

Universidad de Lima
Facultad de Psicología
Carrera de Psicología



INFLUENCIA SOCIAL Y JUEGO PATOLÓGICO EN ADOLESCENTES Y JÓVENES

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título Profesional de Licenciado en
Psicología

Daniel Alejandro Palacios Davies

20183025

Asesor

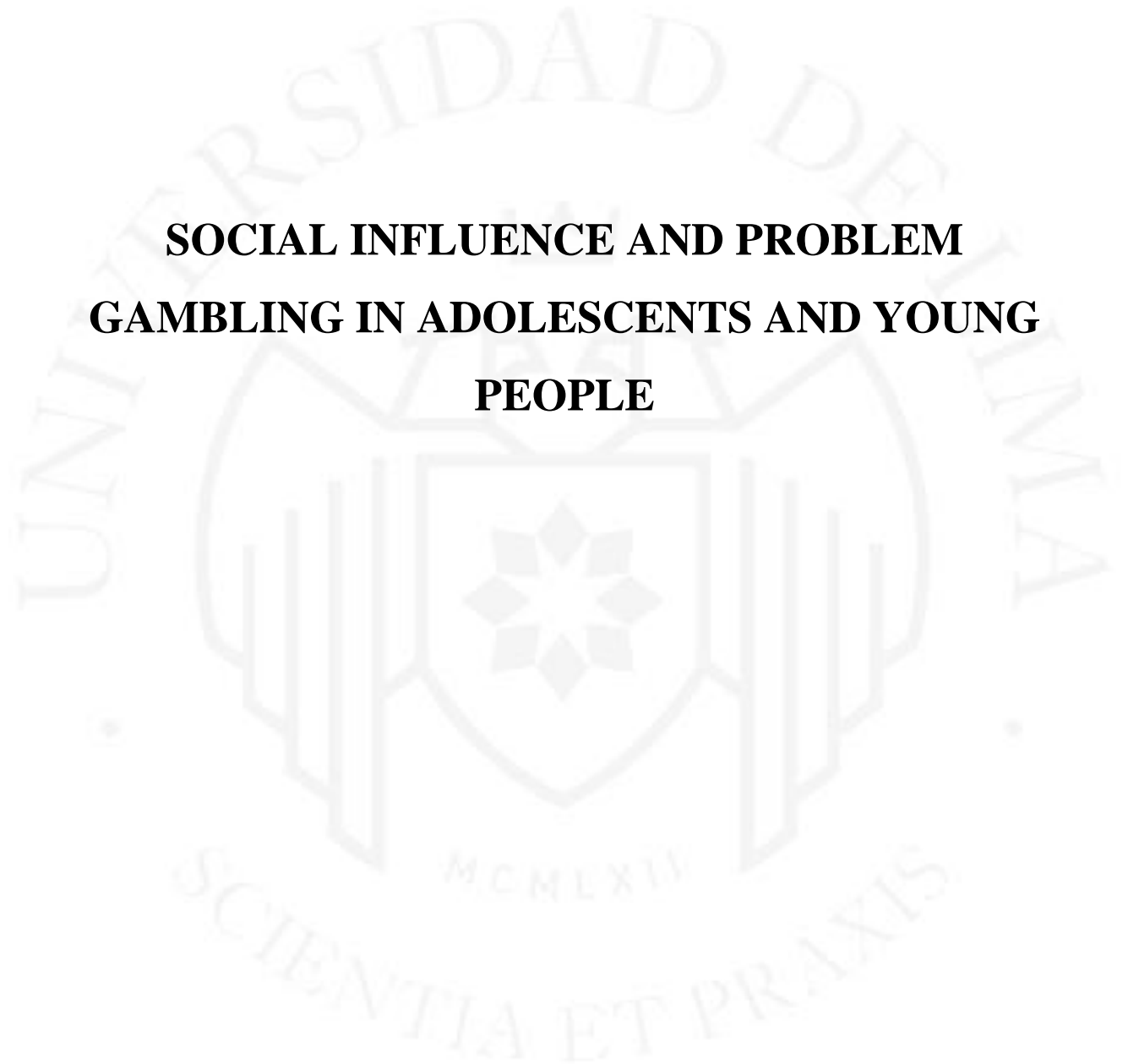
Cristian Alfonso Solano Melo

Lima – Perú

Marzo de 2026

(Hoja en blanco)





**SOCIAL INFLUENCE AND PROBLEM
GAMBLING IN ADOLESCENTS AND YOUNG
PEOPLE**

TABLA DE CONTENIDO

Resumen.....	1
Abstract:.....	1
Introducción	1
Material y método	4
Criterios de inclusión y exclusión.....	4
Estrategia de búsqueda.....	4
Resultados	5
Discusión.....	12
Conclusiones	144
Referencias.....	166

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Análisis de los estudios seleccionados.....	6
Tabla 2. Continuación del análisis de los estudios seleccionados	7



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Diagrama de flujo 5



Influencia social y juego patológico en adolescentes y jóvenes

Daniel Alejandro Palacios Davies¹

20183025@aloe.ulima.edu.pe¹

Universidad de Lima

Resumen: La influencia social y el juego patológico en la juventud han adquirido una relevancia creciente. El presente estudio tuvo como objetivo determinar la relación entre la influencia social, caracterizada por la adaptación de ideas y comportamientos mediante la observación e imitación, y conductas de juego patológico en población adolescente y joven adulta. Se realizó una revisión siguiendo los lineamientos PRISMA, mediante la búsqueda de investigaciones en las bases de datos Scopus, ScienceDirect y SciELO, publicadas entre los años 2016 y 2026. Se seleccionaron 10 estudios que cumplieron con los criterios de inclusión y exclusión establecidos. Los hallazgos evidencian una relación positiva y consistente entre la influencia social en la frecuencia de participación y la severidad del juego patológico. Asimismo, se identificaron la presencia de variables moderadoras como la edad temprana de inicio, la impulsividad y la experiencia previa de juego, las cuales incrementan la vulnerabilidad, mientras que el apoyo social percibido actúa como factor protector. Se resalta la necesidad de replicar la investigación en contextos latinoamericanos, así como de diseñar estrategias de prevención e intervención, así como regulaciones orientadas a la protección de la salud mental juvenil.

Palabras clave: juego patológico, influencia social, adolescentes, jóvenes

Abstract: Social influence and pathological gambling among young people have gained increasing relevance. The present study aimed to determine the relationship between social influence—characterized by the adoption of ideas and behaviors through observation and imitation—and pathological gambling behaviors in adolescent and young adult populations. A review was conducted following PRISMA guidelines, through a search for studies in the databases Scopus, ScienceDirect, and SciELO, published between 2016 and 2026. Ten studies that met the established inclusion and exclusion criteria were selected. The findings provide evidence of a positive and consistent relationship between social influence and both the frequency of participation and the severity of pathological gambling. Likewise, moderating variables such as early age of onset, impulsivity, and prior gambling experience were identified, which increase vulnerability, while perceived social support acts as a protective factor. The need to replicate this research in Latin American contexts is emphasized, as well as to design prevention and intervention strategies, along with regulations aimed at protecting youth mental health.

Keywords: pathological gambling, social influence, teenagers, youth

Introducción

En los últimos años, el uso de internet y tecnologías vinculadas al entretenimiento y ocio digital, incluidas las apuestas en línea, ya se encontraba ampliamente difundido y normalizado (Agorastos et al., 2025). No obstante, el periodo de cuarentena actuó como el principal factor de consolidación de esta tendencia, al posicionar al internet como la principal plataforma para la búsqueda de información y el ocio, por encima de los medios tradicionales (Slavich, 2022). Es en este contexto de fácil, permanente y cotidiano acceso al mundo digital, donde las apuestas en línea, las cuales ya gozaban de una importante popularidad, se afianzaron como una de las principales actividades de ocio y entretenimiento (Barceló-Soler et al., 2025; Ghenoiu et al., 2022).

