.2. Instrumentos

El instrumento aplicado en la investigación se basó en la elaboración de cuadros comparativos que sirvió para sistematizar la información recolectada, para su posterior análisis. En primer lugar, se recopiló la información concerniente a la regulación nacional e internacional respecto a las casas de apuestas deportivas a distancia, con un enfoque en temas de control parental, la publicidad y el patrocinio, y los mecanismos de autoexclusión y autoprohibición. Una vez procesada esta información, se desarrolló la propuesta de modificación para abordar estos temas en la reciente regulación.

3.7. Procedimiento

Como primer paso, se planteó un problema de investigación; seguidamente, se definió el objetivo general y los específicos. De esta manera, se delimitó el área de análisis y se evaluaron los posibles impactos teóricos que tendrían en la sociedad peruana.

Para realizar la investigación, se examinaron, filtraron diversas fuentes de información, incluyendo fuentes primarias como tesis, libros y artículos de revistas jurídicas; y fuentes secundarias como enciclopedias, diccionarios e informes estadísticos; y fuentes terciarias como periódicos y publicaciones en la web. Todas estas fuentes fueron ordenadas y clasificadas teniendo en cuenta su contenido y relevancia.

Seguidamente, se investigaron los antecedentes relevantes para establecer el marco teórico y determinar la metodología de estudio. Con esta base sólida, el proyecto de tesis fue presentado a la facultad de Derecho. Una vez aprobado, se procedió a realizar una comparación entre la legislación vigente a nivel nacional e internacional. Como resultado de esta comparación, se propusieron modificaciones a algunos artículos con el fin de mejorar la regulación en relación con los temas tratados.

Posteriormente, se llevó a cabo un análisis detallado de los resultados obtenidos, lo cual permitió la redacción de las conclusiones y recomendaciones en el trabajo de investigación de forma clara y fundamentada. También se listaron las referencias bibliográficas empleadas durante el estudio y se anexaron los proyectos y normas vinculados a la regulación de las apuestas deportivas. Por último, se envió el trabajo de investigación en formato digital a la oficina y a los jurados revisores correspondientes, finalizando así el proceso de elaboración de esta investigación.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Propuesta de mejora a la reciente regulación de las apuestas deportivas a distancia

A partir de los datos presentados en los puntos previos y a lo largo de esta investigación, consideramos que es necesario llevar a cabo una reforma legislativa en la regulación de las apuestas deportivas a distancia en nuestro país, teniendo en cuenta los estándares que vienen aplicando países como Argentina, Colombia, España e Italia con la finalidad de otorgar protección a los usuarios al incursionar en el rubro de las casas de apuestas. A continuación, se presentan las propuestas derivadas de esta investigación:

4.1.1. Propuesta legislativa sobre control parental en las casas de apuestas deportivas

Esta propuesta se justifica por el hecho de que las generaciones de adolescentes, nacidas en una era de tecnología avanzada, están constantemente expuestos a los medios de comunicación los cuales no solo crean un contexto social que fomenta nuevas interacciones y relaciones comunicativas, sino que también proporcionan acceso inmediato a un solo clic destacando aquellos de carácter comercial y lúdico, como es el mundo de las apuestas deportivas y los juegos de azar.

Esta fácil accesibilidad y la influencia recibida a través de los distintos medios tecnológicos, aumentan la vulnerabilidad del público que participa en estas actividades de apuesta. Esto pone de manifiesto la necesidad urgente de implementar una regulación más estricta para proteger a los jóvenes.

Según Pérez et al. (2018), manifiestan que “el juego es una actividad natural y generalmente beneficiosa en el desarrollo de niños y adolescentes. Sin embargo, los problemas surgen cuando el juego se vuelve competitivo, orientándose hacia objetivos materiales o valorados” (p.32). En ese momento, el carácter del juego cambia, transformándose en una serie de actividades lúdicas que pueden provocar intensas emociones, desde la pasión hasta la obsesión. Este último estado puede dar lugar a una dependencia psicológica, lo que resalta la necesidad de una regulación adecuada.

Conforme Sarabia et al. (2014), expresan que “actualmente, se observa un crecimiento notable en la creación de casas de apuestas, facilitado por la presencia de la tecnología en el día a día mediante dispositivos móviles, tablets, ordenadores y televisión, además de la publicidad constante” (p.76). Este entorno propicio que los usuarios, especialmente aquellos que son jugadores recurrentes, tengan acceso a juegos de azar en cualquier momento del día. Ante esta situación, se propone la implementación de regulaciones sobre el control parental en la legislación de apuestas deportivas en Perú, con el fin de resguardar a los menores de edad del acceso no supervisado a estas actividades, que pueden tener repercusiones negativas en su desarrollo y bienestar.

Establecer medidas para la protección de los menores ayudará a salvaguardar los derechos y la salud mental de los jóvenes, promoviendo un entorno de juego responsable y ético. Además, una regulación adecuada puede prevenir el problema del juego compulsivo en la población juvenil, mitigando así posibles riesgos de adicción y problemas sociales asociados.

Es así que, a nivel internacional la legislación de Argentina, España e Italia han regulado las medidas de protección a los menores de edad en las casas de apuestas deportivas; la cual se resume de la siguiente manera:

Tabla 14*Propuesta legislativa sobre control parental en las casas de apuestas deportivas*

Argentina	<p>LEY 6.330 PREVENCIÓN Y CONCIENTIZACIÓN DEL JUEGO PATOLÓGICO Y ASISTENCIA A QUIENES LO PADECEN Y A SUS FAMILIARES</p> <p>Art. 5°.- Juego en línea responsable</p> <p>(...)</p> <p>8. Es fundamental que las plataformas de juego informen claramente la edad mínima requerida para participar en las actividades de apuestas, asegurándose de que esta información sea visible antes de que el usuario inicie sesión, siempre que el formato del canal lo permita.</p> <p>9. Además, se debe establecer un procedimiento que permita la verificación de la identidad y la edad de la persona que, apuesta, incluyendo un método de autenticación que ofrezca al jugador opciones para validar su identidad a través de un sistema de doble factor o cualquier tecnología que pueda sustituirlo en más adelante.</p>
Colombia	<p>No regula</p>
España	<p>LEY ORGÁNICA 8/2021, DE PROTECCIÓN INTEGRAL A LA INFANCIA Y LA ADOLESCENCIA FRENTE A LA VIOLENCIA</p> <p>Artículo 46. Diagnóstico y control de contenidos.</p> <p>1. Las casas de apuestas tienen la obligación de realizar diagnósticos periódicos que consideren criterios de género y edad en relación con el uso seguro de Internet por parte de niños, niñas y adolescentes.</p> <p>2. Asimismo, deben promover la creación de entornos digitales seguros, estandarizando la clasificación por edades y utilizando un etiquetado inteligente de los contenidos digitales. Esto facilitará a los menores de edad y a sus tutores de evaluar y seleccionar los tipos de contenidos, servicios y dispositivos.</p> <p>3. Adicionalmente, las casas de apuestas deben impulsar la implementación de mecanismos de control parental que protejan a los menores de la exposición a riesgos en línea.</p>
Italia	<p>DECRETO-LEY 30 de abril de 2020, n. 28 en concordancia Delibera 9/23/cons. MEDIDAS URGENTES PARA LA FUNCIONALIDAD DE SISTEMAS DE INTERCEPTACIÓN.</p>

Considerando 1 se establece:

Artículo 7-bis Sistemas de protección de menores frente a los riesgos del ciberespacio.

1. Los contratos de suministro de servicios de comunicaciones electrónicas deben incluir entre los servicios preactivados sistemas de control o de filtrado de contenidos inapropiados para menores y de bloqueo de contenidos reservados a un público mayor de dieciocho años.
 2. Los servicios preactivados a que se refiere el apartado 1 son gratuitos y solo podrán desactivarse previa solicitud del consumidor, titular del contrato.
 3. En caso de incumplimiento de las obligaciones a que se refiere este artículo, la Autoridad Reguladora de las Comunicaciones ordenará al operador que cese en la conducta y reembolse las sumas cobradas injustificadamente a los usuarios, indicando en todo caso un plazo no inferior a sesenta días para cumplir.
-

Después de lo desarrollado la legislación de España, Argentina e Italia respecto al tema de control parental, nuestro país no debe ser ajeno en adoptar y regular en nuestra ley vigente N° 31557 Ley que regula la explotación de los juegos a distancia y apuestas deportivas a distancia, con la finalidad de proteger a los niños y adolescentes de contenidos inapropiados o dañinos en línea.

Siendo así, la propuesta normativa que es la siguiente:

Texto actual	Texto propuesto
- NO REGULA	<p>La presente propuesta normativa debe agregarse en la sección de obligaciones y prohibiciones de los titulares de autorización para la explotación de los juegos a distancia o apuestas deportivas a distancia.</p> <p>Artículo 37.</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Las plataformas de apuestas en línea están obligadas a implementar sistemas de verificación de edad efectivos para garantizar que los usuarios sean mayores de edad. Esto incluye la solicitud de documentos de identificación válidos y verificación de la información proporcionada por el usuario y supervisión activa de las cuentas de usuario y la adopción de políticas de tolerancia cero hacia el juego de menores. b) Las empresas de juego en línea deberán proporcionar herramientas de control que permitan a los padres o tutores

limitar el acceso de los menores a las plataformas de apuestas. Estas herramientas incluyen la posibilidad de establecer límites de tiempo de juego, bloquear el acceso a ciertos tipos de contenido y establecer filtros de edad.

- c) Se requiere que las empresas de juego en línea proporcionen información clara y accesible sobre el juego responsable, incluyendo los riesgos asociados con el juego para los menores de edad. Esto incluye mensajes de advertencia, enlaces a recursos de ayuda para la ludopatía y materiales educativos para padres y adolescentes.
- d) Se requiere implementar sistemas de monitoreo automatizados y manuales para identificar y bloquear actividades sospechosas que puedan indicar el uso indebido de cuentas por parte de menores de edad.

CAPÍTULO IX

Régimen de Infracciones y Sanciones

Artículo 36. Sanciones, medidas correctivas y cautelares

(...)

36.3 Se establecen sanciones claras y proporcionales para las empresas de juego en línea que no cumplan con las disposiciones de medidas de protección. Estas sanciones incluyen:

(...)

f) Multas económicas de 1 a 300 UIT.

g) La revocación de licencias de operación o;

h) La prohibición de ofrecer servicios de juego en línea en el país.

Fundamento: En los últimos años, las apuestas deportivas en línea se han consolidado como una forma de entretenimiento comúnmente aceptada entre muchos menores. Esta situación plantea la cuestión de cómo proteger a los menores de los efectos nocivos asociados con este tipo de ocio. Es crucial reconocer que los adolescentes a menudo perciben estas actividades virtuales como una forma normalizada de entretenimiento, y debido a su edad, es complicado que sean plenamente conscientes de los riesgos involucrados.

El acceso constante a dispositivos digitales les permite entrar fácilmente a sitios web y aplicaciones de apuestas en cualquier momento, fomentando así la creación de un hábito de juego. Además, la publicidad en televisión, internet y redes sociales, que presenta las apuestas como actividades divertidas y sin riesgos, tiene un impacto

negativo en los menores, contribuyendo a la normalización de este comportamiento. Al igual que otras adicciones, la ludopatía afecta diversas áreas de la vida de los jóvenes, repercutiendo en su rendimiento académico y generando problemas significativos de dependencia.

Por lo tanto, la existencia de medidas de protección de los usuarios y de los menores en nuestra normativa peruana es de suma importancia. Los operadores de las casas de apuestas virtuales deben contar con instrumentos que garanticen la seguridad, tales como:

1. Verificación de edad: Implementar un proceso riguroso de verificación de la edad en el momento del registro, que incluya la solicitud de documentos de identificación válidos.
2. Tecnología de detección de edad: Utilizar tecnologías avanzadas de detección de edad, como el reconocimiento facial o algoritmos de verificación de identidad, para asegurar una determinación precisa de la edad de los usuarios.
3. Restricciones de acceso: Establecer medidas de seguridad, como contraseñas seguras para prevenir que menores accedan a las cuentas de juego de sus padres.
4. Monitoreo y detección de actividades sospechosas: Implementar sistemas de monitoreo automatizados y manuales para identificar y bloquear actividades sospechosas que puedan indicar el uso indebido de cuentas por parte de menores.

Estos instrumentos deben ser parte de una estrategia integral de control parental y cumplimiento normativo, diseñada para prevenir el acceso de menores a las apuestas deportivas a distancia y proteger su bienestar. En ese sentido, las empresas dedicadas a las apuestas deportivas tienen la responsabilidad de implementar medidas de control parental debido al potencial impacto negativo que el juego tiene en menores de edad.

Asimismo, es crucial que los padres o tutores de los menores sean conscientes de los riesgos asociados a las apuestas deportivas en línea, supervisando activamente el uso de dispositivos electrónicos y el acceso a internet.

4.1.2. Propuesta legislativa en torno a la regulación de publicidad y patrocinio

Tanto la publicidad como el patrocinio son valiosas herramientas que permiten que una empresa se conecte y comunique con su público, mientras que la publicidad utiliza un mensaje de forma directa que busca obtener el alcance en un determinado público con resultados en tiempo corto; el patrocinio busca lograr la comunicación de una forma indirecta haciendo uso de un implícito mensaje, que busca enlazar la marca de la empresa con un deportista o evento que le haga llegar a la mente de sus usuarios y ocasione una conexión a largo plazo.

En ese sentido, ambas formas de comunicación que se efectúan a través de distintos canales deben percibirse como beneficiosas para la sociedad; para lo cual es necesario que cuenten con una regulación que establezca los parámetros bajo los cuales las empresas deben desarrollar tanto la publicidad como el patrocinio.

A nivel internacional son distintas las legislaciones que ya han abordado y regulado el tema de la publicidad y patrocinio vinculadas con las casas de apuestas deportivas; las cuales pueden resumirse de la siguiente manera:

Tabla 15*Propuesta legislativa en torno a la regulación de publicidad y patrocinio*

Ley provincial 15.079 reglamentada por el DECRETO-2019-181-GDEBA-GPBA.

TÍTULO VIII - REGULACIÓN DEL JUEGO ONLINE

Artículo 160: Publicidad, patrocinio y promoción de las actividades de juego.

