

## NOTA DE PRENSA

# Los menores que compran cajas de botín tienen dos veces más riesgo de apostar online en solo medio año, según un estudio de UNIR

- La investigación liderada por el grupo Ciberpsicología de la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR) es la primera a nivel internacional que muestra que la adquisición de este tipo de recompensas dentro de los videojuegos es una práctica estable para los menores.
- En el estudio, en el que participaron 2.213 adolescentes españoles entre 11 y 17 años, ha sido publicado la prestigiosa revista *Computers in Human Behavior* (Q1, además la tercera en su categoría a nivel mundial).
- El Ministerio de Consumo desarrolla actualmente el Anteproyecto de Ley que regula los denominados mecanismos aleatorios de compra (MAR) dentro de los videojuegos.
- Para Joaquín González-Cabrera, investigador principal, "existen suficientes argumentos para considerar que muchas cajas de botín son una apuesta encubierta"

*Logroño/Madrid, 14 de marzo de 2023.-*

Los menores que compran cajas de botín -recompensas al azar dentro de los videojuegos- tienen dos veces más riesgo de apostar online en solo medio año, tal y como evidencia este estudio pionero liderado por el grupo de investigación Ciberpsicología de la **Universidad Internacional de La Rioja** (UNIR).

El hábito de compra de estas cajas de botín (Loot boxes) es **objeto de observación por parte del Ministerio de Consumo**, que actualmente desarrolla el Anteproyecto de Ley por el que se regulan los mecanismos aleatorios de recompensa (MAR) asociados a productos de software interactivo de ocio. Para la redacción de esta norma, el ministerio ya contó con evidencias proporcionadas por las investigaciones de este grupo de UNIR.

Este nuevo estudio longitudinal (es decir, que investiga al mismo grupo de personas o sujetos de manera repetida durante un período de tiempo) es el primero y **único a nivel internacional realizado sobre menores**, y muestra por primera vez una asociación entre la compra de cajas de botín y la apuesta online en los seis meses siguientes. Asimismo, muestra

que la compra de este tipo de recompensas dentro de los videojuegos es una práctica estable para los menores y no algo eventual. De hecho, de todos los que compraron en algún momento una caja de botín, casi el 60% volvió a adquirirlas a los seis meses; siendo por tanto una conducta estable de consumo.

### **Más de dos mil adolescentes**

La investigación, realizada en alianza con investigadores de la UPV-EHU y London University, ha contado con la **participación de 2.213 adolescentes españoles** de entre 11 y 17 años y se ha llevado a cabo a lo largo de seis meses, entre diciembre 2020 y mayo de 2021. El estudio ha sido publicado la prestigiosa revista *Computers in Human Behavior* (Q1, además la tercera en su categoría a nivel mundial).

Las cajas de botín son un tipo de compra dentro de los videojuegos que cada vez se ha ido generalizando más e implica la adquisición -ya sea con dinero real o con moneda del juego previamente canjeada por dinero- de un objeto virtual aleatorio (armas, objetos decorativos, cartas o personajes, entre otros) con el fin de obtener mejoras y ventajas dentro del videojuego. Implican un ejercicio de azar, en tanto que **el menor desconoce qué obtendrá de antemano**, así como las probabilidades de obtener dicha recompensa, que son más bajas cuanto más deseado es el objeto.

Los menores que participaron en este estudio y que compraron cajas de botín en los dos momentos en que se les realizó la consulta mostraron significativamente **un mayor riesgo de apostar online** que aquellos que afirmaron haber adquirido estas recompensas únicamente en el primer momento de la consulta o quienes señalaron no haberlo hecho en ningún momento.

Según **Joaquín González-Cabrera**, investigador principal del grupo Ciberpsicología de UNIR, "de forma general, cada vez hay más evidencia de la relación entre las cajas de botín y las apuestas online. Para nosotros, existen suficientes argumentos para considerar que muchas cajas de botín, aunque ciertamente no todas, **son una apuesta encubierta**".

El investigador hace notar que "digo encubierta porque muchas veces **ni los menores ni las familias entienden que su hijo/a está apostando** en el salón de casa mientras juega a cierto videojuego" y remarca que "en este sentido, el posicionamiento debe ser claro en la protección de los menores y prohibir este tipo de mecanismos, de la misma forma que está prohibido que accedan a casinos o casas de apuestas. Creo que aquí los intereses del menor y de las familias deben prevalecer sobre los intereses económicos de la industria".