En los últimos años ha aumentado la tendencia en la realización de investigaciones con el objetivo de identificar los factores que han contribuido al incremento de personas que participan de forma activa y constante en apuestas. En esta línea, Barceló-Soler et al. (2025) hallaron que los principales factores que poseen una fuerte asociación a la predisposición a apostar y a la incorporación de esta actividad en la vida cotidiana son el acceso continuo y poco restringido a internet, la ausencia de relaciones sociales significativas y la presencia de problemas psicológicos como ansiedad o depresión (Ahluwalia et al., 2026).

Dentro de estos factores, el que mayor relevancia ha adquirido entre los adolescentes y jóvenes es la influencia social, la cual es ejercida en el ámbito social, familiar e incluso dentro del mundo digital. Bolat et al. (2024) concluyeron que este es el principal factor contribuyente al aumento de la participación de adolescentes y jóvenes en conductas relacionadas a las apuestas y el juego. Actualmente, las principales modalidades de publicidad a la que la población en general se ve expuesta incluye patrocinios, bonos de participación, promociones, anuncios en eventos deportivos, redes sociales y alianzas con personalidades famosas de internet o también llamadas *influencers* (Labrador et al., 2021).

La previamente mencionada normalización y promoción de las apuestas pueden comprenderse a través de concepto de influencia social, la cual es definida como el proceso por el cual los individuos adoptan y moldean sus actitudes y comportamientos por medio de la influencia real o imaginaria de otras personas (Gibson y Smart, 2025). La influencia social, por su definición, guarda una relación con la teoría del aprendizaje social de Bandura, esta teoría sostiene que los seres humanos adquieren conductas, actitudes y habilidades a través de la observación e imitación de terceros a través de la implicación de procesos cognitivos, como la atención, retención, reproducción y la motivación, los cuales interactúan

de forma constante entre la conducta, la cognición y el entorno (Bandura, 1978).

La influencia social, postulada por su autor Kelman (1958) busca explicar que las personas modifican sus conductas, creencias y actitudes como resultado de la interacción constante con otras personas y el entorno en el que se encuentra el sujeto. Esta teoría propone que la influencia social opera a través de tres procesos psicológicos fundamentales: el cumplimiento, el cual se comprende como un cambio en la conducta motivado por presiones externas y el deseo de obtener una recompensa y evitar un castigo; la identificación, la cual implica la adopción de actitudes y comportamientos con el objetivo de mantener vínculos o asemejarse a un grupo o referente social; y la internalización, la cual consiste en la integración de las conductas y creencias aprendidas en el sistema de valores del individuo, logrando estabilizarse y llegando a ser independientes de influencias externas (Davlembayeva y Papagiannidis, 2025).

Según Pitt et al. (2023), la publicidad en el mundo digital y el patrocinio con *influencers*, quienes, al contar con una mayoría de seguidores adolescentes o jóvenes, funcionan como modelos de comportamiento para su audiencia, constituyen el medio principal por el cual personas entre las edades previamente mencionadas perciben mensajes positivos sobre las apuestas. Esto coincide con lo señalado por Rossi y Nairn (2022), quienes en su estudio llegaron a la conclusión que las plataformas digitales y redes sociales son el medio principal por el cual los jóvenes y adolescentes se ven mayormente expuestos a contenidos promocionales donde las personalidades de internet a quienes tienen por modelos y sus semejantes normalizan y promueven las apuestas y el juego.

Se han realizado diversas investigaciones relacionando la influencia social con otras variables psicológicas, por ejemplo, Schütze et al. (2025) analizaron el rol que tiene la influencia social sobre los comportamientos de confianza y como percibir opiniones de sospecha e inseguridad conlleva a confiar menos en la información presentada. Asimismo, también se han realizado investigaciones relacionando esta variable a otras como depresión a través de la comparación social negativa (Chen et al., 2023) y la ansiedad social al buscar encajar dentro del grupo (Saulnier et al., 2022)

Continuando esta línea, la Universidad de Bristol (2021) señaló que el actual entorno digital se encuentra ampliamente saturado de publicaciones y anuncios que, de forma directa o indirecta, incentivan a inscribirse en páginas de apuestas para jugar; y son los menores de edad y jóvenes adultos quienes reaccionan de forma más receptiva a estos estímulos a comparación de grupos etarios de mayor edad. No obstante, la influencia social que invita a las personas, especialmente a los más jóvenes, no se

limita solamente a estar presente en el entorno digital; Giosan et al. (2024) indican que los refuerzos sociales también se encuentran presentes en los entornos más cercanos, como son la familia y el grupo de pares. Es a raíz de este hallazgo que Giosan et al. (2024) concluyeron que contar con familiares y amistades que apuestan activamente es uno de los principales factores de riesgo para el desarrollo de juego patológico; esta conclusión se ve reforzada por los resultados obtenidos por Guerra y Scorcu (2025), quienes evidenciaron que los adolescentes cuyos padres y/o familiares apuestan poseen una mayor tendencia a empezar a jugar y son menos propensos a ocultar su conducta de juego, ambos factores contribuyendo a una normalización de esta práctica dentro del ámbito familiar.

Diversas variables moderan el efecto de la influencia social, entre ellas las actitudes y creencias internalizadas, ya que un sistema de creencias sólido puede mostrar resistencia ante el cambio incluso bajo presión social (Rodríguez et al. 2016, como se citó en Chopard et al., 2025). Asimismo, la edad y la etapa del desarrollo influyen significativamente, sino los adolescentes y jóvenes adultos más susceptibles a la influencia social (Wijenayake et al., 2021; Irani et al., 2024; Minich et al., 2023). La autoestima también cumple un rol relevante, pues niveles bajos incrementan la conformidad con las normas grupales en busca de validación social (Jaruga-Sękowska et al., 2025). Finalmente, la credibilidad del modelo potencia la influencia social, especialmente cuando existen relaciones parasociales entre *influencers* y seguidores (Triopsakul y Hoonsopon, 2025)

Según Gainsbury (2013), las apuestas en línea o también denominadas apuestas en internet, se definen como el juego realizado por medio del acceso a páginas web o aplicativos especializados con el objetivo de obtener ganancias monetarias en juegos de azar (como se citó en Derevensky, 2020). En cuanto a la magnitud de la misma, según la información recolectada por el Anuario del Juego en España, durante el año 2021 se apostó una cantidad estimada de más de 9 mil millones de euros en este tipo de comercios en territorio español (Gonzales-Oñate et al., 2024).

Esta creciente tendencia resulta especialmente preocupante sobre sus posibles efectos en la población conformada por adolescentes y jóvenes. Al respecto, Gozalo (2023) señala que este grupo etario presenta una mayor predisposición y mayor incidencia de participación en juegos de azar, con un mayor índice de jugadores encontrado en la modalidad en línea; esto debido a su fácil acceso, la afinidad que algunas variantes del mismo guarda con los intereses de los jóvenes como es el caso de las apuestas deportivas, y la oportunidad de obtener ganancias monetarias que estas representan. A nivel nacional, en el Perú el 40% de los adultos participan en juegos de azar, promediando un gasto

de S/. 82 soles por jugada y es en las apuestas deportivas, principalmente relacionadas al fútbol, donde se encuentra la mayor concentración de jugadores y apuestas realizadas (más del 80%); la mayoría juega de forma ocasional y el canal que goza más popularidad para la realización de apuestas es a través de medios digitales como aplicativos o páginas web pertenecientes a casas de apuestas (Canchari, 2025).

Desde una perspectiva psicológica, el juego patológico o ludopatía es una adicción comportamental cuya principal característica es la necesidad progresiva de apostar mayores cantidades de dinero con el objetivo de alcanzar el nivel de excitación deseado o con la meta de recuperarse de pérdidas previas, así como por el malestar percibido al intentar reducir la incidencia de la conducta o el intentar abandonarla, los intentos fallidos de control y la presencia de pensamientos persistentes sobre apuestas pasadas o futuras (APA, 2023; Arias y Osorio, 2023). El juego patológico es un patrón de juego excesivo y poco regulado que, como resultado, genera consecuencias negativas significativas a nivel individual y social (Velotti et al., 2021). Este patrón de conducta suele desarrollarse a través de una serie de etapas sucesivas de ganancia, pérdida y estrés asociado a la recuperación del dinero perdido (Moreira et al., 2023).