En la normativa se ha prohibido que se difunda la publicidad, patrocinio o promoción sin tener el permiso que otorga la autoridad correspondiente, por ende, es responsabilidad de los que difunden la publicidad de verificar que quien solicite la inclusión de anuncios publicitarios tiene el permiso correspondiente para el desarrollo de las actividades, asimismo para poder contar con la autorización correspondiente se deben cumplir con los parámetros que se encuentran detallados en el Anexo 4.

Argentina Asimismo, como medio de consulta, a través de la página web del Instituto
Provincia Provincial de Lotería y Casinos, se tendrá la lista actualizada de los operadores
de Buenos que se encuentran hábiles para desarrollar la modalidad de juego on line para
Aires que cualquier sujeto efectúe la verificación que corresponde.

Reglamento:

Las autoridades encargadas tienen como función emitir la autorización correspondiente para que se pueda desarrollar el patrocinio, publicidad o promoción de juegos, asimismo deberá controlar que se promueva la propagación de buenas prácticas en torno al juego.

Además, deberá verificar que la difusión de los anuncios publicitarios no se dirija y no se incluyan a menores de edad; además que no sea engañosa, abusiva o desleal y que no se modifique la dinámica del juego.

Ley 1753 de 2015, que modifica la Ley 643 de 2001

CAPÍTULO II

Art. 5: Regula respecto a los topes y categorías de inversión en publicidad, debiendo los operadores tomar en cuenta ello.

CAPÍTULO III

Art. 8: El contenido debe estar dirigido a aquellos usuarios que previamente se han registrado en las plataformas de los operadores y deberá figurar en el sitio web principal donde el operador ofrece actividades de juego; también abarca

temas en cuanto a la difusión en los establecimientos donde puede acudir el público y la realización de campañas publicitarias y patrocinio con la finalidad de realizar la promoción de la marca del operador.

Art. 9: LIMITACIONES A LA PUBLICIDAD

Colombia Se establecen los parámetros que deben tener en cuenta los operadores, dentro de los cuales se encuentra que no deben transmitir la falsa percepción falsa de gratuidad de la promoción, asimismo, no deben dar información imprecisa de difícil comprensión y no inducir a error en cuanto a las características y naturaleza del juego y menos adoptar testimonios de aquellas personas que en algún momento han ganado premios a raíz de que el operador ha realizado la publicidad.

CAPÍTULO IV

De la publicidad en elementos deportivos

Art. 10: Publicidad en los elementos deportivos

No se encuentra prohibido tener contratos con equipos profesionales sin tener en cuenta la categoría profesional, siempre que respeten los toques de inversión en publicidad.

CAPÍTULO V

De la publicidad a través de medios electrónicos o redes sociales

Art. 13: Reglas de difusión de publicidad audiovisual a través de plataformas digitales

Para difundir publicidad audiovisual necesariamente se debe contar con las herramientas que permitan evitar que se encuentre dirigido a menores de edad, las herramientas comprenden métodos que bloqueen u oculten los anuncios emergentes y la difusión de información sobre juego responsable.

Art. 14: Reglas específicas sobre comunicaciones comerciales en redes sociales

Para la difusión en redes sociales se debe contar con las herramientas que permitan impedir que la publicidad se dirija a menores de edad, las herramientas comprenden métodos que bloqueen u oculten los anuncios emergentes y la difusión de mensajes sobre juego responsable.

Ley 13/2011 modificada por la Ley 23/2022

Art. 7: Publicidad, patrocinio y promoción de las actividades de juego

Art. 7 bis: Principios generales para la publicidad, promoción y patrocinio de las actividades de juego

Se establece que las comunicaciones se realizarán teniendo siempre presente la responsabilidad social, esto es, respetando la dignidad humana y los derechos que se encuentran reconocidos constitucionalmente.

Siendo así, está prohibido la incitación a comportamientos antisociales de cualquier tipo. Tampoco está permitido que se asocie de manera óptima las actividades de juego o se otorgue un grado de superioridad social sobre aquellas personas que no juegan y mucho menos se sugiere que el juego es un factor clave que ayuda a la mejora en las cualidades personales o el reconocimiento social.

España

Tampoco está permitido que se incluya contenido sexual en las comunicaciones ni se debe establecer una vinculación entre el juego y la seducción, el incremento del atractivo y tampoco se deben utilizar gráficas que representen el dinero o de aquellos productos de lujo.

Decreto Dignità - Decreto-legge del 12/07/2018 n. 87

Art. 9: PROHIBICIÓN DE LA PUBLICIDAD DE JUEGOS Y APUESTAS

A través del Decreto Dignidad queda prohibido cualquier forma de publicidad relativa a juegos o apuestas con premios en dinero, así como los juegos de azar, independientemente de cómo se realicen y por cualquier medio, incluidos eventos deportivos, culturales o de otro tipo. transmisiones artísticas, televisivas o radiales, prensa diaria y periódica, publicaciones en general, carteles y canales informáticos, digitales y telemáticos, incluidas las redes sociales.

Italia

Teniendo en cuenta los aspectos regulados por las distintas legislaciones a nivel internacional concerniente al tema de patrocinio y publicidad de las casas de apuesta, en nuestro país, específicamente en la Ley N° 31557: “Ley que regula la explotación de los juegos a distancia y apuestas deportivas a distancia”, es necesario efectuar algunos ajustes en aras de garantizar el respeto de los derechos de los consumidores y poder supervisar el cumplimiento de las normas establecidas para aquellos que se encuentran dentro del ámbito de las casas de apuesta en nuestro país.

Siendo así, la propuesta normativa es la siguiente:

Texto actual	Texto propuesto
<p>Artículo 38.- Prohibiciones del Titular para la Explotación de los Juegos a Distancia o Apuestas Deportivas a Distancia</p> <p>El Titular, se encuentra prohibido de:</p> <p>(...) i) Aceptar publicidad de personas jurídicas no autorizadas y/o registradas por el MINCETUR en contravención del artículo 30 de la Ley.</p>	<p>Artículo 38.- Prohibiciones del Titular para la Explotación de los Juegos a Distancia y Apuestas Deportivas a Distancia</p> <p>El Titular, se encuentra prohibido de:</p> <p>(...) i) Admitir publicidad de personas que no estén registradas y/o autorizadas por el MINCETUR en contravención del artículo 30 de la Ley.</p> <p>(...) j) Establecer un contrato de publicidad con equipos de fútbol en el que se estipule que deben contener publicidad de las casas de apuestas en sus camisetas.</p>

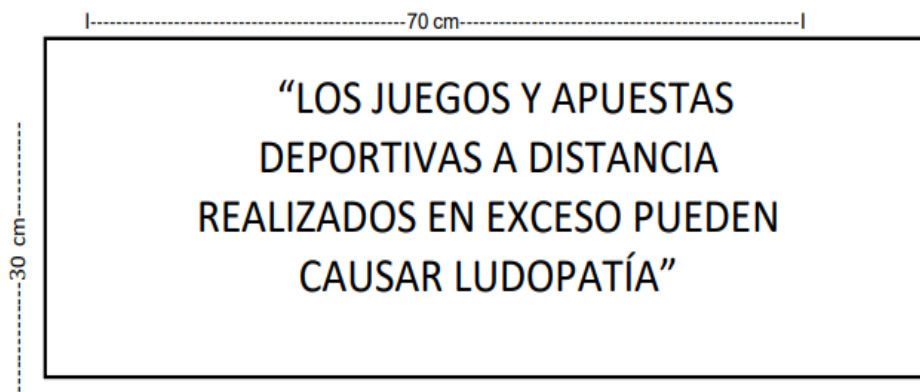
Fundamento: En lo que respecta al patrocinio, los clubes deportivos deben encontrarse prohibidos de llevar en sus camisetas, logos, imágenes u otros símbolos que se asocien con las casas de apuestas a distancia debido a que ello conlleva a que se asocie como una actividad beneficiosa para el consumidor y no se advierte de sus límites y/o consecuencias que se producen al no contar con los controles que corresponden. Asimismo, no se permite que las casas de apuestas efectúen el patrocinio de eventos, instalaciones y actividades deportivas sin tener la autorización correspondiente la cual brindará las pautas y condiciones para el desarrollo de dicha actividad. La medida se basa en la gran afluencia de espectadores que generan los eventos deportivos de fútbol y la gran llegada que pueden tener respecto a un anuncio publicitario lo cual como consecuencia genera que se visualice a los juegos y apuestas deportivas a distancia como una actividad normal y no perjudicial en las personas.

Tabla 16*Propuesta del art. 56*

Texto actual	Texto propuesto
<p>Artículo 56.- Advertencias en la publicidad de juegos a distancia y apuestas deportivas a distancia</p> <p>Tanto en la publicidad de los juegos a distancia y de las apuestas deportivas a distancia como en las salas de juego de apuestas deportivas a distancia, el Titular coloca de forma notoria la frase “Los juegos y apuestas deportivas a distancia realizados en exceso pueden causar ludopatía”.</p> <p>En las salas de juego, la frase es colocada en un sector visible de la sala, tomando como referencia las dimensiones establecidas en el Anexo I del presente Reglamento.</p> <p>Asimismo, la frase “Los juegos y apuestas deportivas a distancia realizados en exceso pueden causar ludopatía” se coloca al inicio de la página web del Titular en caracteres legibles y de fácil visibilidad, en proporción al resto de la información.</p> <p>Respecto a la publicidad, la frase “Los juegos y apuestas deportivas a distancia realizados en exceso pueden causar ludopatía” se coloca de tal manera que su visibilidad sea fácil y se encuentre con caracteres legibles y en proporción al resto de la información publicada en el caso de medios visuales y audiovisuales y para los casos de publicidad radial dicha frase se propaga y pronuncia en términos claros y comprensibles de acuerdo al modelo</p>	<p>Artículo 56.- Advertencias en la publicidad de juegos a distancia y apuestas deportivas a distancia</p> <p>En la publicidad de juegos y apuestas deportivas a distancia, así como en las salas de juego de apuestas deportivas que no requiere de la presencia física del operador, el Titular debe ubicar de manera visible la frase “Los juegos y apuestas deportivas a distancia realizados en exceso pueden causar ludopatía”. En las salas de juego, la frase es posicionada en un sector visible de la sala, tomando en cuenta las dimensiones establecidas en el Anexo I del presente Reglamento, las cuales deben respetarse de forma mínima.</p> <p>Asimismo, la frase “Los juegos y apuestas deportivas a distancia realizados en exceso pueden causar ludopatía” se sitúa en el inicio del sitio web del Titular que sea de fácil visibilidad y presentarse en y proporcionarles al resto de la información. Respecto a la publicidad, la frase “Los juegos y apuestas deportivas a distancia realizados en exceso pueden causar ludopatía” se consigna en caracteres legibles y de fácil visibilidad, en proporción al resto de la información publicada en el caso de medios visuales y audiovisuales y para los casos de publicidad radial dicha frase se difunde y pronuncia en términos claros y comprensibles.</p> <p>En todos los casos, debe ofrecerse la opción de optar por no recibir anuncios. Esto abarca los contenidos en redes sociales, la publicidad dirigida y la comunicación web.</p> <p>La difusión de anuncios de apuestas en formato audiovisual se debe realizar entre la una y las cinco de la madrugada. Esta restricción abarca tanto a la televisión, radio y también plataformas como YouTube y otros sitios de intercambio de videos.</p>

Figura 6

Aviso referido a la advertencia contra la Ludopatía



Nota. El gráfico representa las dimensiones del aviso referido a la advertencia contra la ludopatía. Tomado del Anexo I del Decreto Supremo N° 005-2023-MINCETUR que aprueba el Reglamento de la Ley N° 31557, Ley que regula la explotación de los juegos a distancia y apuestas deportivas a distancia. <https://spij.minjus.gob.pe/spij-ext-web/#/detallenorma/H1359991>

Fundamento: Respecto a la publicidad televisiva y radial se debe establecer un horario específico en el que se pueda transmitir dicha información, esto es dentro del tramo de 01:00h. a 05:00h. de la madrugada, de tal manera que no se pueda estimular el uso compulsivo del juego, dicha medida obedece a mecanismos que buscan contrarrestar el consumo de la actividad por parte de los consumidores en aras con la finalidad de brindarles la protección adecuada en cuanto a su salud, estabilidad económica y otros factores que influyen para que viva en un ambiente de estabilidad emocional que le permita desarrollarse adecuadamente. Por lo tanto, las casas de apuestas no pueden emitir anuncios de su actividad fuera del horario permitido y respecto a la publicidad en páginas de internet, redes sociales, correo electrónico o postal, solo deberá estar permitida cuando exista consentimiento del receptor.

Con la regulación propuesta se busca cautelar la protección de los derechos de los consumidores poniendo especial atención en los grupos vulnerables como lo son los menores de edad. Esta normativa se aplicará a cualquier forma de comunicación publicitaria ya sea como patrocinio, promoción de marca o de cualquier tipo de juego

realizada por las empresas o entidades en nuestro país, de tal manera que cumplan con las normas de ética cuyo fundamento se sustenta en cinco pilares: lealtad, legalidad, veracidad, identificación y responsabilidad social. Además, la finalidad es la promoción y el respeto de principios de juego responsable, prohibiendo la publicidad que fomente prácticas adictivas o que sugiera que el juego es un medio de escape o solución financiera.