### **Comparativa por sexos**

Por sexos, los niños son quienes más compran cajas de botín; no obstante, las niñas que adquieren estas recompensas **tienen hasta 10 veces más riesgo** de apostar online en solo medio año, aunque los investigadores recuerdan que estos resultados han de tomarse con precaución, puesto que se trata de una primera investigación y "es preciso contar con más evidencia al respecto".

La compra de cajas de botín está considerada como **un comportamiento de riesgo**, en tanto que se asocia a mecanismos aleatorios de recompensa que pueden incrementar el riesgo de presentar un problema de apuestas (especialmente online). Esta investigación contribuye a la comprensión de este fenómeno mediante el análisis de la estabilidad en la compra de las cajas de botín por adolescentes en un periodo de tiempo de seis meses y su asociación con problemas clínicos de juego online y de videojuegos.

Anteriormente, el grupo Ciberpsicología de UNIR llevó a cabo el primer gran estudio en España sobre esta problemática y sigue siendo uno de los pocos con menores de edad a nivel internacional. Esta investigación transversal se desarrolló entre febrero y marzo de 2021 con una muestra de 4.123 menores y concluyó que un 28,9 % había adquirido una caja de botín en los últimos doce meses. De estos menores, un 91% compró cajas de botín con el conocimiento de sus familiares (un 69,9% afirmó que tenía alguna supervisión en la familia sobre estas compras) y un 5,5% había gastado más de 100€ en el último mes. ([Ver noticia aquí](#))

Esta investigación fue tenida en cuenta por el Ministerio de Consumo en la redacción del anteproyecto de Ley para la regulación de las cajas de botín, dentro de los videojuegos dentro de su plan integral contra la ludopatía, cuyo borrador se hizo público en junio de 2021.

#### **Contacto de prensa:**

Si necesitas ampliar información o solicitar una entrevista con el profesor **Joaquín González-Cabrera** u otros investigadores del proyecto, puedes solicitarlo en el siguiente correo: [comunicacion@unir.net](mailto:comunicacion@unir.net)

#### **Referencia bibliográfica:**

González-Cabrera, J., Basterra-González, A., Ortega-Barón, J., Caba-Machado, V., Díaz-López, A., Pontes, H., & Machimbarrena, J.M. (2023). Loot box purchases and their relationship with Internet Gaming Disorder and Online Gambling Disorder in adolescents: A prospective study. *Computers in Human Behavior*, 143, 107685. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107685>

#### **SOBRE UNIR**

UNIR es una Universidad cien por cien en línea que ofrece una educación superior de calidad a través de las tecnologías más innovadoras, siempre con el estudiante en el centro de su actividad. En España, imparte 45 grados oficiales, 116 postgrados, 65 títulos propios y 4 programas de doctorado que tienen como objetivo acercar una educación integral y personalizada a los más de 55.000 estudiantes que trabajan en sus aulas presenciales-virtuales desde 86 países, principalmente en España y Latinoamérica. Su método de enseñanza, adecuado a las demandas del mercado laboral, hace de UNIR una auténtica palanca social que rompe barreras y ayuda a que cada uno, esté donde esté, cumpla sus sueños universitarios y de progreso. UNIR pertenece al grupo educativo Proeduca, junto con otros centros de enseñanza superior y no reglada.

#### **PARA MÁS INFORMACIÓN**

Departamento de Comunicación UNIR [comunicacion@unir.net](mailto:comunicacion@unir.net) [www.unir.net](http://www.unir.net)

Sala de prensa: <http://www.unir.net/sala-de-prensa/> Twitter: [@UNIRUniversidad](#) y [@PrensaUNIR](#)

Paloma Gamarra (La Rioja) 94 121 02 11 ext. 1285 [paloma.gamarra@unir.net](mailto:paloma.gamarra@unir.net)

Sara Puerto 648 573 733 [sara.puerto@unir.net](mailto:sara.puerto@unir.net)

Diego Caldentey (LATAM) 659 641 848 [diego.caldentey@unir.net](mailto:diego.caldentey@unir.net)

José María Fillol (LATAM) 628 902 302 [josemaria.fillol@unir.net](mailto:josemaria.fillol@unir.net)

Bosco Martín (Director) [bosco.martin@unir.net](mailto:bosco.martin@unir.net)