Se han realizado numerosas investigaciones durante los últimos años que han encontrado que el juego patológico se encuentra estrechamente relacionado a una serie de comorbilidades, como es el caso del trabajo realizado por Schullerman et al. (2025) y Sharma y Weinstein (2025), cuyos resultados obtenidos concluyeron que existe una relación significativa entre el juego patológico y una lista de afecciones crónicas en la salud tanto física como psicológica, como es el caso de la hipertensión, epilepsia, ansiedad, depresión, abuso de sustancias, entre otras.

De forma similar, el juego patológico guarda una relación con una conectividad frontoestriatal anómala y con alteraciones en la función serotoninérgica, lo cual se traduce como una comunicación cerebral alterada que se traduce en una desregulación del control inhibitorio, control de impulsos y la motivación a raíz de una sobreestimulación del sistema nervioso por un exceso de serotonina (Bellmunt-Gil et al., 2023; García-Castro, 2023). Continuando bajo esta premisa, las distorsiones y sesgos cognitivos desempeñan un papel como actores fundamentales en el desarrollo y mantenimiento de las conductas de juego, a pesar de que la persona es consciente de las pérdidas generadas y los efectos negativos que está experimentando; asimismo, procesos cognitivos como la disociación y el pensamiento materialista resultan fundamentales en la presencia del juego patológico (Rogier et al., 2020).

Aquellos adolescentes y jóvenes que llegan a presentar comportamientos asociados al juego patológico enfrentan, en su gran mayoría, una serie de consecuencias adversas en distintos ámbitos de su vida (Wall et al., 2025; Ahluwalia et al., 2026). Entre los efectos negativos más representativos se encuentran los problemas financieros generados por patrones repetitivos de juego, deterioro de la salud mental al presentar pensamientos constantes sobre las pérdidas obtenidas y cómo recuperarlas, la presencia de ideación y conductas suicidas, una mayor tendencia a presentar comportamientos violentos, conflictos persistentes con personas con las que guarda relaciones interpersonales y un bajo rendimiento académico. Asimismo, es frecuente la presencia comorbilidades mencionadas previamente como el abuso de sustancias, depresión y ansiedad (Wall et al., 2025)

El creciente índice de personas afectadas por el juego patológico, especialmente adolescentes jóvenes y adolescentes, se ha convertido en una problemática de alcance internacional. La Organización Mundial de la Salud (OMS, 2024) informó que aproximadamente el 5,5% de las mujeres y el 11,9% de los hombres del total de la población mundial han experimentado por lo menos un efecto negativo en su salud física y psicológica como consecuencia del juego, principalmente de las apuestas en línea. A nivel nacional, en el Perú el Ministerio de la Salud (Minsa, 2024) reportó haber atendido en centros psicológicos a más de 11 mil personas con trastorno de juego patológico, siendo alarmante el dato que el 37% de esa población correspondía a jóvenes entre 19 y 29 años y un 32% a menores de edad de 12 a 17 años.

Resulta relevante destacar que el aumento de personas que padecen de juego patológico tiene una correlación positiva con una mayor tendencia a que mujeres y niños experimenten situaciones de violencia y, en algunos casos, a verse forzados de participar en actividades delictivas con el objetivo de financiar las apuestas de la pareja o del familiar (Kamalludin, 2024). Adicionalmente, como se mencionó previamente en una serie de párrafos anteriores, el desarrollo de comorbilidades relacionadas al juego patológico se encuentra estrechamente vinculadas al incremento de ideación e intentos suicidas en la población joven y adolescente (Adanski et al., 2024)

Respecto al ámbito legal, la regulación de la publicidad relacionada a las apuestas en medios de comunicación tradicionales como en el entorno digital se ha convertido en una prioridad para diversos países. Un ejemplo de lo anteriormente mencionado es el caso de Francia, donde en el último lustro se han implementado una serie de políticas orientadas a la regulación de publicidad de casas de apuestas en el internet y a exigir una mayor transparencia en los patrocinios y en los servicios, productos y actividades promocionados por

influencers (Shah, 2023). En el contexto peruano, de acuerdo con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur, s.f.), cualquier actividad que guarde una relación con las apuestas tiene la obligación de realizarse bajo la supervisión de la Dirección General de Juegos de Casino y Máquinas Tragamonedas. No obstante, pese a la existencia actual de mecanismos de control orientados a la prevención de delitos relacionados a las apuestas y juegos de azar, aún no existe una figura en el marco legal que regule la publicidad digital, la promoción a través de personalidades de internet que actúan como modelos para la juventud ni un mecanismo efectivo de verificación de la edad de los usuarios.

A raíz del análisis de la literatura anteriormente mencionada y revisada, se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿qué relación existe entre la influencia social y el juego patológico en adolescentes y jóvenes?

Relacionado a la pregunta de investigación planteada en el párrafo anterior, el objetivo de la presente revisión es identificar la relación entre la influencia social a la que se ven expuestos adolescentes y jóvenes y el juego patológico. Este trabajo se enmarca dentro de la línea de investigación bienestar y desarrollo humano, en la sublínea de salud mental y bienestar.

Material y método

Criterios de inclusión y exclusión

Con el objetivo de contar con estudios que estudien e investiguen la relación entre ambas variables, fueron seleccionados aquellos que cumplieron con los siguientes criterios de inclusión: a) diseños experimentales y cuasiexperimentales, b) estudios que relacionan influencia social y juego patológico en adolescentes y jóvenes adultos, c) estudios que evalúen la influencia social y el trastorno de juego patológico d) estudios que especifiquen el número de participantes, e) estudios que especifiquen los

instrumentos empleados para la medición de resultados, f) escritos en español o en inglés, g) estudios que especifiquen el número de participantes, h) estudios publicados entre 2016 y 2026.

Como criterios de exclusión, además de incumplir los criterios de inclusión se tuvo en cuenta que no fueran investigaciones descriptivas, estudios cualitativos, informes de estudios epidemiológicos, revisiones sistemáticas o meta análisis, estudios sin datos concluyentes, abstracts, participación en congresos, capítulos de libros, tesis, revistas de divulgación, manuales y pósters académicos, estudios con características.