Tabla 17

Propuesta de art.57

Texto actual	Texto propuesto
<p>Artículo 57.- Prohibiciones de la publicidad y patrocinio. 57.1 Se prohíbe la publicidad de los juegos a distancia o apuestas deportivas a distancia: a) Dirigida a menores de edad; b) Que incluya a menores de edad; y, c) Sobre personas jurídicas que no cuenten con autorización otorgada por MINCETUR para la explotación de juegos a distancia o de apuestas deportivas a distancia. 57.2 Se encuentra prohibido que las empresas que no cuenten con autorización para la explotación de juegos y apuestas deportivas a distancia patrocinen personas naturales o jurídicas, actividades o eventos de cualquier naturaleza que tengan relación con la actividad de juegos a distancia y apuestas deportivas a distancia. Para tal efecto, quienes reciban tal patrocinio verifican la condición de autorizado del anunciante.</p>	<p>Artículo 57.- Prohibiciones de la publicidad y patrocinio. 57.1 Se prohíbe la publicidad de los juegos a distancia o apuestas deportivas a distancia: a) Dirigida a menores de edad; b) Que involucre a menores de edad o que incite, de manera directa o indirecta, a que estos utilicen los servicios, así como mensajes que aprovechen la relación de confianza existente entre los menores y personas de su entorno, como padres, educadores u otras figuras de referencia, utilizándolas como elemento de conexión. c) Que emplee elementos gráficos, sonoros, textuales o verbales dirigidos al público infantil, y en tales casos, se debe incluir una advertencia sobre el uso de contenido publicitario ficticio. d) Permitir que personas que cuentan con notable influencia figuren en el contenido publicitario, esto es, personas famosas o personajes, reales o ficticios, de relevancia o notoriedad pública; y, e) Acerca de personas naturales o jurídicas que no estén autorizadas por el MINCETUR para la explotación de juegos o de apuestas deportivas a distancia. 57.2 Se prohíbe que las empresas que no se encuentren autorizadas para la explotación de juegos y apuestas deportivas a distancia patrocinen personas naturales o jurídicas, actividades o eventos de cualquier naturaleza que tenga relación con la actividad de juegos y apuestas deportivas a distancia. Por consiguiente, quienes reciban tal patrocinio tienen la obligación de efectuar la verificación de la condición de autorizado del anunciante.</p>

Fundamento: La propuesta deviene en base a lo que señalan diversos estudios europeos donde se demuestra que existe una conexión entre la difusión anuncios de juegos de suerte y el deseo a la participación en los mismos por parte de los

adolescentes. Esto debido a que ellos pueden desarrollar esquemas equivocados acerca de juegos de suerte, apreciándose como una actividad beneficiosa y sin ningún tipo de riesgo alguno. Ello se acentúa cuando se brinda un mensaje que recalca que un elemento primordial es la recompensa económica y la diversión.

Asimismo, no se debe permitir que personas que cuentan con notable influencia figuren en el contenido publicitario debido a que ejercen una enorme influencia, especialmente entre menores y jóvenes.

4.1.3. Propuesta legislativa sobre la modificación de la regulación sobre autoexclusión y autoprohibición

La autoexclusión y autoprohibición son herramientas esenciales para proteger a los usuarios al permitirles limitar voluntariamente o por terceros su acceso a los servicios de apuestas y juegos. Esta medida tiene como objetivo ayudar a las personas que enfrentan problemas con el juego, ofreciéndoles una forma eficaz de controlar su comportamiento y reducir los riesgos asociados. Sin embargo, la eficacia de la autoexclusión y autoprohibición depende en gran medida de la existencia de una regulación clara y sólida que establezca mecanismos y procedimientos adecuados para su implementación y seguimiento. En este contexto, la propuesta legislativa de modificación de la regulación tiene como objetivo actualizar y reforzar las normas actuales, garantizando que los sistemas de autoexclusión y autoprohibición sean más accesibles, comprensibles, eficientes y eficaces para todos los usuarios. Para ello, es crucial examinar y aprender de las mejores prácticas internacionales, adoptando enfoques que han demostrado ser exitosos en otros países. Al hacerlo, buscamos garantizar que los sistemas de autoexclusión y autoprohibición sean fáciles de usar, bien integrados y respaldados por servicios de apoyo adecuados y crear un marco regulatorio

que no sólo proteja a los usuarios, sino que también promueva un entorno de juego responsable y sostenible. Dichas prácticas, se resumen de la siguiente manera:

Tabla 18

Ley N° 6.330

Ley 6.330
CAPÍTULO III RÉGIMEN DE AUTOEXCLUSIÓN

Art. 20.- Registro Voluntario de Autoexclusión

Se ha instituido el "Registro Voluntario de Autoexclusión (ReVA)" dentro del territorio de la ciudad de Buenos Aires, el cual será administrado y regulado por la Autoridad de Aplicación, la cual determinará los requisitos esenciales para su adecuado funcionamiento.

Art. 21.- Cualquier persona tendrá el derecho a solicitar la inscripción en el Registro Voluntario de Autoexclusión, previamente el usuario debió haber sido informado sobre los efectos de toda sala de juego, agencia de juego en sus diversas modalidades o cualquier otro lugar designado por la Autoridad de Aplicación.

Art. 22.- Solicitud de Autoexclusión por medio de un familiar

El cónyuge, conviviente, ascendientes y descendientes que alcancen hasta segundo grado de consanguinidad, de una persona que sufre de ludopatía podrá solicitar que sea incluido en el ReVA. Recibida la solicitud, el ReVA contactará a la persona que sufre de ludopatía; le informará sobre el pedido del familiar, lo entrevistará y ofrecerá la posibilidad de autoexcluirse.

Art. 23.- Plazo de inscripción

Los plazos se estarán determinados a las condiciones que defina la Autoridad de Aplicación.

Argentina
Provincia de
Buenos Aires

El tiempo durante el cual una persona permanecerá en el Registro de Autoexclusión no podrá exceder el plazo de veinticuatro (24) meses, y comenzará a contabilizarse a partir del momento en el que la persona presente la solicitud.

Art. 24.- Levantamiento de la inscripción

La eliminación de la inscripción en el ReVA ocurrirá cuando el solicitante así lo desee una vez que haya cumplido el plazo y las condiciones establecidas por la Autoridad de Aplicación. En el caso de que la autoexclusión haya sido realizada a partir de la solicitud de algún familiar, este deberá ser notificado cuando se levante la inscripción.

Art. 25.- Procedimiento de identificación para el ingreso a salas y agencias de juego en línea

La Autoridad de Aplicación diseñará un procedimiento de identificación para que los establecimientos de juegos en línea, incluidas las salas y agencias, puedan reconocer a las personas registradas en el ReVA, previo al ingreso.

Art. 26.- Efectos de la inscripción

Las personas registradas en el ReVA no podrán acceder a las salas de juego o agencias de juegos en línea de la Ciudad de Buenos Aires, ni podrán realizar apuestas hasta que su inscripción sea cancelada debido al cumplimiento del período establecido o por su propia voluntad de dejar de autoexcluirse. Además, no serán objeto de publicidad relacionada con los juegos de apuestas.

RESOLUCIÓN 20214000036784 de 2021

CAPÍTULO I

Generalidades:

Art. 6.- Definiciones

Para efectos de la presente resolución se establecen las siguientes definiciones:

Autoexclusión: Se refiere a un procedimiento opcional en el cual los individuos pueden decidir apartarse temporalmente de un sitio de juego en su totalidad o de secciones específicas dentro de este. Este método busca fomentar la autoayuda y la capacidad de control personal, permitiendo a las personas tomar un tiempo de reflexión para considerar las posibles repercusiones de sus hábitos de juego.

CAPÍTULO II

Disposiciones

Art. 9.- Elementos

Las actividades centrales para poner en marcha el programa de juego responsable abarcan: iniciativas dirigidas a fomentar la conciencia y prevenir problemas, prácticas que fomentan el cuidado personal y proporcionar asistencia a quienes están experimentando dificultades debido al juego.

(...)

b) Formato autoexclusión: El formato de autoexclusión representa una herramienta que permite a los jugadores retirarse de manera voluntaria tanto de todo el establecimiento de juego como de áreas específicas dentro de él. Se emplea con el propósito de ofrecer apoyo personalizado, permitiendo a los jugadores tomar un descanso para reflexionar sobre las posibles implicaciones de su comportamiento en el juego. Al completar este formato, el jugador comunica su decisión de autoexclusión al operador correspondiente. Los operadores están obligados a tener disponible este formato, ya sea en formato físico o digital, y proporcionar a los jugadores cuando lo soliciten.

c) Registro autoexcluidos: Es el registro que recopila los datos de las personas que se autoexcluyen mediante un formato específico. Este registro se concibe como una herramienta para recopilar, monitorear, procesar y proporcionar un medio de verificación tanto para los operadores de juegos como para Coljuegos. Cada operador debe informar a Coljuegos sobre la información de cada jugador que se autoexcluye utilizando la herramienta tecnológica designada por esta entidad para este propósito. Este registro estará disponible para su consulta por parte de todos los operadores autorizados.

Real Decreto 176/2023

CAPÍTULO I

Artículo 3. Definiciones

A los efectos del presente real decreto, se entenderá por:

(...)

b) Autoexclusión: Es la opción que tiene una persona de solicitar que se le restrinja temporalmente el acceso a su cuenta de juego, sin que esto implique su cancelación o cierre definitivo.

c) Autoprohibición: Se refiere a la facultad que tiene una persona de solicitar la prohibición de su participación en actividades de juego, a través de su inscripción en el Registro General de Interdicciones de Acceso al Juego.

. (...)

Colombia

España

Sección 2.^a Mecanismos de prevención: Obligaciones generales Artículo 9. Obligaciones de información en portales web y aplicaciones, formación y protección:

1. Los operadores de juego deberán ofrecer en sus portales web y aplicaciones móviles un enlace directo que brinde información sobre juego seguro. Este enlace se denominará "Juego más seguro" y deberá ser claramente visible en la página de inicio del portal o aplicación.

Además, junto a este enlace, los operadores deberán proporcionar acceso a portales públicos sobre juego seguro, los cuales serán suministrados por la autoridad reguladora del juego. Dicha autoridad podrá definir la forma, apariencia y nombre de los enlaces mencionados.

2. En la sección prevista en el apartado 1 se incluirá, al menos, la siguiente información:

(...)

e) Posibilidad de autoexclusión temporal de la cuenta de juego.

(...)

Artículo 10. Información y asistencia sobre juego seguro y comportamientos de riesgo a través de servicio telefónico.

1. Los operadores deberán establecer un servicio telefónico para atención al cliente, a través del cual se brindará información y asistencia sobre el juego seguro. Este servicio deberá ofrecerse, al menos, en castellano y no podrá tener un costo adicional. Además, se deberá informar adecuadamente, como mínimo, sobre:

(...)

c) La posibilidad de ejercer las facultades de autoprohibición o de autoexclusión.

(...)

Sección 3. Participantes que hayan ejercido las facultades de autoprohibición y autoexclusión.

Artículo 31. Suspensión de cuentas de juego por autoprohibición.

1. Cuando el operador reciba la notificación de que alguien que está registrada en el Registro General de Interdicciones de Acceso al Juego tiene una cuenta activa en su plataforma, el operador retendrá el acceso a dicha cuenta y le informará a la persona acerca de las repercusiones asociadas a esta acción, tal como se describe en las secciones 2, 3 y 4.

2. Durante el tiempo en que la cuenta está suspendida, la persona que tenga una cuenta de usuario no podrá añadir fondos ni participar en ningún tipo de juego. Esta medida se implementa como parte de las acciones disciplinarias asociadas a la suspensión.

3. Durante el periodo en que la cuenta de juego esté inhabilitada, la persona que está registrada en el Registro General de Interdicciones de Acceso al Juego podrá pedir la transferencia de fondos, sin incurrir en ningún cargo extra, utilizando cualquier método de pago ofrecido por el operador. Esta transferencia puede consistir en lo siguiente:

a) El saldo que se encuentre en su cuenta de juego, incluyendo cualquier premio que haya ganado antes de que se efectuará la suspensión.

b) Los premios que haya ganado durante el tiempo en que la cuenta esté suspendida debido a su participación en el juego antes de dicha suspensión.

4. Cancelada la inscripción de una persona en el Registro General de Interdicciones de Acceso al Juego y haya recibido la comunicación especificada en el artículo 34, el operador puede levantar la suspensión de su cuenta de juego y permitirle jugar otra vez.

Artículo 32. Suspensión de cuentas de juego por autoexclusión.

1. Sin menguar de la facultad de autoexclusión, el operador permitirá a los jugadores optar por autoexcluirse, lo que dará como resultado la suspensión temporal de su cuenta de juego, absteniéndose de realizar depósitos o participar en juegos, junto con otras posibles consecuencias especificadas en el contrato de juego, si corresponde.

La autoexclusión, se activará en un plazo máximo de 48 horas después de haber rellenado la solicitud y será irrevocable durante el período establecido por el jugador, esta medida estará sujeta a las siguientes pautas:

a) Debe ser fácilmente accesible en la página de inicio del sitio web del operador de

juego, visible y distinguida de otras opciones de juego.

b) El jugador no se encuentra obligado a revelar los motivos detrás de su decisión al operador.

c) Debe ser autónomo no siendo necesario interactuar con ningún servicio de atención al usuario.

d) El procedimiento de autoexclusión debe ser sencillo para el jugador y requerir un número mínimo de pasos para confirmar la solicitud.

e) La solicitud de autoexclusión será irrevocable durante el período establecido por el jugador, sin embargo si el jugador ha elegido un período superior a seis meses según el modelo de autoexclusión determinado por el operador y establecido de acuerdo con las reglas mencionadas, la solicitud puede ser revocada por el jugador después de este período.

2. Después de que la autoexclusión entre en vigencia, el jugador solo podrá tener acceso a su cuenta de juego para retirar tanto el saldo como los premios obtenidos durante el período de suspensión de la cuenta de juego, derivados de participaciones en el juego realizadas antes de que se efectuara dicha suspensión.

Artículo 33. Restricciones a las comunicaciones comerciales de participantes que hayan ejercido las facultades de autoprohibición o autoexclusión.

No está permitido enviar mensajes publicitarios por correo electrónico u otros medios de comunicación similares, incluidos aquellos relacionados con actividades promocionales, a personas que hayan optado por la autoprohibición o la autoexclusión. Esta restricción dejará de tener efecto a partir del día siguiente al momento en que estas personas sean eliminadas del Registro General de Interdicciones de Acceso al Juego o finalicen su autoexclusión.

Artículo 34. Mensaje específico para aquellos que hubieran estado inscritos en el Registro General de Interdicciones de Acceso al Juego.

Los operadores deberán enviar un mensaje dirigido a aquellas personas que, habiendo estado inscritas en el Registro General de Interdicciones de Acceso al Juego y cumplido el período mínimo de permanencia, deciden darse de baja y retomar el uso de las cuentas de juego que tenían antes de su inscripción.

Este mensaje debe hacer referencia explícita a su antigua inscripción en el registro, así como a los riesgos asociados al juego y las políticas de juego responsable que mantiene el operador. Además, si el operador dispone de información detallada sobre el comportamiento de juego previo de estas personas, como pérdidas acumuladas o tiempos de conexión, esta información también debe ser incluida en el mensaje. Si estas personas han sido identificadas previamente como jugadores con un comportamiento de juego de riesgo o intensivo, esta información también debe ser comunicada.