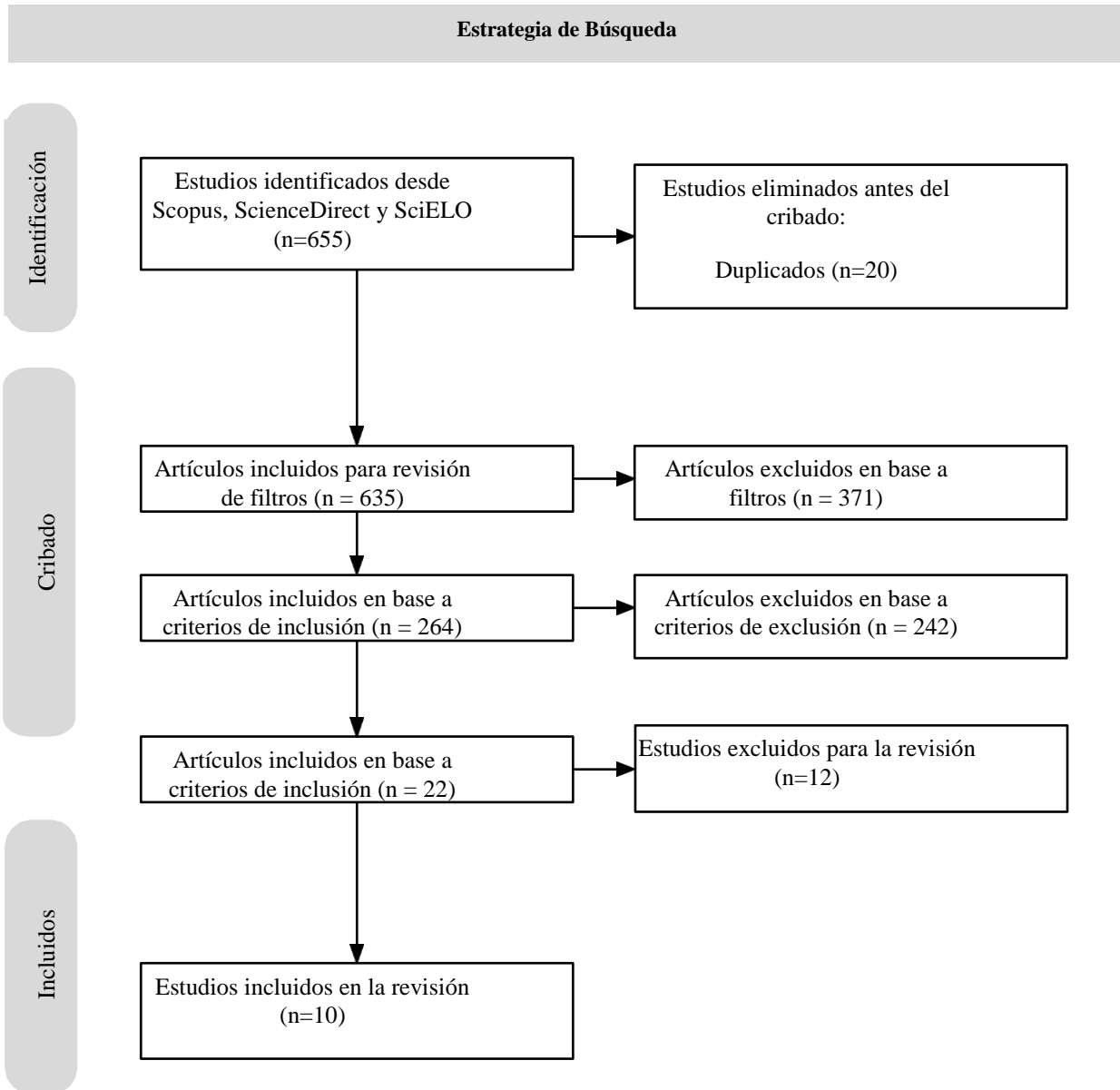
Estrategia de búsqueda

La búsqueda fue realizada entre los meses de enero y febrero de 2026, en las bases de datos electrónicas Scopus, ScienceDirect y SciELO y se utilizaron las siguientes palabras clave: influence, social, social influence, peer influence, advertisement, social media, gambling, pathological gambling, ludopathy, teenagers, young adults. A partir de estos términos, se construyeron estrategias de búsqueda para cada base de datos mediante el uso de operadores booleanos (AND, OR), adaptando los campos de búsqueda según los requerimientos de cada plataforma. A continuación, se detalla la expresión de búsqueda empleada para la búsqueda realizada para la realización de la presente revisión: (“gambling” OR “pathological gambling” OR “ludopathy”) AND (“influence” OR “social” OR “social influence” OR “peer influence” OR “advertisement” OR “social media”) AND (“teenagers” OR “young adults”)

El proceso de búsqueda sistemática siguiendo las indicaciones de la guía PRISMA (Page et al., 2021), dio como resultado un total de 264 referencias, de las cuales se seleccionaron 10 artículos que cumplieran con los criterios de inclusión.

Figura 1

Diagrama de flujo



Resultados

Respecto al análisis de los 10 artículos relacionados, se muestran a continuación en la tabla 1 y 2 los datos de mayor relevancia de cada una de las investigaciones seleccionadas, destacando aspectos como el modelo que se empleó para la definición de las variables de influencia social y juego patológico, hallazgos principales, la confiabilidad de los instrumentos empleados en cada investigación, entre otros aspectos.

Tabla 1*Análisis de los estudios seleccionados*

Autor	Año	Título del artículo	País de Origen	Modelo Teórico	Participantes
Gómez et al.	2020	Minors and Online Gambling: Prevalence and Related Variables	España	Modelo conductual	3772 estudiantes entre 12-17 años
Kaakinen et al.	2020	Young people and gambling content in social media: An experimental Insight	Finlandia	Modelo explicativo	1200 participantes entre 15 y 25 años 230 participantes entre 15 y 30
González-Vallés et al.	2021	Tipsters and Addiction in Spain. Young People's Perception of Influencers on Online Sports Gambling	España	Modelo conductual	1032 estudiantes universitarios
Sirola et al.	2021	Online identities and social influence in social media gambling exposure: A four-country study on young people	Finlandia, Estados Unidos, Corea del Sur y España	Modelo conductual	4816 participantes entre 15-25 años
Bickl et al.	2024	Development of Gambling Behaviour and Its Relationship with Perceived Social Support: A Longitudinal Study of Young Adult Male Gamblers	Alemania	Modelo disposicional	169 participantes entre 18-25 años
Di Censo et al.	2024	Examining the Role of Sports Betting Marketing in Youth Problem Gambling	Reino Unido y Australia	Modelo explicativo	567 participantes entre 18-24 años
Di Censo et al.	2024	Mapping Youth Awareness of Sports Betting Advertising During the 2022 FIFA World Cup	Reino Unido	Modelo explicativo	190 participantes entre 18-24 años
Pérez-Gonzaga et al.	2024	Publicidad de apuestas y conducta de juego en adolescentes y adultos jóvenes españoles	España	Modelo explicativo	2181 adolescentes y jóvenes adultos

Barceló-Soler et al.	2025	Post-COVID gambling habits of adolescents and young adults in Aragon, Spain: a cross-sectional study	España	Modelo conductual	617 estudiantes entre 16-25 años
Xu et al.	2025	A longitudinal investigation of sports betting legalization's influence on problem gambling	Estados Unidos	Modelo explicativo	112 participantes

Tabla 2

Continuación del análisis de los estudios seleccionados

Autor	Instrumentos de evaluación empleados	Confiabilidad y validez de instrumentos	Diseño del estudio	Relación entre influencia social y juego patológico	Hallazgos principales
Gómez et al.	Problematic Internet Use Scale (PIUS-a) Rosenber Self-Esteem scale (RSES) Assertiveness Scale Barrat Impulsiveness Scale (BIS-11A) Social skills Scale	Alfa de Cronbach de PIUS-a: $\alpha=0.82$ Alfa de Cronbach de RSES: $\alpha=0.84$ Alfa de Cronbach de BIS-11A: $\alpha=0.87$	Cuantitativo Correlacional	La presión social es una de los factores más influyentes ante la falta de recursos personales de los jóvenes para el adecuado manejo de las apuestas en línea y otras conductas en el mundo digital	Los jugadores en línea presentan una prevalencia significativamente mayor de uso patológico de Internet y de participación en otras conductas de riesgo en entornos digitales
Kaakinen et al.	Attitude Towards Gambling Scale (ATGS-8)	Alfa de Cronbach de ATGS-8: $\alpha=0.84$	Experimental	Aquellos participantes con experiencia previa con el juego mostraron actitudes positivas hacia contenido de apuestas	Los riesgos potenciales del juego tienen mayor tendencia de aparecer en jóvenes ya interesados en apuestas
González-Vallés et al.	Cuestionario sobre la percepción de tipsters y su influencia en la realización de apuestas	Alfa de Cronbach de Cuestionario sobre la percepción de tipsters y su influencia en la realización de apuestas: $\alpha=0.845$	Cuantitativo Correlacional	El estudio concluye que los <i>tipsters</i> ejercen una fuerte influencia en las apuestas deportivas en línea y que su vinculación representa un riesgo, ya que los jóvenes perciben que	Los jóvenes perciben que el uso de <i>tipsters</i> , junto con la confianza en sus mensajes y la difusión de datos sobre apuestas, fomenta la realización de apuestas deportivas en línea y se asocia directamente