Artículo 35. Procedimientos de seguimiento y detección de posibles suplantaciones de identidad por parte de participantes inscritos en el Registro General de Interdicciones de Acceso al Juego.

Se establecen procedimientos internos para identificar y monitorear posibles casos o intentos de suplantación de identidad por parte de personas que están inscritas en el Registro General de Interdicciones de Acceso al Juego y desean regresar a jugar. Estos procedimientos deben incluir verificaciones periódicas de la información de los jugadores y si se detectan coincidencias con cuentas activas, el operador debe suspender temporalmente la cuenta del jugador hasta que se confirme su identidad mediante la presentación de documentos específicos. Esto busca prevenir fraudes y asegurar la integridad del sistema de registro y control de acceso al juego.

Italia **No regula**

Considerando los aspectos regulados por distintas legislaciones a nivel internacional relacionadas con la autoexclusión y la autoprohibición en las casas de

apuesta, en nuestro país, específicamente en la Ley N° 31557: “Ley que regula la explotación de los juegos a distancia y apuestas deportivas a distancia”, es importante realizar ciertos ajustes que garanticen el respeto de los derechos de los usuarios y supervisar el cumplimiento de las normativas aplicables a aquellos que operan dentro del ámbito de las casas de apuesta en el país.

Estos ajustes que se realicen dentro de la legislación deben tener como objetivo fortalecer los mecanismos de supervisión y control, además de garantizar la efectividad de las medidas de autoexclusión y autoprohibición para aquellos que opten por utilizarlas. La autoexclusión permite a los usuarios solicitar su exclusión voluntaria de las actividades de juego, mientras que la autoprohibición otorga a los usuarios la posibilidad de prohibirse a sí mismos participar en estas actividades por un período determinado, siendo una medida más restrictiva que complementa la autoexclusión.

La inclusión del término de autoprohibición en la regulación peruana es necesaria, ya que brinda una herramienta adicional para proteger a los usuarios que presentan problemas con el juego. La implementación de la autoprohibición puede ayudar a reducir los casos de adicción al juego y otros problemas asociados, al ofrecer a los jugadores una forma más eficaz de limitar su participación en las apuestas.

Finalmente es importante promover la transparencia y la responsabilidad de parte de las casas de apuesta en el cumplimiento de estas disposiciones, asegurando un entorno de juego responsable, seguro y ético para todos los involucrados, buscando lograr no solo proteger a los jugadores, sino también mejorar la imagen y la confianza en la industria del juego en el país.

Siendo así, la propuesta normativa es la siguiente:

Tabla 19

Disposiciones generales

Texto actual	Texto propuesto
<p>TÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES Artículo 5.- Exclusión Voluntaria de las Personas Prohibidas de participar en los Juegos a Distancia y/o Apuestas Deportivas a Distancia - Reglamento de la Ley N° 31557</p> <p>5.1 Conforme al numeral 5 del artículo 28 de la Ley, no pueden participar en las Plataformas Tecnológicas de los juegos a distancia y/o apuestas deportivas a distancia las personas inscritas en el Registro de Personas Prohibidas de Acceder a establecimientos destinados a la explotación de juegos de casinos y máquinas tragamonedas, a cargo de la DGJCMT creado al amparo de la Ley N° 29907.</p> <p>5.2 Para el cumplimiento de la obligación contenida en el numeral anterior los Titulares son responsables de acceder a la información que obra en el Registro; así como, garantizar la reserva de identidad de la persona inscrita en virtud de lo dispuesto en la Ley N° 29733, Ley de Protección de Datos Personales y su Reglamento.</p> <p>5.3 El MINCETUR pone a disposición de los titulares la información del Registro de las personas prohibidas de acceder a establecimientos destinados a la explotación de juegos de casino y máquinas tragamonedas.</p> <p>5.4 Los Titulares deben incluir en la página principal de las Plataformas Tecnológicas de juegos a distancia y/o apuestas deportivas a distancia un enlace direccionado al Portal Web del MINCETUR para la inscripción en el Registro de Personas Prohibidas de Acceder a Establecimientos Destinados a la Explotación de Juegos de Casino y Máquinas Tragamonedas.</p> <p>ESTÁNDARES TÉCNICOS III PARA AUDITORÍA OPERACIONAL DE LAS PLATAFORMAS TECNOLÓGICAS APARTADO A Sección 12. Procedimientos de controles internos 13.8 Exclusiones</p> <p>La plataforma tecnológica cuenta con métodos para que el jugador pueda autoexcluirse del juego por un periodo específico o indefinido. Asimismo, la Plataforma Tecnológica debe establecer un método para que el Titular pueda excluir al jugador:</p> <p>a) Los jugadores deben recibir una comunicación sobre el estado de la exclusión.</p>	<p>TÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES Artículo 1.- Abreviaturas y Definiciones (...)</p> <p>1.63 Autoexclusión: Facultad de una persona a solicitar la restricción temporal de su acceso a su cuenta de juego, sin que ello implique su cancelación o cierre.</p> <p>1.64 Autoprohibición: Facultad de una persona a solicitar que se le prohíba la participación en las actividades de juego, mediante su inscripción en el Registro de Personas Prohibidas de Acceder a Establecimientos Destinados a la Explotación de Juegos de Casinos y Máquinas Tragamonedas.</p> <p>Artículo 5 - Exclusión Voluntaria de las Personas Prohibidas de Participar en los Juegos a Distancia y/o Apuestas Deportivas a Distancia.</p> <p>5.1 De acuerdo con el numeral 5 del artículo 28 de la Ley, las personas registradas en el Registro de Personas Prohibidas de Acceder a Establecimientos Destinados a la Explotación de Juegos de Casinos y Máquinas Tragamonedas, administrado por la DGJCMT conforme a la Ley N° 29907, no pueden participar en juegos y apuestas deportivas a distancia.</p> <p>5.2 Para el cumplimiento de la obligación contenida en el numeral precedente, los operadores están encargados de consultar la información almacenada en el registro mencionado previamente, así como de garantizar que se reserve la identidad de la persona inscrita, conforme a lo dispuesto en la Ley N° 29733, Ley de Protección de Datos Personales y su Reglamento.</p> <p>5.3 El MINCETUR pone a disposición de los Titulares la información del Registro de Personas Prohibidas de Acceder a Establecimientos Destinados a la Explotación de Juegos de Casino y Máquinas Tragamonedas.</p> <p>5.4 Los operadores deben:</p> <ol style="list-style-type: none"> 01. Incluir un enlace claramente visible en la página principal de sus plataformas para inscribirse en el Registro de Personas Prohibidas de Acceder a Establecimientos Destinados a la Explotación de Juegos de Casino y Máquinas Tragamonedas. 02. Proporcionar acceso a información sobre juego seguro, riesgos, y autoprohibición. 03. Ofrecer la posibilidad de autoexclusión temporal y condiciones para su ejercicio. 04. Incluir referencias a organizaciones que ofrezcan asistencia sobre trastornos asociados al juego y estructuras del Sistema Nacional de

b) Inmediatamente recibida la orden de exclusión la Plataforma Tecnológica no debe aceptar ninguna apuesta o depósito del jugador hasta que la exclusión sea retirada.

c) Mientras dure la exclusión, no se debe impedir al jugador retirar parte o el total del saldo de su cuenta siempre que el Titular acredite que los fondos están autorizados y que el motivo(s) para la exclusión no prohíba un retiro (estafa, fraude, etc.).

d) Ningún contenido publicitario o marketing está dirigido a los jugadores excluidos del juego.

e) La información sobre el periodo de autoexclusión del jugador debe estar almacenada en la cuenta de juego.

Salud.

05. Ofrecer la disponibilidad de un test de autoevaluación del comportamiento de juego.

06. Habilitar un servicio telefónico visible en la sección de juego seguro para asistencia en materia de juego seguro, sin tarificación adicional, y proporcionar información sobre riesgos, autoexclusión y autoprohibición.

ESTÁNDARES TÉCNICOS III PARA AUDITORÍA OPERACIONAL DE LAS PLATAFORMAS TECNOLÓGICAS APARTADO A

Sección 12. Procedimientos de controles internos

13.8 Autoprohibición

1. Al ser notificado el operador sobre la inscripción de una persona jugadora con cuenta activa en el Registro de Personas Prohibidas a Acceder a Juegos de Casinos y Máquinas Tragamonedas, deberá proceder a suspender dicha cuenta y comunicar las consecuencias de esta suspensión según lo estipulado en los apartados 2, 3 y 4.
2. Durante el periodo que se suspenda, la persona no podrá realizar participar en juegos ni mucho menos realizar depósito alguno.
3. Mientras la cuenta esté suspendida, la persona inscrita en el Registro de Personas Prohibidas a Acceder a Juegos de Casinos y Máquinas Tragamonedas podrá solicitar que se transfieran los fondos, a través de cualquier método de pago ofrecido por el operador que no conlleve costos adicionales.
 - a) Del saldo, incluidos los premios obtenidos antes de la suspensión.
 - b) De los premios ganados mientras la cuenta se encuentre suspendida, resultantes de participaciones realizadas antes de la misma.
4. Cuando se cancele la inscripción de una persona en el Registro de Personas Prohibidas a Acceder a Juegos de Casinos y Máquinas Tragamonedas, previa solicitud de la misma y el envío del mensaje establecido en el artículo 13.11, el operador tiene la facultad de levantar la suspensión de la cuenta y permitir su participación en los juegos.

13.9 Autoexclusión

1. El operador deberá disponer de métodos que permitan al jugador autoexcluirse del juego. Asimismo, el operador tiene que establecer un sistema para que el Titular tenga la facultad de excluir al jugador:
2. Los jugadores deben recibir una comunicación sobre el estado de la exclusión.
3. La autoexclusión, que será efectiva en un plazo máximo de cuarenta y ocho (48) horas desde que se termine la solicitud e irrevocable durante el plazo señalado por el participante, se someterá a las

siguientes reglas:

a) Deberá configurarse en la página de inicio del sitio web del operador de manera accesible para los jugadores y claramente diferenciada de otras opciones de la página.

b) No se podrá exigir al jugador que detalle al operador las razones por las que ejerce esta facultad.

c) Deberá configurarse de tal manera que no sea indispensable interactuar con ningún servicio de atención al cliente.

d) El proceso de autoexclusión tiene que ser sencillo para el jugador y solicitar un mínimo de pasos para su confirmación.

e) La solicitud será irrevocable durante el periodo indicado por el participante. Si el participante ha señalado un plazo superior a seis meses, según el modelo de autoexclusión establecido por el operador y articulado conforme a las reglas previstas en este precepto, la solicitud podrá ser revocada por el interesado tras transcurrir dicho periodo.

f) La información respecto al periodo de autoexclusión del jugador se debe almacenar en la cuenta de juego.

4. Cuando se hace efectiva la autoexclusión, el jugador únicamente podrá tener acceso a su cuenta de juego si requiere desembolsar el saldo de su cuenta y los premios ganados durante la suspensión de la cuenta de juego como resultado de participaciones realizadas antes de que opere la suspensión..

13.10 Restricciones a las comunicaciones comerciales de participantes que hayan ejercido las facultades de autoprohibición o autoexclusión.

1. Se prohíbe enviar cualquier tipo de comunicación comercial, ya sea por correo electrónico u otros medios equivalentes, incluyendo promociones y su disfrute, a los participantes que hayan optado por las facultades de autoexclusión o autoprohibición.

2. Esta prohibición cesará al día siguiente de que los participantes dejen de estar inscritos en el Registro de Personas Prohibidas a Acceder a Juegos de Casinos y Máquinas Tragamonedas o terminen su autoexclusión.

Artículo 13.11 Mensaje específico para personas que hayan estado inscritas en el Registro de Personas Prohibidas a Acceder a Juegos de Casinos y Máquinas Tragamonedas

1. Los operadores deben remitir un mensaje específico a aquellos que, tras haber estado inscritos en el Registro de Personas Prohibidas a Acceder a Juegos de Casinos y Máquinas Tragamonedas y haber cumplido con el período mínimo de permanencia, decidan reactivar sus cuentas de juego previas.

2. Este mensaje debe incluir, como mínimo, una referencia explícita a su anterior estado de registro, los riesgos derivados de la actividad de juego, y las políticas de juego seguro o responsable que ofrece el operador.

3. Si el operador dispone de información sobre el comportamiento previo del jugador, como pérdidas acumuladas, tiempos de conexión, quejas o cualquier otro dato relevante, deberá incluirlo en el mensaje para

que el jugador tenga mayor conocimiento de su conducta de juego anterior.

4. En caso de que estos jugadores hayan sido considerados de alto riesgo o con conductas de juego intensas, dicha información también deberá ser incluida en la comunicación.

Artículo 13.12 Procedimientos de seguimiento y detección de posibles suplantaciones de identidad por parte de participantes inscritos en el Registro de Personas Prohibidas a Acceder a Juegos de Casinos y Máquinas Tragamonedas

Los operadores deberán establecer procedimientos internos específicos para monitorear y detectar intentos de personas registradas en el Registro de Personas Prohibidas a Acceder a Juegos de Casinos y Máquinas Tragamonedas de identificar a otro jugador.

Para detectar este tipo de fraude los operadores deben, entre otras cosas, revisar periódicamente la información sobre estos juegos.

Después de estas comprobaciones, si se detectan juegos con un jugador activo, el operador debe suspender su cuenta de juego hasta que se verifique su identidad con la verificación de documentos correspondientes.

Fundamento: La modificación del Artículo 5° del Reglamento de la Ley N° 31557, busca abordar las diversas deficiencias identificadas, con el fin de optimizar la eficacia de las medidas de autoexclusión y autoprohibición en los juegos a distancia y apuestas deportivas. La adaptación de la regulación actual hacia un enfoque más accesible y proactivo tiene varios fundamentos clave:

Flexibilidad y Adaptabilidad Regulatoria: La propuesta permitirá a la autoridad reguladora determinar la forma y apariencia de los enlaces y otros elementos necesarios, fortaleciendo su capacidad para ajustarse a las demandas cambiantes del mercado. Esta flexibilidad es esencial para implementar estrategias efectivas de prevención y protección del jugador, manteniendo una regulación dinámica y ajustada a la evolución tecnológica y las demandas de los usuarios.

Claridad y Transparencia en los Procedimientos: La modificación aborda la falta de un procedimiento claro para la autoexclusión y autoprohibición, la ausencia de especificaciones sobre la duración mínima y máxima de estas medidas, así como la falta

de claridad en las consecuencias para los operadores que no cumplan con las medidas establecidas. Al proporcionar directrices precisas y detalladas, se garantiza la efectividad y la transparencia del sistema.

Además, dentro de los procedimientos que las mismas casas de apuestas a distancia ofrecen resultan engorrosos, ya que, como se observa en la siguiente figura 7, se debe sustentar el motivo para poder autoexcluirse, lo que contraviene al principio de simplicidad y accesibilidad. Este principio establece que los procedimientos deben ser sencillos y accesibles para todos los consumidores, sin exigir requisitos innecesarios que dificulten el ejercicio de sus derechos.

Figura 7

Interfaz del aplicativo de Betano

The screenshot shows the 'Protección al Jugador' (Player Protection) interface in the Betano app. On the left is a navigation menu with options like 'Resumen', 'Transacciones', 'Historial', 'Perfil', 'Datos Personales', 'Acceso y Seguridad', 'Configuración de Apuesta', 'Protección al Jugador', 'Proceso de Verificación', 'Ajustes de Privacidad', and 'Promociones'. The main content area is titled 'Protección al Jugador' and contains a 'Cierre Temporal de Cuenta' section with a right arrow, and an 'Autoexclusión' section with a dropdown arrow. Below this is a text block explaining the self-exclusion process. A checkbox for 'Apuestas Deportivas - Virtuales' is checked. There are two dropdown menus for 'Periodo' and 'Motivo', both marked as 'Obligatorio'. A 'Casino' checkbox is unchecked. A 'Guardar cambios' button is at the bottom. On the right side, there is a 'Saldo' section showing '\$0.00' and sub-sections for 'para apostar' and 'para retiro', both at '\$0.00'. There are 'Actualizar', 'DEPÓSITO', and 'RETIRO' buttons.

Nota. La figura muestra el procedimiento a seguir en caso de que una persona desee autoexcluirse de una casa de apuesta a distancia.

Enfoque Proactivo y Preventivo: La inclusión de medidas proactivas, como enlaces directos a información sobre juego seguro y recursos de autoexclusión y autoprohibición, busca prevenir problemas de juego antes de que se conviertan en crisis. Al reducir potencialmente los costos asociados con tratamientos y asistencia para

problemas de juego, se promueve un enfoque preventivo y temprano. Esto no solo protege al jugador, sino que también reduce la carga sobre los servicios de salud y asistencia social, contribuyendo a un sistema más sostenible.

Alianza con Tendencias Internacionales: La propuesta se alinea con tendencias internacionales que promueven la transparencia, la responsabilidad y el acceso a recursos de juego seguro. Esta alineación refuerza la imagen de Perú como un entorno de juego ético y responsable, generando confianza tanto a nivel nacional como internacional.

Mejora de la Eficacia del Sistema de Autoexclusión y Autoprohibición: La modificación busca mejorar la eficacia y la transparencia del sistema, enfocándose en la promoción de un juego responsable, la accesibilidad a la información, la autonomía del jugador y la adaptabilidad de la regulación a las dinámicas del mercado. Estos cambios no solo fortalecerán la protección del jugador, sino que también posicionarán a Perú a la vanguardia de las prácticas regulatorias responsables en el ámbito de los juegos de azar.

4.2. Proyectos de Ley y/o Normas vinculadas

Chile:

El proyecto de ley para regular el juego online en Chile ha llegado al Senado, buscando formalizar una industria que actualmente opera de manera ilegal. Su objetivo es crear un mercado competitivo y seguro, protegiendo a los jugadores y aumentando la recaudación fiscal. Se propone un modelo semiabierto, similar al de los casinos, y otorga nuevas responsabilidades a entidades como la Superintendencia de Casinos y el Servicio de Impuestos Internos.

La ley incluye medidas de protección para los usuarios, especialmente menores, a través de una Política Nacional de Apuestas Responsables y la regulación de la publicidad. Además, establece sanciones para el juego ilegal y exige que las plataformas autorizadas paguen un gravamen del 2% sobre las apuestas deportivas, destinado a financiar el deporte en el país. El régimen fiscal será similar al de los casinos físicos, con un impuesto del 20% y la opción de deducir gastos relacionados con el juego responsable.

El proyecto busca regularizar una industria que actualmente opera en la ilegalidad, promoviendo un entorno seguro y competitivo. Establece un marco de supervisión por diversas entidades gubernamentales y contempla la creación de una Política Nacional de Apuestas Responsables para proteger a los usuarios, especialmente a los menores de edad.

Finalmente, el proyecto asigna nuevas competencias a diversas entidades, tales como la comisión para el mercado financiero, superintendencia de casinos de juegos, el servicio de impuestos internos, la subsecretaría de telecomunicaciones y la unidad de análisis financiero. Además de establecer regulaciones, que incluye medidas para la protección de usuarios, especialmente de los menores de edad. Asimismo, se propone crear una Política Nacional de Apuestas Responsables, orientada a prevenir la ludopatía y regular la publicidad de los operadores. El proyecto también busca combatir el juego ilegal, restringiendo la publicidad a plataformas autorizadas, supervisando los métodos de pago y bloqueando transacciones hacia sitios no permitidos. Además, prohíbe que entidades no autorizadas mantengan cuentas bancarias en el país y establece sanciones para quienes operen plataformas ilegales.

Brasil:

Aún no se cuenta con la aprobación, por parte del Cámara de Diputados - Congreso brasileño, el Proyecto de Ley N° 3.626/2023, el cual ya ha sido aprobado por la Comisión de Deportes representado por su Presidente el exfutbolista y senador Romário.

El Proyecto de Ley que busca la modificación de la ley y aborda sobre la finalidad de fondos de loterías y apuestas de cuota fija (Ley 13.756, de 2018) y modificación de la normativa que legisla la repartición gratuita de recompensas (Ley 5.768, de 1971). Asimismo, se precisa que la explotación de Apuestas para su operación deberá contar con la autorización del Ministerio de Hacienda, cuyo plazo máximo será de 65 años con posibilidad de revisión en cualquier momento, además de la autorización, las personas jurídicas deberán cumplir estrictos requisitos respecto a la sede, la administración en el territorio nacional, destreza en el juego y protección cibernética.

De acuerdo a lo expuesto, cabe resaltar que la regulación relacionada con las casas de apuestas virtuales está siendo abordada por la mayoría de países debido a su incremento exponencial y el uso que realizan las personas en la actualidad, por ello es de suma importancia que se cuente con una regulación a la vanguardia de las actividades que se desarrollan día a día.

Gran Bretaña:

El canciller de Hacienda del Reino Unido, Jeremy Hunt, anunció que el gobierno llevará a cabo una consulta sobre la posibilidad de introducir un impuesto unificado para el juego en línea, que actualmente está sujeto a tres impuestos diferentes.

Estos impuestos incluyen la obligación general de apuestas, el impuesto sobre el juego a distancia y el impuesto sobre las apuestas colectivas. En el año fiscal 2022-

2023, la tasa impositiva para el juego en línea es del 21 % de las ganancias, mientras que se establece en un 15 % tanto para los ingresos generales de apuestas como para las apuestas de grupo.

Es importante destacar que la consulta se centrará únicamente en el juego en línea y, por el momento, no se proponen cambios en la estructura fiscal para los operadores físicos.

Este anuncio coincide con el proceso de consultas que se llevó a cabo por la Comisión del Juego del Reino Unido sobre las propuestas presentadas en el Libro Blanco para la revisión de la Ley de Juegos de Azar de 2005. En la primera fase de consultas, que se llevó a cabo desde julio hasta la última semana de octubre, se examinaron aspectos como los riesgos financieros y de vulnerabilidad, el diseño de juegos en línea, la mejora de las opciones de los consumidores en el marketing directo y el fortalecimiento de la verificación de la edad en los establecimientos físicos.

Tim Miller, Director Ejecutivo de Políticas de la Comisión de Juegos de Azar, anunció que la próxima fase de consultas abordará siete temas durante un período de 12 semanas, que concluirá en febrero o marzo de 2024.

4.3. Exposición de motivos

4.3.1. Objeto de la norma

Establecer las mejoras necesarias en la regulación de las apuestas deportivas a distancia, creando un marco regulatorio integral que aborde eficazmente los aspectos legales, económicos y sociales relacionados con las apuestas deportivas a distancia, con el objetivo de garantizar la protección de los usuarios a través de la autoexclusión y autoprohibición, asimismo, prevenir la ludopatía, promover la transparencia y la integridad en las operaciones de juego, y fomentar el desarrollo sostenible de la

industria de las apuestas deportivas en línea, en concordancia con la Ley N° 31557 y los principios de equidad y responsabilidad social.

4.3.2. Marco jurídico

Con fecha 13.08.2022, se publicó en el Diario Oficial El Peruano la Ley N° 31557, Ley que regula la explotación de los juegos a distancia y apuestas deportivas a distancia, asimismo mediante Decreto Supremo N° 005-2023-Mincetur, se publicó el Reglamento de la Ley en mención. Ambos dispositivos legales han abarcado distintos temas relacionados con las apuestas deportivas a distancia, sin embargo, se han identificado problemas públicos adicionales los cuales se propone dar solución con la modificación de la Ley N° 31557 y su Reglamento; aquellos problemas los siguientes:

Problema 1: Ausencia de control parental

La ausencia de control parental en nuestra legislación de apuestas deportivas a distancia puede implicar una violación de los derechos individuales de los menores de edad. Sin una restricción clara sobre el acceso de los menores a plataformas de apuestas en línea, existe un riesgo significativo de exposición a contenidos y prácticas que afectan su bienestar y desarrollo. Es así que, la falta de medidas de protección pueden aumentar el riesgo de desarrollar ludopatía entre los usuarios, especialmente entre los jóvenes. La ludopatía puede generar consecuencias graves relacionadas con la salud mental y el bienestar general de los usuarios, y la prevención de esta adicción debe ser una prioridad en cualquier marco regulatorio relacionado con el juego.

Es crucial que las empresas de este sector asuman su responsabilidad social corporativa y contribuyan activamente a mitigar los posibles impactos negativos de sus actividades en la sociedad. Muchas jurisdicciones y organismos reguladores internacionales han adoptado medidas para promover el control parental y la protección hacia la salud mental en el contexto de las apuestas en línea. La falta de tales

disposiciones en la Ley N° 31557 podría resultar en un incumplimiento de las normas internacionales y un retroceso en términos de buenas prácticas regulatorias en esta área.

Problema 2: Ausencia de límites y controles de publicidad y patrocinio

El incremento del uso de casas de apuestas virtuales por parte de los usuarios en nuestro país y a nivel mundial se dio en el contexto del desarrollo del confinamiento generada a raíz del Covid-19 cuyo impacto tuvo una duración de aproximadamente 2 años, siendo así y debido al éxito alcanzado por diversas casas de apuestas que desarrollan sus actividad en nuestro país, en el 2022, fue la primera vez que una casa de apuestas internacional invirtió en el Campeonato Oficial de Fútbol Peruano al cual denominó LIGA 1 BETSSON y se encuentra conformado por 19 equipos de los cuales 17, efectúan la difusión de publicidad y patrocinio de este sector ya que lucen en sus uniformes deportivos el auspicio de 7 casas de apuestas deportivas.

La exhibición en eventos masivos como lo es el fútbol y a través de otros medios de comunicación, facilita el recordatorio de nombres de las casas de apuestas, lo cual es un factor que aumenta el riesgo de iniciación de consumo en dicho rubro y lo normaliza cumpliendo con la finalidad del marketing del rubro de casas de apuestas virtuales que es mantener e incrementar su número de consumidores creando la impresión que dicho consumo es socialmente aceptable. Si nos enfocamos en la difusión de publicidad a través de las propias plataformas de las operadoras que desarrollan dicha actividad y otros sitios vinculados a los mismos, solo basta que el usuario cuente con equipos tecnológicos e informáticos. y acceso a internet, no existe ningún tipo de prohibición y/o límite que regule la difusión de la publicidad de esa forma por lo que fácilmente la publicidad puede llegar a menores de edad y personas vulnerables. Todo ello tiene como consecuencia un aumento de exhibición constante a aquellos que apuestan pasando del estadio sano en cuanto a distracción y esparcimiento, al estadio de la apuesta compulsiva y obsesiva.

Problema 3: Deficiencia en el marco regulatorio de la autoexclusión y autoprohibición

La ley que regula la explotación de los juegos a distancia y apuestas deportivas a distancia, tuvo como uno de sus fines principales proteger a sectores más vulnerables mediante controles de acceso y políticas de juego responsable.

Un tema importante que hemos considerado es la deficiencia en el marco regulatorio de la autoexclusión y autoprohibición en nuestro país, ya que no especifica un procedimiento claro para la autoexclusión, no cuenta con una definición del término de autoprohibición, no especifica cómo se evaluará técnicamente el certificado de cumplimiento en el ámbito de la autoexclusión en las plataformas tecnológicas a distancia, no detalla claramente las consecuencias que tendrán los operadores que no cumplan con las medidas de autoexclusión, y no se mencionan mecanismos de apoyo y seguimiento a las personas que se autoexcluyen de los juegos de apuestas virtuales.

Lo que acarrea un gran problema, sin una normativa clara, incluso los operadores pueden no estar preparados para implementar medidas efectivas de autoexclusión, la falta de regulación detallada dificulta la protección de personas que tengan problemas de adicción al juego y al existir inconsistencias en la aplicación genera una interpretación subjetiva que conllevarían a aplicaciones inconsistentes de las políticas de autoexclusión. Estas consecuencias podrían expresarse en la falta de distinción entre autoexclusión y autoprohibición puede generar confusión sobre los derechos y opciones disponibles para los jugadores, así como sobre las responsabilidades de los operadores. Los jugadores podrían no entender las diferencias en términos de restricciones, plazos y procedimientos, lo que podría llevar a una menor efectividad de estas medidas; sin una diferenciación clara, los operadores pueden aplicar las políticas de manera inconsistente, lo que podría resultar en desigualdades en

la protección de los jugadores y en la implementación de las medidas de autoexclusión y autoprohibición, la autoexclusión y la autoprohibición sirven para diferentes propósitos y necesidades. La autoexclusión es generalmente una medida temporal que permite a los jugadores tomar un descanso del juego, mientras que la autoprohibición es una medida más severa y a largo plazo para aquellos con problemas graves de adicción. No diferenciar entre ambas puede impedir que los jugadores reciban la protección adecuada según su situación específica, una regulación que no distinga claramente entre autoexclusión y autoprohibición puede reducir la eficacia general de las políticas de juego responsable. Las medidas no estarán adecuadamente adaptadas a las diversas necesidades y comportamientos de los jugadores, lo que podría llevar a una menor reducción de los problemas relacionados con el juego.