				pueden iniciar o favorecer el desarrollo del juego patológico	con el desarrollo de juego patológico y adicción
Sirola et al.	Cuestionario de Interés reportado hacia mensajes de juego en línea Identity Bubble Reinforcement Scale (IBRS-6)	Alfa de Cronbach de Cuestionario de Interés reportado hacia mensajes de juego en línea: $\alpha=0.96$ Alfa de Cronbach de IBRS-6: $\alpha=0.90$	Experimental	La participación en cliques en línea incrementa el interés por las apuestas, especialmente cuando el contenido es popular, reflejando conformidad con las normas grupales	La interacción con contenido de juego en línea amplifica normas grupales y su visibilidad algorítmica, favoreciendo la normalización y el aumento de conductas de juego
Bickle et al.	Stinchfield Gambling Disorder Criteria Questionnaire (GD) ENRICH Social Support Instrument (ESSI)	Alfa de Cronbach de GD: $\alpha=0.91$ Alfa de Cronbach de ESSI: $\alpha=0.92$	Cuantitativo longitudinal	Hay una disminución de los efectos negativos y comorbilidades del juego patológico cuando se pertenece a entornos sociales que no apoyan ni normalizan las apuestas	Se estrategias de tratamiento y prevención que activan y refuerzan los recursos sociales beneficiosos en personas con problemas de juego
Di Censo et al.	Problem Gambling Severity Index (PGSI) Short UPPS-P Impulsive Behavior Scale (SUPPS-P) Gambling Behavior Scale (GBS) Sports Betting Exposure Scale	Alfa de Cronbach de PGSI: $\alpha=0.89$ Alfa de Cronbach de SUPPS-P: $\alpha=0.80$ Alfa de Cronbach de Sports Betting Exposure Scale: $\alpha=0.83$	Cuantitativo correlacional	El marketing de apuestas deportivas favorece e intensifica el juego patológico en jóvenes	El marketing de apuestas deportivas se asoció positivamente con el juego patológico, destacando la influencia de la publicidad y los incentivos en las decisiones de apuesta
Di Censo et al.	Problem Gambling Severity Index (PGSI) Exposure to Sports Betting Advertising Scale	Alfa de Cronbach de PGSI: $\alpha=0.85$ Alfa de Cronbach de Exposure to Sports Betting Advertising Scale: $\alpha=0.75$	Explorativo	Una proporción considerable de jóvenes recordó haber estado expuestos e incentivos, mientras que fue menos frecuente el recuerdo de anuncios de apuestas menos riesgosas y la mención de efectos negativos.	Personas con un mayor riesgo de ser jugadores patológicos reportaron encontrar e identificar mayor cantidad de publicidad que aquellos de riesgo bajo.

Pérez-Gonzaga et al.	<p>Escala de actitud hacia la Publicidad de Apuestas (EAPA)</p> <p>Impacts of Gambling Advertising Scale (IGAS)</p>	<p>Alfa de Cronbach de EAPA: $\alpha=0.719$</p> <p>Alfa de Cronbach de IGAS: $\alpha=0.78$</p>	Cuantitativo Correlacional	Las variables asociadas a la publicidad se relacionan significativamente con la conducta de juego	La publicidad afecta en mayor medida a aquellos sujetos que han jugado previamente
Barceló-Soler et al.	<p>Problem Gambling Severity Index (PGSI)</p> <p>Gambling Related Cognitions Scale (GRCS)</p> <p>Gambling Motives Questionnaire (GMQ)</p> <p>Impacts of Gambling Advertising Scale for Adolescents (IGAS)</p> <p>UPPS-P Impulsive Behavior Scale</p>	<p>Alfa de Cronbach de PGSI: $\alpha=0.90$</p> <p>Alfa de Cronbach de GRCS: $\alpha=0.97$</p> <p>Alfa de Cronbach de GMQ: $\alpha=0.93$</p> <p>Alfa de Cronbach de IGAS: $\alpha=0.77$</p> <p>Alfa de Cronbach de UPPS-P: $\alpha=0.73$</p>	Cuantitativo interseccional	La influencia social es un factor clave en la relación con el juego patológico, al contribuir a la normalización del juego y potenciar conductas de riesgo en jóvenes y adolescentes	El juego patológico en jóvenes se mantiene estable y está influido por la normalización social del juego y por factores psicológicos y contextuales, lo que evidencia la necesidad de estrategias preventivas diferenciadas
Xu et al.	<p>Cuestionario demográfico y sobre la legalidad de las apuestas en su estado</p> <p>Problem Gambling Severity Index (PGSI)</p>	Alfa de Cronbach de PGSI: $\alpha=0.89$	Cuantitativo correlacional	La influencia social, a través de la publicidad, normas grupales y presión de pares, se asocia positivamente con mayores niveles de juego problemático, especialmente en jóvenes vulnerables	La exposición a contenidos de apuestas incrementa la participación y severidad del juego, mientras que el apoyo social y el control parental actúan como factores protectores

A continuación, se realizará una síntesis de cada análisis realizado, describiendo a profundidad los resultados principales. Las 10 investigaciones seleccionadas para el desarrollo de la presente revisión han abordado diversas relaciones entre el juego patológico y la influencia social en una población de jóvenes y adolescentes, algunas también ahondando en variables y factores asociados. Todos los textos revisados se publicaron entre los años 2020 y 2026 y pertenecían a los siguientes continentes: América, Europa, Asia y Oceanía.

Los idiomas en los que se publicaron las investigaciones corresponden al español y al inglés. Acerca de los instrumentos empleados, se llegaron a incluir cuestionarios psicométricos de un uso extendido como es el caso del Problematic Internet Use Scale (PIUS-a), Attitude Towards Gambling Scale (ATGS-8) o el Problem Gambling Severity Index (PGSI) (Gómez et al., 2020; Kaakinen et al., 2020; Bickl et al., 2024; Di Censo et al., 2024; Barceló-Soler et al., 2025; Xu et al., 2025). Algunas investigaciones optaron por emplear cuestionarios propios o recoger información a través de herramientas experimentales creadas específicamente para la investigación realizada, como es el caso del Cuestionario de Interés reportado hacia mensajes de juego en línea, Cuestionario sobre la percepción de *tipsters* y su influencia en la realización de apuestas (González-Vallés et al., 2021; Sirola et al., 2021).

El primer estudio fue llevado a cabo por Gómez et al. (2020) en una muestra de 3772 adolescentes de 12 a 17 años con el objetivo de estimar la prevalencia de las apuestas en línea en menores y qué factores asociados favorecen su prevalencia mostró que el 6,5% realizaba apuestas en línea, cifra triplicaba a resultados obtenidos en un periodo de 7 años previos a la realización de la investigación (el porcentaje inicial en 2010 era de 1.5%, en 2014 aumentó a 3.8%, luego volvió a aumentar a 5.8% en 2016). La práctica de apuestas y presencia de conductas de juego fue más frecuente en varones de aproximadamente 15 años. Asimismo, el juego online se asoció con mayor uso problemático de Internet, mayor impulsividad y conductas de riesgo. También se evidenció un menor control parental en los adolescentes apostadores. Moviendo el foco a la influencia social, el estudio reportó que existe una asociación entre las apuestas en línea y una baja capacidad de poder evaluar los riesgos, dejándose llevar más por lo que perciben como deseable en las redes sociales y en sus grupos de amistades. Estos hallazgos subrayan la necesidad de estrategias preventivas integrales.

El estudio de Kaakinen et al. (2020) tuvo como objetivo principal el evaluar y analizar las reacciones de jóvenes finlandeses de 15 a 30 años

ante contenidos de apuestas en redes sociales y encontrar si aquellos individuos que interactúan con este contenido tienen una mayor predisposición de verse expuestos a una mayor cantidad de publicidad y contenido relacionado, la investigación empleó mediante un experimento con viñetas para poder llegar a responder a las preguntas planteadas por el estudio. Los resultados obtenidos mostraron que, si bien existe una tendencia a reaccionar a mensajes en contra del juego, aquellos individuos que ya contaban con actitudes hacia las apuestas reaccionaron de forma positiva al contenido a favor del juego. No obstante, es importante resaltar que uno de los principales hallazgos fue que la opinión de la mayoría influyó en las reacciones de cada uno de los participantes, es decir que, al presenciar contenido con un mayor número de me gustas y comentarios, los participantes eran más propensos a replicar las respuestas de la mayoría. Estos hallazgos sugieren que las reacciones de los jóvenes antes contenido y publicidad relacionada al juego se encuentra altamente influenciada por las normas sociales y la influencia social.

La investigación realizada por González-Vallés et al. (2021) examinó la percepción de jóvenes universitarios sobre la influencia de los *tipsters* en las apuestas deportivas en línea y su relación con conductas adictivas. Se define a un *tipster* como un *influencer* que analiza distintos eventos deportivos e identifica cuotas con valor, en su mayoría suelen ser apostadores experimentados. El trabajo contó con una muestra de 1032 estudiantes de Madrid y los resultados evidenciaron que cuando un *tipster* suele estar involucrado en alguna apuesta, se presenta un mayor número de apostadores involucrados en una apuesta específica. Enfocándose más en los adolescentes y jóvenes, se encontró dentro de los resultados que, al percibir el apoyo que reciben estas figuras y/o al querer replicar las ganancias que están percibiendo, los jóvenes tienden a repetir los patrones de comportamiento de los *tipsters*, generando así un factor de riesgo importante para el desarrollo de juego patológico.

El estudio de Sirola et al. (2021) tuvo el objetivo principal de examinar la relación entre el involucramiento en grupos en línea, también denominados en el estudio como *online cliques*, como predictor de un creciente interés de los jóvenes en contenido de apuestas. La muestra estuvo conformada por 4816 participantes de 15 a 25 años repartidos entre Finlandia (n=1200), Estados Unidos (n=1212), Corea del Sur (n=1192) y España (n=1212). Los resultados se obtuvieron mediante el empleo de cuestionarios como el *YouGamble*, el *Online Identity Bubble Involvement* (IBRS); el estudio concluyó que una mayor participación en *online cliques* se asoció con mayor interés por el juego y mayor conformidad con las normas

grupales, especialmente en jóvenes con experiencia previa y con mayor intensidad en Corea del Sur. Los autores también discutieron en los resultados sobre cómo estos grupos representan un contexto de riesgo al normalizar el juego y potenciar la influencia social y algorítmica sobre las conductas de apuesta.

Bickl et al. (2024), en su investigación examinaron la relación entre el apoyo emocional y social percibido y la evolución de la conducta de juego en hombres jóvenes adultos con alta frecuencia de apuestas. Mediante un diseño longitudinal con 169 participantes seguidos durante 24 meses, se observó que mayores niveles y aumentos de apoyo social se asociaron con menos problemas de juego y una reducción significativa de las conductas de apuesta. Los autores concluyen que el apoyo social percibido actúa como un factor protector clave, lo que respalda intervenciones preventivas y terapéuticas orientadas al fortalecimiento de los recursos sociales. Los investigadores también optaron por brindarle mayor relevancia a una serie de covariables como los antecedentes migratorios, problemas psicológicos como la depresión y ansiedad, y el uso de sustancias como alcohol y tabaco.

El estudio de Di Censo et al. (2024a) tuvo como principal objetivo determinar la influencia, especialmente en una población joven, de la publicidad y marketing de apuestas sobre el desarrollo de una posible patología relacionada al juego. Para el desarrollo del estudio se contó con una muestra de 567 participantes compuesta por jóvenes de 18 a 24 años del Reino Unido y Australia. Para la obtención de resultados se hizo uso de herramientas que permitieran medir el juego problemático, impulsividad, frecuencia de juego, frecuencia de exposición a publicidad relacionada al juego, entre otros. Se obtuvo como resultado que la exposición a la publicidad y el uso de incentivos se asociaron con mayores niveles de juego patológico, junto con factores como la impulsividad y las apuestas en vivo. Los autores concluyen que el marketing de apuestas intensifica los problemas de juego en jóvenes, respaldando la necesidad de regulaciones publicitarias.

Un segundo estudio realizado por de Di Censo et al. (2024b) examinó el reconocimiento de publicidad de apuestas deportivas en jóvenes entre los 18 y 24 años pertenecientes al Reino Unido durante los meses en los que se realizó el Mundial de Fútbol de 2022. Con una muestra conformada por 190 participantes, quienes para ser considerados dentro del estudio debieron haber visto por lo menos una transmisión de un partido de este torneo, los autores hicieron empleo de cuestionarios como el *Problem Gambling Severity Index* (PGSI) y escalas para cuantificar la exposición a publicidad de apuestas deportivas, escalas para cuantificar la exposición a publicidad de diversos tipos de

apuestas e incentivos, y escalas para medir la frecuencia con la cual encontraban publicidades que incluyan por lo menos alguna herramienta para prevenir apuestas de alto riesgo. Los resultados mostraron un alto índice de recuerdo de anuncios, especialmente de apuestas de mayor riesgo e incentivos promocionales, siendo los jóvenes con antecedentes de apuestas y aquellos con una mayor cantidad de factores de riesgo asociados, quienes reportaron mayor exposición, principalmente a través de redes sociales. Asimismo, se evidenció una baja identificación de mensajes de juego responsable, lo que respalda la necesidad de reforzar las regulaciones publicitarias dirigidas a la población juvenil.

Pérez-Gonzaga et al. (2024) examinaron en su estudio la relación entre la publicidad de apuestas y la conducta de juego en adolescentes y adultos jóvenes en España. La muestra del estudio fue conformada por un total de 2181 participantes con edades comprendidas entre los 15 y 25 años de edad. Se hizo la medición de 7 variables, las cuales fueron la frecuencia de juego, intensidad de juego, gasto máximo (medido en euros), intención de juego, presión mediática, actitud hacia la publicidad de juego y el impacto percibido de la publicidad de juego. Los resultados evidenciaron una asociación significativa entre la exposición publicitaria y la conducta de juego, especialmente en hombres y en quienes ya habían apostado previamente, así como diferencias entre menores y mayores de edad. Los autores concluyen que es fundamental prevenir el inicio temprano en el juego y analizar el impacto de la publicidad atendiendo a los actuales patrones de consumo mediático juvenil.

Barceló-Soler et al. (2025) analizaron la normalización del juego en jóvenes españoles y su relación con el trastorno del juego y la salud mental. Para el desarrollo de este análisis se tomaron en cuenta medidas como variables sociodemográficas, comportamientos de juego, exposición a publicidad y constructos psicológicos. Con una muestra total de 617 participantes de 16 a 25 años, se observó que cerca del 60% había apostado alguna vez y una prevalencia de juego patológico del 3,5%. Asimismo, se identificaron diferencias según el nivel educativo, siendo los estudiantes de secundaria quienes presentaron mayor impulsividad e intención de apostar. Los autores concluyen que el juego continúa siendo un fenómeno normalizado en la juventud, lo que subraya la necesidad de intervenciones preventivas diferenciadas por edad e integradas al contexto social.

Finalmente, la investigación de Xu et al. (2025) examinó los efectos de la legalización de las apuestas deportivas sobre la severidad del juego problemático en 112 apostadores estadounidenses mediante un estudio longitudinal con diseño experimental natural. Al comparar participantes de

estados con y sin legalización, no se halló una interacción significativa entre el tiempo y la legalización, aunque tampoco se pudo descartar su impacto. Asimismo, se identificó que las edades más jóvenes y el estado civil soltero se asocian con mayor severidad del juego problemático, lo que subraya la necesidad de medidas de protección dirigidas a grupos demográficos vulnerables en contextos de reciente legalización.