4.3.3. Contenido de la norma

Regulación del control parental

La nueva propuesta normativa se incorpora en el artículo 37 de la Ley, que establece obligaciones y prohibiciones para los titulares autorizados en la explotación de juegos y apuestas deportivas en línea, así como sanciones y medidas correctivas dado que es fundamental incluir disposiciones sobre las medidas de protección, dado que los menores son particularmente susceptibles a los efectos adversos del juego, como la ludopatía y otros problemas de salud mental. La implementación de mecanismos de control parental en la legislación permitirá restringir el acceso de los menores a plataformas de apuestas en línea, garantizando su bienestar y desarrollo. Asimismo, se prevén sanciones claras y proporcionales para aquellas empresas que no cumplan con estas regulaciones, lo que refleja un firme compromiso con la protección de los derechos e intereses de los jóvenes en Perú.

Difusión de publicidad y patrocinio

En el artículo 38 del Reglamento de la Ley se establecen las Prohibiciones del Titular para la Explotación de los Juegos a Distancia o Apuestas Deportivas a Distancia siendo esencial incorporar en el contenido una prohibición para el titular vinculado con la suscripción de un contrato de publicidad con equipos de fútbol vinculado con la difusión de la publicidad de las casas de apuestas en sus camisetas.

Por su parte, en el artículo 56 referido a las advertencias en la publicidad de juegos a distancia y apuestas deportivas a distancia debe consignarse una opción para los consumidores para optar por no recibir anuncios de manera general, ya sea contenidos en redes sociales, la publicidad dirigida y la comunicación web, además se consigna un horario específico para la difusión de anuncios de apuestas en formato audiovisual y en el artículo 57 del Reglamento de la Ley se han añadido prohibiciones de la publicidad y patrocinio como garantía de protección a los menores de edad y grupos vulnerables.

Mejora en la autoexclusión y autoprohibición

En el artículo 5 del Reglamento de la Ley se establecen las Prohibiciones del Titular para la Explotación de los Juegos a Distancia o Apuestas Deportivas a Distancia siendo esencial incorporar en el contenido un procedimiento claro y accesible para la autoexclusión, para que los jugadores obtengan una guía precisa y entendible sobre cómo poder solicitar la autoexclusión de manera voluntaria, que las sanciones establecidas para los operadores sean claras, promoviendo así la responsabilidad y el cumplimiento de la normativa por parte de los proveedores, que se implemente mecanismos técnicos que posibiliten la evaluación y comprobación de las medidas de autoexclusión en las plataformas tecnológicas, finalmente consideramos que los

operadores deben de ofrecer programas de apoyo y seguimiento a los jugadores que se auto excluyeron, ofreciendo recursos de asesoramiento, terapia y rehabilitación para promover una cultura de juego responsable.

Por su parte en la Sección 12 de los Estándares Técnicos del Reglamento de la Ley de Explotación de los Juegos a Distancia o Apuestas Deportivas a Distancia, específicamente en el artículo 13.8 y siguientes, se propone acerca de los métodos que debe incluir los operadores para el procedimiento de autoexclusión, dejando de lado el procedimiento de autoprohibición, sin embargo al incluir este término nuestra regulación tendría una mayor eficacia; ya que, tiene como objetivo reforzar las políticas de juego responsable y asegurar una protección más efectiva para los jugadores vulnerables. Al implementar estas medidas, se crearán condiciones más seguras para aquellos que buscan controlar su comportamiento de juego, al tiempo que fomenta una mayor responsabilidad por parte de los operadores de apuestas.

4.3.4. Análisis de impactos cuantitativos y/o cualitativos

La modificación de la Ley N° 31557 viabiliza una mejor aplicación de la regulación en cuanto a la explotación de juegos y apuestas deportivas a distancia, asimismo, la aplicación de la misma, no implica una generación de gastos al erario nacional, debido a que no se necesita un incremento de recursos, en cuanto al beneficio no se puede cuantificar a razón de que se trata de protección de derechos del consumidor.

A su vez, la modificación, busca que las empresas titulares desarrollen buenas prácticas empresariales tomando en cuenta medidas para proteger la salud pública, límites y prohibiciones en cuanto a la publicidad y el patrocinio y transparencia de sus operaciones. Asimismo, el beneficio será directamente a la sociedad, especialmente a los consumidores, ya que generará seguridad y confianza para ellos por lo que, su

utilidad se fundamenta en la promoción del crecimiento sostenible y desarrollo formal de la actividad empresarial objeto de regulación, basado en la existencia de un marco regulatorio que garantice la seguridad jurídica.

4.3.4.1. Impactos cuantitativos

- **Economía nacional:** La modificación no implica un aumento de los gastos públicos, ya que no requiere asignación adicional de recursos. Esto se traduce en una gestión con mayor eficiencia de los recursos del erario nacional.
- **Ingresos del Estado:** Aunque no se cuantifica directamente, la regulación efectiva de la explotación de juegos y apuestas deportivas a distancia puede potencialmente aumentar los ingresos fiscales a través de impuestos y tarifas asociadas.
- **Industria del Juego:** La aplicación efectiva de la modificación puede conducir a un crecimiento sostenible de la industria del juego en línea al fomentar un entorno regulatorio más claro y seguro para los operadores, lo que potencialmente podría generar un aumento en los ingresos y empleos dentro del sector.

4.3.4.2. Impactos cualitativos

Protección del Consumidor: La modificación que proponemos tiene como finalidad la protección de los derechos de los consumidores, brindando seguridad y confianza a los usuarios de juegos y apuestas en línea. Esto se traduce en un beneficio cualitativo que permite garantizar una experiencia de juego justa, segura y responsable.

Prácticas empresariales responsables: La modificación fomenta que las empresas titulares adopten prácticas empresariales responsables, esto puede

mejorar la reputación de las empresas y fortalecer la confianza del público en la industria del juego en línea.

Seguridad jurídica regulatoria: La modificación promueve la existencia de un marco regulatorio claro y estable, lo que beneficia tanto a los operadores como a los consumidores al proporcionar seguridad jurídica y previsibilidad en el entorno empresarial. Esto puede atraer inversiones y promover un desarrollo económico más sólido y sostenible en el sector del juego en línea.

4.4. Discusión

En nuestro país, se han realizado pocas investigaciones relacionadas con el contenido y/o aplicación de la Ley N° 31557, toda vez que su regulación y aplicación es reciente y a la fecha no se han vislumbrado mayores complicaciones. Una de las investigaciones ha sido realizada por Coaquira y Sulca (2023) titulada: “Ley N° 31557 que regula la explotación de los juegos a distancia y apuestas deportivas a distancia y la rentabilidad de las casas de apuesta del Cercado de Arequipa 2022”, esta investigación tuvo como objetivo determinar el impacto de la reciente regulación en la rentabilidad de las casas de apuestas, concluyendo que la Ley N° 31557 influye en las ganancias y utilidades percibidas por estas. Por lo tanto, se establece que es necesario un control y seguimiento adecuado en el ámbito tributario, ya que los impuestos recaudados se destinan a satisfacer las necesidades de la población en general.

En el ámbito internacional, el tema de la publicidad vinculado con las casas de apuestas deportivas a distancia ha sido analizado por Jeute Beato (2023), a través de la investigación titulada: “La influencia de la publicidad de casas de apuestas en la población joven en España”, determinando que la publicidad se presenta de forma persuasiva y atractiva, lo cual deviene en un impacto significativo en la percepción y comportamiento de los jóvenes hacia las apuestas por lo que resulta de gran importancia

que los jóvenes no reciban esa publicidad constante del juego durante transmisiones de partidos, que no vean a las casas de apuestas patrocinando a su equipo favorito o que un personaje público sea la imagen oficial de una casa de apuestas.

Por otro lado, en España, de acuerdo a la Dirección General de Ordenación del Juego (2023), según su Informe Anual de Datos del Mercado Español de Juego, a partir de la implementación de la nueva legislación que entró en vigor a mediados del 2021, la cual restringe la publicidad de las casas de apuestas en línea, se han evidenciado efectos evidentes desde 2022, este dato es relevante para analizar la influencia de la publicidad en el comportamiento de los consumidores y el control de las apuestas deportivas. En cuanto a los cambios, estos limitaron drásticamente los horarios en los que se podía emitir publicidad, restringiéndolos al intervalo entre la 1:00 y las 5:00 de la madrugada, además de prohibir celebridades en estas campañas. En cuanto al patrocinio deportivo, las empresas dedicaban 20 millones de euros a esta actividad, mientras que en 2022 esta cifra se redujo a solo 3 millones, principalmente debido a la prohibición de patrocinios deportivos, que acabó, entre otras cosas, con la esponsorización de equipos de fútbol por parte de estas empresas. Esto refuerza la necesidad de continuar evaluando y mejorando las leyes, como la Ley N° 31557 en Perú, para garantizar un entorno de apuestas más responsable y proteger a los sectores más vulnerables, como la juventud, de la exposición excesiva a estos mensajes publicitarios.

Como se ha advertido en los párrafos precedentes, en el ámbito nacional no se cuenta con investigaciones y datos estadísticos que hayan abordado los temas propuestos en la presente investigación, a diferencia del ámbito internacional, en el que si se cuenta con una mayor cantidad de investigaciones y datos estadísticos que nos han permitido tener mayor respaldo para proponer mejoras e incluir temas que en conjunto

se refieren a control parental, publicidad y patrocinio y mecanismos de autoprohibición y autoexclusión en la reciente regulación “Ley N° 31557”, que de ser aplicadas, nos permitirán contar con un modelo de regulación adaptable y suficiente frente a los desafíos de un mercado digital que se encuentra en constante evolución.

CONCLUSIONES

- La protección de los usuarios, especialmente de los menores, frente a la publicidad de casas de apuestas deportivas es esencial para prevenir el riesgo de adicción y el fomento de comportamientos de juego irresponsables. Las medidas actuales, aunque han avanzado en los últimos años, todavía requieren una implementación más rigurosa y efectiva para asegurar que los contenidos publicitarios sean responsables y no accedan a audiencias vulnerables.
- La ludopatía dentro de las apuestas deportivas a distancia representa un problema creciente con profundas implicaciones sociales, económicas y de salud pública. El fácil acceso a plataformas de apuestas en línea, la disponibilidad las 24 horas del día, y la percepción de las apuestas deportivas como una forma rápida de obtener ganancias, incrementan el riesgo de desarrollar comportamientos adictivos.
- El brindar una seguridad jurídica regulatoria en cuanto a la difusión de publicidad y patrocinio de las apuestas deportivas a distancia garantiza la protección del consumidor y genera confianza en el mismo para operar dentro de dicho rubro económico y contribuye en la mitigación del riesgo de adicción al juego promoviendo hábitos de juego responsables.
- La publicidad y el patrocinio no deben ser percibidos como un elemento negativo en la industria ya que nadie puede prescindir de ello para poder desenvolverse en el rubro económico; sin embargo, resulta importante regular los límites y/o restricciones en cuanto al contenido a difundir, como lo es, la publicidad de las casas de apuestas en las camisetas de fútbol, quienes además son omnipresentes y los principales patrocinadores de dichos eventos.

- La incorporación de medidas de autoexclusión en las casas de apuestas a distancia no solo protegerá a los usuarios vulnerables y promoverá hábitos de juego responsables, sino que también fortalecerá la credibilidad y la transparencia de la industria del juego en línea. Es fundamental seguir desarrollando y mejorando estas medidas para garantizar un entorno de juego seguro y equitativo para todos los usuarios.
- La autoprohibición es una herramienta crucial que permite a los individuos limitar su acceso a plataformas de apuestas, ayudándoles a controlar su comportamiento de juego. Sin embargo, la implementación actual de la ley podría beneficiarse de ciertas mejoras. Es esencial que la autoprohibición sea de fácil acceso y comprensión para todos los usuarios. Además, debería contemplar la creación de un sistema centralizado y unificado que permita a los jugadores autoprohibirse en todas las plataformas de apuestas autorizadas con un solo trámite. Esto reduciría las barreras administrativas y fortalecería la efectividad de la medida.

RECOMENDACIONES

- Se sugiere establecer regulaciones más estrictas que limiten la publicidad de apuestas deportivas en horarios y plataformas accesibles para menores. Además, se podría implementar un sistema de etiquetado claro en la publicidad que advierta sobre los riesgos asociados con el juego. También sería beneficioso promover campañas educativas que informen a los jóvenes sobre los peligros del juego y el manejo responsable de las apuestas.
- Se sugiere desarrollar las herramientas de autoexclusión para así obligar a las plataformas de apuestas a ofrecer opciones de autoexclusión y establecer límites de gasto y tiempo de juego y mitigar los riesgos asociados con la ludopatía en las apuestas deportivas a distancia, promoviendo un entorno más seguro y saludable para todos los usuarios.
- Resulta de vital importancia la adición de aspectos fundamentales dentro del contenido de la regulación concerniente a la difusión de publicidad y patrocinio, tales como prohibiciones, límites y/o consideraciones que debe tener en cuenta el Titular de las casas de apuestas y juegos deportivos a distancia, para brindar la garantía que el consumidor requiere para operar dentro del rubro económico de las casas de apuestas a distancia y se mitiguen los riesgos que derivan de la operatividad del sector.
- Al ser las casas de apuestas uno de los principales patrocinadores de eventos deportivos y organizadores de campeonatos nacionales de fútbol, se debe tener en consideración la prohibición de la publicidad a través de las camisetas de fútbol toda vez que puede ser percibida como beneficiosa para el consumidor y no se advierte de sus límites y/o consecuencias.