Discusión

La presente revisión tuvo el objetivo de analizar la relación entre la influencia social y el juego patológico a través de la revisión de 10 artículos, los cuales aportan evidencia empírica relevante para la comprensión de esta problemática. La revisión de los estudios evidencia que existe una relación positiva entre la influencia social y el juego patológico en adolescentes y jóvenes, fenómeno que está expandiéndose. En conjunto, las investigaciones seleccionadas evidenciaron que existe una tendencia creciente en el interés y participación de actividades de relacionadas a las apuestas, lo que resulta en que el juego deje de ser una práctica excepcional y pase a ser parte del repertorio de actividades cotidianas de los adolescentes y jóvenes (Gómez et al., 2020; Kaakinen et al., 2020; González-Vallés et al., 2021; Sirola et al., 2021; Bickl et al., 2024; Di Censo et al., 2024a; Di Censo et al., 2024b; Pérez-Gonzaga et al., 2024; Barceló-Soler et al., 2025; Xu et al., 2025).

Los estudios revisados constataron que la publicidad de apuestas perteneciente a los entornos digitales es una de las principales fuentes de influencia social que impacta de forma directa en la conducta de juego de los jóvenes. Algunas investigaciones de la presente revisión (DiCenso et al. 2024a, 2024b; Pérez-Gonzaga et al. 2024; González-Vallés et al. 2021), demostraron que los anuncios, publicidades que involucran a modelos como los *influencers*, *tipsters* y otras personalidades famosas, bonos de inicio y promociones no solo aumentan la probabilidad de apostar, sino que también refuerzan una serie de distorsiones cognitivas relacionadas al control, probabilidades de realizar una jugada exitosa y percepciones del riesgo asociado al juego. Estos mensajes resultan ser particularmente efectivos en personas entre edades de 15 a 25 años con antecedentes de apuestas; estos hallazgos sugieren la existencia de un efecto acumulativo de la exposición publicitaria y una mayor vulnerabilidad de quienes se encuentran en fases iniciales de involucramiento con el juego.

Estos resultados obtenidos se relacionan con la teoría de la influencia social de Kelman (1958). En una primera fase, muchos jóvenes se involucran en apuestas como resultado del cumplimiento, es decir, para obtener aceptación

social, evitar el rechazo o participar en dinámicas grupales normalizadas en redes sociales o eventos deportivos. Posteriormente, mediante la identificación, los adolescentes y jóvenes adoptan conductas de apuesta para asemejarse a figuras valoradas socialmente, como son los *influencers*, *tipsters*, celebridades o pares que ellos consideran como significativos. Finalmente, cuando el juego se integra al sistema de creencias del individuo al percibirse como una forma legítima de ocio, habilidad o estrategia económica, se produce la internalización, lo que explicaría la persistencia del comportamiento incluso en ausencia de estímulos externos directos, tal como se observa en jóvenes con mayor severidad de juego problemático.

La influencia social no solo actúa como un factor de riesgo al exponer a los individuos a conductas de juego, sino que también cumple un rol central en la persistencia e intensificación de la conducta de juego patológico en adolescentes y jóvenes. La continua visualización y presencia de contenidos de apuestas en redes sociales, el respaldo grupal percibido y la validación social asociada al juego y las posibles ganancias contribuyen a la normalización del juego como una práctica cotidiana y socialmente aceptada (Kaakinen et al., 2020; Sirola et al., 2021; Barceló-Soler et al., 2025). Desde esta perspectiva, el entorno social funciona como un sistema de refuerzo simbólico que favorece el aprendizaje social de conductas de apuesta, especialmente en contextos donde los riesgos y pérdidas tienden a minimizarse o invisibilizarse (González-Vallés et al., 2021; Di Censo et al., 2024a). Esta dinámica resulta particularmente relevante en población joven, ya que la búsqueda de pertenencia y aprobación social, junto con una menor madurez en los procesos de autorregulación, incrementa la susceptibilidad a internalizar normas pro-juego y a desarrollar distorsiones cognitivas relacionadas con el control y la probabilidad de ganar (Gómez et al., 2020; Pérez-Gonzaga et al., 2024). En consecuencia, la influencia social no solo incrementa la probabilidad de iniciar en el juego, sino que también potencia la progresión hacia patrones de juego problemático al reforzar creencias disfuncionales y disminuir la percepción de riesgo, configurándose como un mecanismo clave en el desarrollo y consolidación del trastorno del juego en esta etapa del desarrollo (Sirola et al., 2021; Barceló-Soler et al., 2025).

Desde un enfoque cognitivo, los resultados obtenidos pueden explicarse por la activación y mantenimiento de distorsiones cognitivas, como pueden ser la percepción que se tiene sobre el control de la conducta o la sobreestimación de las probabilidades de obtener ganancias económicas. Investigaciones como las llevadas a cabo por Barceló-Soler et al. (2025), Di Censo et al. (2024a) y Xu et al. (2025) sugieren que no solo la influencia

social incrementa la conducta de apuesta, son que refuerza esquemas cognitivos disfuncionales. Esto sucedería debido a que la publicidad tiene la tendencia a presentar el juego como una actividad divertida y altamente rentable, lo que fortalece creencias erróneas sobre el rol fundamental que el azar tiene en las apuestas.

Dentro del marco del juego patológico, este mismo se mantiene e intensifica mediante los mecanismos de refuerzo. Las primeras veces que la persona experimenta ganancias, ya sea por una apuesta realizada exitosamente o la presencia de alguna promoción o bono de bienvenida, funcionan como un refuerzo positivo, incrementando así la probabilidad de repetir la conducta como se pudo observar en las investigaciones realizadas por Di Censo et al. (2024a, 2024b).

Es importante mencionar que la mayoría de las investigaciones seleccionadas resaltaron la presencia de variables moderadoras. Gómez et al. (2020), Barceló-Soler et al. (2025) y Xu et al. (2025) hicieron principal énfasis en la edad como variable moderadora, esto al evidenciar que son los más jóvenes quienes presentan una mayor vulnerabilidad ante la influencia social debido a la búsqueda de aprobación social y también al ser la etapa en la cual se empieza a formar la identidad. Estos factores propios de la adolescencia y juventud intensifican el impacto percibido de la publicidad, los pares y los modelos.

Otra de las principales variables moderadoras presentes en los estudios analizados son la experiencia previa con el juego y las actitudes hacia el mismo. Kaaniken et al. (2020), Sirola et al. (2021) y Pérez-Gonzaga et al. (2024) coincidieron en que aquellos jóvenes con actitudes favorables al juego y que aquellos que han apostado previamente muestran mayor interés ante las apuestas y el contenido relacionado al mismo. Estos hallazgos dan pie a que se pueda concluir que la influencia social no solo actúa como un detonante inicial, sino que también hace la labor de ser un factor de mantenimiento y escalada de la conducta.

Las variables moderadoras menos repetidas entre estudios están la impulsividad, el apoyo social, el control parental, las normas grupales, el género, el contexto cultural y el marco legal aparecen como moderadores menos mencionados de forma sistemática en los estudios analizados, pero con un papel explicativo relevante. La impulsividad intensifica el impacto de la publicidad y de los incentivos al reducir el control inhibitorio, mientras que el apoyo social actúa como factor amortiguador que puede frenar la progresión del juego problemático incluso en contextos de alta exposición (Gómez et al., 2020; Di Censo et al., 2024a; Barceló-Soler et al., 2025). El control parental modera especialmente el inicio temprano del juego al limitar la exposición y la normalización de las apuestas en

menores (Bickl et al. 2024). A su vez, las normas grupales potencian la influencia social cuando el juego es percibido como una conducta aceptada o compartida, especialmente en entornos digitales cerrados (Sirola et al., 2021). El género introduce diferencias en la susceptibilidad a ciertos mensajes, particularmente en apuestas deportivas, mientras que el contexto cultural y el marco legal condicionan la intensidad de la exposición y la legitimación social del juego, modulando así la relación entre influencia social y conducta de apuesta (Pérez-Gonzaga et al., 2024; Gómez et al., 2020).