- La incorporación de medidas adicionales de protección al consumidor en la regulación, como la obligación de las empresas de juego en línea de proporcionar opciones de autoexclusión voluntaria, límites de depósito y asistencia a aquellos que muestran signos de juego problemático.
- Se sugiere desarrollar campañas educativas y programas de concienciación dirigidos a los usuarios de juegos de azar en línea para informarles sobre la opción de autoexclusión y sus beneficios. Esto podría incluir la difusión de información sobre cómo acceder a la autoexclusión y los recursos de apoyo disponibles para aquellos que experimentan problemas con el juego.
- Se sugiere continuar investigando sobre la eficacia de la autoexclusión y otras medidas de juego responsable en el contexto específico de las casas de apuestas a distancia. Esto puede abarcar estudios longitudinales para analizar el impacto a largo plazo de la autoexclusión, así como investigaciones cualitativas que permitan una comprensión más profunda de las experiencias y necesidades de los usuarios.
- Se sugiere simplificar el proceso de autoprohibición para hacerlo más accesible y fácil de usar. Incluir opciones en múltiples idiomas y formatos accesibles para personas con discapacidades.

REFERENCIAS

- Antonio Vasquez, P. B. (2020). *Principio de Adecuación Social en la Publicidad*. [Tesis de título profesional, Pontificia Universidad Católica del Perú]. https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/18992/ANTONIO_VASQUEZ_PAMELA_BETHSABE%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Aranzamendi Ninacondor, L. (2013). Instructivo teórico-práctico del diseño y redacción de la tesis en derecho. *Editora Jurídica Grijley*.
- Becerra Villafranca, A. M. (2019). *Propuesta de Regulación en la Publicidad de Cosméticos a Nivel Andino*. [Tesis de título profesional, Pontificia Universidad Católica del Perú]. https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/16348/BECERRA_VILLAFRANCA_ARACELI_MABEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Borja Cuellar, E. B., & Beraiz, R. (04 de julio de 2019). *Adicción al Juego Patológico / Tipos, Diferencias y Factores implicados*. Instituto de psicoterapia familiar sistémica y adicciones. Recuperado el 05 de abril de 2024 de <https://itadsistemica.com/adicciones/adiccion-juego-patologico-tipos-factores-implicados/>
- Camero Pavón, V. J. (2015). *Estudio del recuerdo, notoriedad e imagen de las prácticas en patrocinio deportivo llevadas a cabo por Adidas*. [Trabajo de fin de grado, Universidad de Valladolid]. <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/13092/TFG-N.240.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Campos López, C. (1997) *El sector del patrocinio deportivo desde la óptica del patrocinado* Marketing y patrocinio deportivo. (p.11). editor GPE.

<https://www.cafyd.com/libroCC.pdf>

Coaquira Yana, S., & Sulca Panibra, E. S. (2023). *Ley N° 31557 que regula la explotación de los juegos a distancia y apuestas deportivas a distancia y la rentabilidad de las casas de apuesta del Cercado de Arequipa 2022*. [Tesis de título profesional, Universidad Cesar Vallejo].

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/116447>

Compañía Peruana de Radiodifusión S.A. (2019, septiembre 30). *El fenómeno de las apuestas deportivas vive su mejor momento en América Latina*. América TV.

Recuperado el 9 de enero 2024 de

<https://www.americatv.com.pe/deportes/futbolmundial/fenomeno-apuestas-deportivas-vive-su-mejor-momento-america-latinan387692>

Congreso Constituyente Democrático (1993) *Constitución Política del Perú* de 1993.

Diario Oficial El Peruano del 29 de diciembre de 1993. Recuperado de

<https://spij.minjus.gob.pe/spij-ext-web/#/detallenorma/H682678>

Congreso de la República del Perú. (26 de junio de 2008). *Ley de Represión de la Competencia Desleal*. [Decreto Legislativo N° 1044]. Recuperado de

<https://spij.minjus.gob.pe/spij-ext-web/#/detallenorma/H967537>

Congreso de la República del Perú. (06 de abril de 2006). *Ley general para la prevención y control de los riesgos del consumo del tabaco*. [Ley N° 28705].

Recuperado de <https://spij.minjus.gob.pe/spij-ext-web/#/detallenorma/H914076>

Congreso de la República del Perú. (26 de noviembre de 2009). Ley de los productos farmacéuticos, dispositivos médicos y productos sanitarios. [Ley N° 29459].

Recuperado de <https://spij.minjus.gob.pe/spij-ext-web/#/detallenorma/H998327>

Congreso de la República del Perú. (02 de septiembre de 2010). Código de Protección y Defensa del Consumidor. [Ley N° 29571]. Recuperado de

<https://spij.minjus.gob.pe/spij-ext-web/#/detallenorma/H682697>

Congreso de la República del Perú. (17 de mayo de 2013). Ley de promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes. [Ley N° 30021].

Recuperado de <https://spij.minjus.gob.pe/spij-ext-web/#/detallenorma/H1078784>

Congreso de la República del Perú. (13 de agosto de 2022). Ley que regula la explotación de los juegos a distancia y apuestas deportivas a distancia. [Ley N°

31557]. Recuperado de <https://spij.minjus.gob.pe/spij-ext-web/#/detallenorma/H1322380>

Congreso de la República del Perú. (13 de octubre de 2023). Decreto Supremo que aprueba el Reglamento de la Ley N° 31557, Ley que regula la explotación de

los juegos a distancia y apuestas deportivas a distancia. [Decreto Supremo N° 005-2023-MINCETUR]. Recuperado de <https://spij.minjus.gob.pe/spij-ext-web/#/detallenorma/H1359991>

Díaz Anichtchenko, C., & Brea Franch, E. (2017). El patrocinio en la era del branded content. *Ediciones Complutense*, 11, 101-120.

<https://doi.org/10.5209/PEPU.56396>

- Dirección General de Ordenación del Juego (2023). Informe anual de datos del mercado español de juego. Recuperado de <https://www.ordenacionjuego.es/es/datos-mercado-espanol-juego>
- El peruano. (15 de abril de 2023). La importancia de los impuestos. *El peruano*. <https://elperuano.pe/noticia/115840-la-importancia-de-los-impuestos>
- Gonzales Vela, L. A. F. (2022). *Seguridad jurídica en la actividad de las apuestas deportivas digitales en el Perú, Año 2022*. [Tesis de título profesional, Universidad Cesar Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/110126>
- Hernández Cruz, M. E., y Bujardón Mendoza, A. (2020). Fundamentos teóricos para un estudio sobre la ludopatía. *SciELO*, 20(3), 606-624 <http://scielo.sld.cu/pdf/hmc/v20n3/1727-8120-hmc-20-03-606.pdf>
- Infante, M. (16 de junio de 2022). ¿Cuánto dinero mueve cada año el sector de las apuestas deportivas en Perú? *Infomercado*. https://infomercado.pe/cuanto-dinero-mueve-cada-ano-el-sector-de-las-apuestas-deportivas-en-peru-160622-mc/#google_vignette
- Jeute Beato, A. (2023). *La influencia de la publicidad de casas de apuestas en la población joven en España*. [Trabajo fin de grado, Universidad de Cádiz]. <http://hdl.handle.net/10498/28931>
- Kotler, P., y Armstrong, G. (2012). *Fundamentos de Marketing*. Pearson Education.
- Ley Orgánica 8/2021. (05 de junio de 2021). Ley de protección integral a la infancia y la adolescencia frente a la violencia. Recuperado de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2021-9347>

Ley 6.330. (26 de octubre de 2020). Prevención y concientización del juego patológico y asistencia a quienes lo padecen y a sus familiares. Recuperado de <http://www.saij.gob.ar/LPX0006330>

Medina Fernández, A. (2015). *Introducción a la publicidad*. Pirámide.

Nivens, S. (02 de febrero de 2021). ¿De qué tratan las casas de apuestas? *El Ibérico*. <https://www.eliberico.com/de-que-tratan-las-casas-de-apuestas/>

Nizama Valladolid, M., y Nizama Chávez, L. M. (2020). El enfoque cualitativo en la investigación jurídica, proyecto de investigación cualitativa y seminario de tesis. *VOX JURIS*, 38(2), 69-90. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7628480>

Palumberi, E., y Mannino, G. (2008). Ludopatía, un estudio comparativo realizado en Italia y España. *Redalyc*, 7, 155-196. <https://www.redalyc.org/pdf/678/67811462007.pdf>

Peralta Abanto, S. G., y Aguirre Gómez, G. H. (2023). *El impuesto digital y su impacto tributario en las casas de apuestas online de Lima Oeste, 2023*. [Tesis de título profesional, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. <http://hdl.handle.net/10757/669105>

Perez Camarero, S., Alcalá Revilla, B., Pérez Cañellas, G., y Yahon, A. (2018). *Juventud y juegos de azar. Una visión general del juego en los jóvenes*. web Instituto de la Juventud (Estudio N° 684). Instituto de la Juventud. https://www.injuve.es/sites/default/files/adjuntos/2019/06/juventud_y_juegos_de_azar.pdf

Real Academia Española. (2023). *Diccionario de la lengua española*, 23.^a ed. Diccionario de la lengua española | Edición del Tricentenario. <https://dle.rae.es>

Real Decreto 176/2023. (15 de marzo de 2023). Por el que se desarrollan entornos más seguros de juego. Recuperado de <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2023-6735>

Rico Torres, J. (2023). *El Mercado de las apuestas deportivas ilegales.* [Tesis de grado de bachiller, Universitat de les Illes Balears]. https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/153793/Rico_Torres_Javier.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rodríguez Rodríguez, M., y García Padilla, F. M. (2021). El uso de videojuegos en adolescentes. Un problema de Salud Pública. *Enfermería Global. Revista electrónica trimestral de Enfermería*, 20(62), 18. <https://doi.org/10.6018/eglobal.438641>

Sampieri, R. H., Collado, C. F., Lucio, P. B., Valencia, S. M., & Torres, C. P. M. (2014). *Metodología de la investigación.* McGraw-Hill Education. <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista- Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>

Sarabia Gonzalvo, I., Estevez Gutierrez, A., y Herrero Fernández, D. (2014). Perfiles de jugadores patológicos en la adolescencia. *Revista española de drogodependencias*, 39(2), 13. https://www.aesed.com/descargas/revistas/v39n2_3.pdf

Tantaleán Odar, R. M. (2015). El alcance de las investigaciones jurídicas. *Derecho y Cambio Social*, (41), 8. 2224 - 4131.

Tercera Información.ES. (03 de julio de 2020). ¿Qué es una casa de apuestas y cómo funciona? *Tercera Información.*

<https://www.tercerainformacion.es/articulo/negocios-y-ocio/03/07/2020/que-es-una-casa-de-apuestas-y-como-funciona/>

ANEXOS:

Anexo 1: Matriz de consistencia

Título preliminar: “PROPUESTA DE MEJORA A LA RECIENTE REGULACIÓN DE LAS APUESTAS DEPORTIVAS A DISTANCIA A TRAVÉS DE LA LEY N° 31557”			
Problemas		Objetivos de la investigación	
General: ¿Cuáles son las lagunas existentes en la reciente regulación de las apuestas deportivas a distancia a través de la Ley N° 31557 y su Reglamento?		General: Identificar y analizar las lagunas existentes en la reciente regulación de las apuestas deportivas a distancia a través de la Ley N° 31557 y su Reglamento.	
Específicos: a) La reciente regulación de las apuestas deportivas a distancia, Ley N°31557 y su Reglamento. ¿Cumple con los estándares de seguridad a los usuarios? b) La reciente regulación de las apuestas deportivas a distancia, Ley N°31557 y su Reglamento. ¿Abarca la problemática en cuanto a las restricciones a la publicidad y patrocinio de eventos deportivos? c) La reciente regulación de las apuestas deportivas a distancia, Ley N°31557 y su Reglamento. ¿Regula sobre las restricciones a los mecanismos de promoción comercial los cuales incentivan el consumo de los usuarios?		Específicos: a) Analizar si la reciente regulación de las apuestas deportivas, Ley N°31557 y su Reglamento, cumple con los estándares de seguridad a los usuarios. b) Establecer si la reciente regulación de las apuestas deportivas a distancia, Ley N° 31557 y su Reglamento, abarca la problemática en cuanto a las restricciones a la publicidad y patrocinio de eventos deportivos. c) Determinar si la reciente regulación de las apuestas deportivas a distancia, Ley N° 31557 y su Reglamento, regula sobre las restricciones a los mecanismos de promoción comercial los cuales incentivan el consumo de los usuarios.	
Diseño metodológico			
Tipo de documentos	Criterios de selección de documentos	Técnicas de recojo de información	Instrumentos para recoger información
<ul style="list-style-type: none"> ● Legislación: Ley N° 31557 sobre apuestas deportivas a distancia y normativas relacionadas. ● Informes técnicos: Análisis previos de expertos en derecho y regulación de juegos de azar. ● Estudios académicos: Investigaciones sobre legislación de apuestas deportivas y análisis comparativos de regulaciones en otros países. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Pertinencia: Los documentos deben abordar directamente la regulación de apuestas deportivas a distancia en Perú. ● Actualidad: Se priorizarán documentos recientes para reflejar la situación actual de la regulación. ● Fiabilidad: Se seleccionarán documentos de fuentes confiables y reconocidas en el ámbito legal y académico. 	Revisión Documental: Consulta exhaustiva de la legislación pertinente, informes técnicos y estudios académicos. <ul style="list-style-type: none"> ● Análisis Comparativo: Comparación de la Ley N° 31557 con legislaciones similares en otros países para identificar lagunas y áreas de mejora. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Matriz de Análisis: Para sistematizar y comparar las disposiciones de la Ley N° 31557 con los estándares internacionales y las mejores prácticas. ● Fichas Bibliográficas: Para registrar información clave de los documentos consultados, como autor, título, fuente y conclusiones relevantes.

Objetivos		Categorías	
<p>¿Qué busco con el análisis del documento?</p> <p>Tiene por objetivo dar una propuesta normativa a la legislación peruana, Ley N°31557 de las apuestas deportivas a distancia.</p> <p>Tiene por objetivo recabar información en las legislaciones internacionales como Argentina, Colombia, España e Italia sobre las apuestas deportivas a distancia para proponer una normativa.</p>		<ol style="list-style-type: none"> 1. Apuestas deportivas a distancia 2. Publicidad y patrocinio 3. Autoexclusión y autoprohibición 	
<p>Bibliografía de sustento para la justificación y delimitación del problema</p>		<p>Bibliografía de sustento usado para el diseño metodológico</p>	
<p>Compañía Peruana de Radiodifusión S.A. (2019, septiembre 30). El fenómeno de las apuestas deportivas vive su mejor momento en América Latina. América TV. Recuperado el 9 de enero de 2024 de https://www.americatv.com.pe/deportes/futbolmundial/fenomeno-apuestas-deportivas-vive-su-mejor-momento-america-latinan387692</p> <p>Congreso de la República del Perú. (13 de agosto de 2022). Ley que regula la explotación de los juegos a distancia y apuestas deportivas a distancia. [Ley N° 31557]. Recuperado de https://spij.minjus.gob.p</p>		<p>Aranzamendi Ninacondor, L. (2013). Instructivo teórico-práctico del diseño y redacción de la tesis en derecho. Editora Jurídica Grijley.</p> <p>Nizama Valladolid, M., y Nizama Chávez, L. M. (2020). El enfoque cualitativo en la investigación jurídica, proyecto de investigación cualitativa y seminario de tesis. VOX JURIS, 38(2), 69-90. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7628480</p> <p>Tantaleán Odar, R. M. (2015). El alcance de las investigaciones jurídicas. Derecho y Cambio Social, (41), 8. 2224 - 4131.</p>	

e/spij-ext- web/#/detallenorma/H13 22380			
--	--	--	--

Anexo 2: Estadísticas de acuerdo a la oficina de la tecnología de la información, informe n°23 del Ministerio de Salud, sobre casos de Ludopatía por etapas de vida y sexo, según departamentos- año 2018-2022.

CASOS DE LUDOPATIA (JUEGO PATOLOGICO) POR ETAPAS DE VIDA Y SEXO, SEGÚN DEPARTAMENTOS - AÑO 2018												
DEPARTAMENTO	SUBCATEGORIA	00a - 11a		12a - 17a		18a - 29a		30a - 59a		60a >		
		F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	
AMAZONAS	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-
ANCASH	F630 - JUEGO PATOLOG	-	1	1	9	-	4	5	3	-	-	-
APURIMAC	F630 - JUEGO PATOLOG	-	3	-	17	2	2	1	2	-	-	-
AREQUIPA	F630 - JUEGO PATOLOG	-	6	5	87	4	28	10	15	-	-	1
AYACUCHO	F630 - JUEGO PATOLOG	-	5	2	61	2	14	-	2	-	-	-
CAJAMARCA	F630 - JUEGO PATOLOG	-	1	1	6	-	2	1	3	-	-	-
CALLAO	F630 - JUEGO PATOLOG	1	4	2	21	2	13	1	20	-	-	-
CUSCO	F630 - JUEGO PATOLOG	-	2	1	17	4	3	3	2	1	-	-
HUANCAVELICA	F630 - JUEGO PATOLOG	-	2	-	5	-	-	-	1	-	-	-
HUANUCO	F630 - JUEGO PATOLOG	-	4	-	17	3	6	7	7	-	-	-
ICA	F630 - JUEGO PATOLOG	-	2	-	10	1	5	5	4	-	-	-
JUNIN	F630 - JUEGO PATOLOG	-	3	1	28	3	17	6	11	-	-	1
LA LIBERTAD	F630 - JUEGO PATOLOG	2	8	2	31	2	17	4	12	1	3	-
LAMBAYEQUE	F630 - JUEGO PATOLOG	-	2	-	2	-	11	2	2	-	-	-
LIMA	F630 - JUEGO PATOLOG	-	32	15	273	49	421	178	331	18	50	-
LORETO	F630 - JUEGO PATOLOG	-	3	-	-	1	3	-	1	-	-	-
MADRE DE DIOS	F630 - JUEGO PATOLOG	1	-	-	3	-	3	-	-	-	-	-
MOQUEGUA	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	1	10	-	4	2	2	-	-	-
PASCO	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	6	-	2	3	-	-	-	-
PIURA	F630 - JUEGO PATOLOG	-	1	-	5	1	7	1	6	1	-	-
PUNO	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	10	2	13	4	4	-	-	-
SAN MARTIN	F630 - JUEGO PATOLOG	-	4	2	2	5	-	5	2	1	1	-
TACNA	F630 - JUEGO PATOLOG	-	1	1	11	1	10	3	1	-	-	-
TUMBES	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	4	1	-	1	6	-	-	-
UCAYALI	F630 - JUEGO PATOLOG	-	1	-	7	2	3	-	2	-	-	-
Total general		4	85	34	642	85	589	242	439	22	56	

CASOS DE LUDOPATIA (JUEGO PATOLOGICO) POR ETAPAS DE VIDA Y SEXO, SEGÚN DEPARTAMENTOS - AÑO 2019														
Departamento EESS	Subcategoría	01-05a		06-11a		12-17a		18-29a		30-59a		60a >		Total general
		F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	
AMAZONAS	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	2	-	6	-	1	-	1	-	-	10
ANCASH	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	1	5	1	27	2	21	4	7	-	-	69
APURIMAC	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	7	1	50	2	14	1	2	-	-	77
AREQUIPA	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	1	7	1	100	6	61	11	23	-	3	213
AYACUCHO	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	10	-	73	2	31	5	5	-	-	126
CAJAMARCA	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	1	-	8	2	3	1	10	-	1	26
CALLAO	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	1	1	2	31	2	28	14	13	-	-	92
CUSCO	F630 - JUEGO PATOLOG	-	1	-	10	7	121	5	19	10	14	-	2	189
HUANCAVELICA	F630 - JUEGO PATOLOG	-	1	-	1	2	10	1	6	-	-	-	-	21
HUANUCO	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	5	1	25	2	13	6	3	-	-	55
ICA	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	2	-	11	-	6	10	8	2	2	41
JUNIN	F630 - JUEGO PATOLOG	1	-	1	16	5	96	7	24	13	11	-	-	174
LA LIBERTAD	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	4	4	24	2	14	1	6	1	1	57
LAMBAYEQUE	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	2	2	2	-	5	-	4	-	-	15
LIMA	F630 - JUEGO PATOLOG	1	3	6	37	17	318	28	243	79	228	30	25	1,015
LORETO	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	1	1	4	-	-	-	7	1	1	15
MADRE DE DIOS	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	-	-	6	-	4	-	2	-	-	12
MOQUEGUA	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	1	-	4	-	6	1	4	-	-	16
PASCO	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	1	-	13	-	8	-	1	4	-	27
PIURA	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	-	-	7	-	8	3	3	3	1	25
PUNO	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	3	2	34	2	13	2	7	-	-	63
SAN MARTIN	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	-	1	3	1	3	-	5	-	1	14
TACNA	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	5	-	33	-	29	3	8	-	-	78
TUMBES	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	1	1	-	-	3	3	1	3	-	-	12
UCAYALI	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	6	-	14	1	6	2	1	-	-	30
Total general		2	5	11	128	47	1,020	68	569	167	376	41	38	2,472

CASOS DE LUDOPATIA (JUEGO PATOLOGICO) POR ETAPAS DE VIDA Y SEXO, SEGÚN DEPARTAMENTOS - AÑO 2020

Departamento EESS	Subcategoría	01-05a		06-11a		12-17a		18-29a		30-59a		60a >		Total general
		F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	
AMAZONAS	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	2	-	6	-	3	3	-	-	1	15
ANCASH	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	1	11	-	11	-	11	2	4	-	-	40
APURIMAC	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	1	1	38	1	10	-	4	-	1	56
AREQUIPA	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	4	2	59	7	18	9	19	2	1	121
AYACUCHO	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	1	3	27	4	16	-	2	1	5	59
CAJAMARCA	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	-	1	2	2	3	1	1	-	-	10
CALLAO	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	9	-	13	4	37	4	7	-	-	74
CUSCO	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	4	-	20	2	10	2	-	-	-	38
HUANCAVELICA	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	-	2	7	2	4	-	2	-	-	17
HUANUCO	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	2	1	46	1	8	7	4	-	-	69
ICA	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	2	1	4	1	-	-	2	1	-	11
JUNIN	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	5	15	9	87	2	39	6	8	-	-	171
LA LIBERTAD	F630 - JUEGO PATOLOG	-	1	-	4	4	36	3	20	2	5	2	-	77
LAMBAYEQUE	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	-	-	2	-	5	3	3	-	-	13
LIMA	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	7	32	10	189	30	330	46	168	11	29	852
LORETO	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	1	1	8	2	4	2	4	-	-	22
MADRE DE DIOS	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	1	-	11	-	12	1	-	-	-	25
MOQUEGUA	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	1	-	-	1	-	7	2	-	-	-	11
PASCO	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	9	5	27	3	23	3	-	2	-	72
PIURA	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	1	-	1	7	2	4	-	2	-	-	17
PUNO	F630 - JUEGO PATOLOG	-	1	-	2	2	5	-	7	-	3	4	-	24
SAN MARTIN	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	-	1	6	-	1	-	1	-	-	9
TACNA	F630 - JUEGO PATOLOG	1	-	-	3	1	23	-	5	2	3	-	1	39
TUMBES	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	-	-	5	4	3	-	2	-	-	14
UCAYALI	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	1	1	13	-	-	-	-	-	-	15
Total general		1	2	15	104	46	653	70	580	95	244	23	38	1,871

CASOS DE LUDOPATIA (JUEGO PATOLOGICO) POR ETAPAS DE VIDA Y SEXO, SEGÚN DEPARTAMENTOS - AÑO 2021

Departamento EESS	Subcategoría	01-05a		06-11a		12-17a		18-29a		30-59a		60a >		Total general
		F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	
AMAZONAS	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	1	9	3	25	-	6	1	3	-	-	48
ANCASH	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	1	-	15	3	10	3	4	1	-	37
APURIMAC	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	5	1	19	1	4	1	1	-	-	32
AREQUIPA	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	2	2	7	39	8	32	3	10	-	-	103
AYACUCHO	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	4	6	45	11	27	1	6	-	-	100
CAJAMARCA	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	1	-	8	1	5	-	8	-	-	23
CALLAO	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	1	6	1	23	5	5	1	25	1	1	69
CUSCO	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	2	1	6	22	2	2	2	3	-	2	42
HUANCAVELICA	F630 - JUEGO PATOLOG	1	-	-	-	2	7	-	1	1	-	1	-	13
HUANUCO	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	6	18	7	85	1	23	11	4	1	4	160
ICA	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	4	2	19	1	14	7	7	-	-	54
JUNIN	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	1	9	14	74	8	18	8	10	-	-	142
LA LIBERTAD	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	1	3	13	43	2	19	2	9	1	-	93
LAMBAYEQUE	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	-	-	3	1	1	1	6	-	-	12
LIMA	F630 - JUEGO PATOLOG	3	-	10	39	38	300	47	337	67	219	12	55	1,127
LORETO	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	6	1	24	2	5	-	2	-	1	41
MADRE DE DIOS	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	1	-	2	1	3	1	-	-	-	8
MOQUEGUA	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	-	-	5	-	1	-	-	-	-	6
PASCO	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	2	6	7	16	-	12	-	3	-	-	46
PIURA	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	4	1	9	1	6	2	3	-	-	26
PUNO	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	1	3	3	50	4	13	6	9	-	-	89
SAN MARTIN	F630 - JUEGO PATOLOG	-	1	-	1	5	7	-	6	5	3	-	-	28
TACNA	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	1	2	23	2	9	-	7	-	-	44
TUMBES	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	-	-	2	-	3	-	-	-	-	5
UCAYALI	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	2	5	7	23	2	1	3	8	1	-	52
Total general		4	1	29	129	126	888	103	563	126	350	18	63	2,400

CASOS DE LUDOPATIA (JUEGO PATOLOGICO) POR ETAPAS DE VIDA Y SEXO, SEGÚN DEPARTAMENTOS - AÑO 2022

Departamento EESS	Subcategoría	01-05a		06-11a		12-17a		18-29a		30-59a		60a >		Total general
		M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	
AMAZONAS	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	7	2	11	4	4	1	6	-	2	37	
ANCASH	F630 - JUEGO PATOLOG	-	1	-	2	7	1	12	6	5	1	2	37	
APURIMAC	F630 - JUEGO PATOLOG	-	1	-	-	14	4	4	2	1	-	-	26	
AREQUIPA	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	4	3	46	4	25	8	13	-	4	107	
AYACUCHO	F630 - JUEGO PATOLOG	-	1	2	3	15	2	3	3	5	-	-	34	
CAJAMARCA	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	-	12	3	3	-	12	2	-	32	
CALLAO	F630 - JUEGO PATOLOG	-	3	2	16	23	5	28	15	22	3	1	118	
CUSCO	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	3	15	1	6	1	4	-	-	30	
HUANCAVELICA	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	2	1	12	1	4	1	2	-	-	23	
HUANUCO	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	1	3	35	6	19	4	8	-	3	79	
ICA	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	1	6	2	6	5	8	1	1	30	
JUNIN	F630 - JUEGO PATOLOG	2	-	12	16	72	1	28	8	7	-	1	147	
LA LIBERTAD	F630 - JUEGO PATOLOG	-	5	7	7	33	4	27	1	14	1	2	101	
LAMBAYEQUE	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	-	2	-	11	1	9	1	-	24	
LIMA	F630 - JUEGO PATOLOG	1	6	45	32	192	65	339	92	198	20	37	1,027	
LORETO	F630 - JUEGO PATOLOG	-	1	5	7	22	4	8	5	14	-	1	67	
MADRE DE DIOS	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	-	3	-	2	3	1	-	-	9	
MOQUEGUA	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	1	8	1	7	-	7	-	-	24	
PASCO	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	7	-	12	-	4	-	6	-	-	29	
PIURA	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	1	-	3	3	12	-	6	-	-	25	
PUNO	F630 - JUEGO PATOLOG	-	1	1	2	19	-	4	5	1	-	-	33	
SAN MARTIN	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	-	4	2	5	4	5	-	-	20	
TACNA	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	2	3	14	2	5	-	6	-	1	33	
TUMBES	F630 - JUEGO PATOLOG	-	-	-	-	-	-	1	-	1	-	-	2	
UCAYALI	F630 - JUEGO PATOLOG	-	3	4	1	27	1	6	3	8	-	-	53	
Total general		3	22	102	103	607	116	573	168	369	29	55	2,147	