Por otro lado, los resultados y conclusiones de los artículos revisados permitieron la identificación de posibles factores protectores que pueden atenuar la relación entre la influencia social y el juego patológico. En particular, el estudio longitudinal de Bickl et al. (2024) destaca el rol del apoyo social percibido como un elemento clave en la reducción de la frecuencia de apuestas y de los problemas asociados al juego. La presencia de entornos sociales que no normalizan ni refuerzan las apuestas, así como el apoyo emocional, se asocian con una evolución más favorable de la conducta de juego. Estos hallazgos resaltan la importancia de considerar el apoyo social no solo como un factor contextual, sino también como un componente central en las intervenciones preventivas y terapéuticas.

Otros factores protectores identificados en los artículos revisados incluyen el control parental y la supervisión familiar, esto porque limitan la exposición a la publicidad de apuestas y la normalización de la conducta en el caso de aquellos jóvenes y adolescentes que se encuentran en las etapas más tempranas del desarrollo (González-Vallés et al., 2021; Pérez-Gonzaga et al., 2024). Dentro de esta categoría también se encuentran presentes la identificación y comprensión del juego responsable, que si bien fue reportada como baja en algunos estudios, se asocia a una menor influencia del marketing y a una relación más controlada con el juego (Di Censo et al., 2024b; Barceló-Soler et al., 2025).

Asimismo, los hallazgos revisados proponen la implementación de políticas públicas orientadas a la regulación de la publicidad de apuestas, especialmente en entornos digitales y redes sociales, con el objetivo de que estas medidas disminuyan la tendencia al alza que se tiene de la normalización y promoción de las apuestas y el juego entre los menores y los jóvenes (Di Censo et al., 2024a; Di Censo et al., 2024b). La alta exposición a contenidos promocionales, la baja visibilidad de mensajes de juego responsable y la participación de figuras influyentes sin una regulación clara representan un riesgo significativo para la salud mental juvenil (González-Vallés et al., 2021; Di Censo et al., 2024b). En este sentido, la

evidencia presentada puede servir como base para el desarrollo de normativas más estrictas en contextos como el peruano, donde aún existen vacíos legales en relación con la publicidad digital y la verificación efectiva de la edad de los usuarios (Pérez-Gonzaga et al., 2024).

En cuanto a las similitudes, los estudios revisados coinciden en señalar que el entorno social y digital desempeña un rol central en la configuración de la conducta de juego juvenil. De manera consistente, se observa que la exposición a publicidad, la normalización del juego en redes sociales y la influencia de pares o figuras influyentes se asocian con mayor interés, participación y riesgo de juego problemático (Kaaniken et al., 2020; Sirola et al., 2021; Pérez-Gonzaga et al., 2024). Asimismo, la mayoría de investigaciones identifica a los varones jóvenes como un grupo particularmente vulnerable, así como una mayor susceptibilidad en individuos con experiencia previa de apuestas, lo que refuerza la idea de un proceso progresivo de involucramiento con el juego.

Sin embargo, también se identificaron algunas diferencias entre los hallazgos de los estudios. Por ejemplo, mientras investigaciones como las de Di Censo et al. (2024a, 2024b) y Pérez-Gonzaga et al. (2024) priorizaron a la publicidad de apuestas como la forma de influencia social más efectiva entre los jóvenes, Kaaninen et al. (2020) y Sirola et al. (2021) ponen el énfasis en las dinámicas grupales, normas sociales y validación de pares, mostrando que el respaldo social y la popularidad percibida del contenido modulan el interés y la conducta de apuesta. Las diferencias entre resultados, si bien son principalmente de foco y no existe una discrepancia relevante entre los estudios, puede llegar a explicarse por variables moderadoras como el género que más representado se vio en la muestra, diferencias culturales y contextuales entre los países en los que se realizaron los estudios y las edades de los participantes.

Desde una perspectiva aplicada, los hallazgos de la presente revisión resultan especialmente relevantes para los ámbitos teórico, investigativo, preventivo y clínico, tales como puede ser el diseño de estrategias de prevención primaria y secundaria del juego problemático en adolescentes y jóvenes. La evidencia revisada muestra que la influencia social, particularmente a través de los modelos a seguir de los jóvenes actuales, las normas grupales y la exposición en redes sociales, constituye un factor clave en el inicio y mantenimiento de la conducta de juego patológico. En este sentido, los programas preventivos, a través de la psicoeducación, deberían incorporar componentes de alfabetización mediática, orientados a desarrollar una actitud crítica frente a los mensajes publicitarios y a desnaturalizar la percepción del juego como una

actividad inofensiva o socialmente aceptada. Asimismo, resulta fundamental intervenir en contextos educativos formales, como colegios y universidades, integrando contenidos específicos sobre riesgos del juego online y estrategias de autorregulación.

En el ámbito de la psicología clínica, la revisión aporta insumos relevantes para la detección precoz, evaluación e intervención psicológica en jóvenes con conductas de juego problemático. Los estudios analizados sugieren que fortalecer el apoyo social percibido y reducir la normalización del juego en el entorno inmediato puede favorecer una disminución de la frecuencia y severidad de las apuestas. Asimismo, las intervenciones deberían incluir no solo al individuo, sino también a su red social y familiar, promoviendo estilos de comunicación protectores y el establecimiento de límites claros frente al uso de plataformas de apuestas.

Entre las principales limitaciones de la presente revisión se encuentra la heterogeneidad metodológica de los estudios analizados, así como el predominio de diseños transversales y correlacionales, lo que limita la posibilidad de establecer relaciones causales firmes. Asimismo, gran parte de la evidencia proviene de países europeos y anglosajones, lo que restringe la generalización de los resultados a otros contextos socioculturales como puede ser el contexto latinoamericano y peruano. Adicionalmente, el uso de herramientas tales como autorreportes o cuestionarios autoaplicados puede generar sesgos de deseabilidad social o subestimación de la conducta de juego, especialmente en población adolescente.

Finalmente, se recomienda continuar investigando la relación entre influencia social y juego patológico en adolescentes y jóvenes, priorizando estudios longitudinales, diseños experimentales y modelos de mediación y moderación que permitan profundizar en los mecanismos psicológicos implicados. Resulta especialmente relevante ampliar la investigación en contextos latinoamericanos y desarrollar herramientas de evaluación con adecuadas propiedades psicométricas adaptadas a estas realidades.

Conclusiones

Los resultados de los estudios revisados evidencian una relación positiva y significativa entre la influencia social y el juego patológico, así como con las conductas de juego. En conjunto, el análisis de las investigaciones permite concluir que existe una asociación entre mayores niveles de influencia con un incremento del interés por el juego, una mayor

frecuencia de apuesta y una mayor probabilidad de desarrollar juego patológico.

Asimismo, esta relación no se presenta de manera uniforme, sino que se encuentra regulada y moderada por diversas variables individuales y contextuales, entre las que destacan la edad temprana de inicio, la impulsividad, la experiencia previa de juego, el nivel de apoyo social percibido y los marcos regulatorios vigentes. Estos factores influyen tanto en la intensidad como en la dirección

del impacto de la influencia social sobre la conducta de juego, configurando trayectorias de riesgo diferenciadas dentro de la población juvenil.

En conjunto, los hallazgos resaltan la importancia de considerar estos mecanismos reguladores y moderadores para una comprensión más precisa de la problemática para el diseño de estrategias preventivas y de intervención ajustadas a los adolescentes y jóvenes.

Referencias

- Adanski, A. L., Bruzamarillo, E. A., Romani, S. T., & Nazar, T. C. G. (2024). Suicide ideation and attempts among teenage years public school students: a characterization study. *Cuadernos de Educación y Desarrollo*, 16(2), 01-23. <https://doi.org/10.55905/cuadv16n2-010>
- Agorastos, A., Christogiannis, C., Mavridis, D., Seitdis, G., Kontouli, K., Tsokani, S., Koutsioroumpa, O., Tsamakias, K., Solmi, M., Thompson, T., Correll, C., Dragioti, E., & Bozikas, V. (2025). Restrictive measures and course of behavioral outcomes in representative adult Greek population during the COVID-19 pandemic: Results on functioning, coping, alcohol/substance abuse, smoking, gambling, pro-social activities and domestic violence from the largest multi-wave COVID-19 online national survey in Greece (COH-FIT). *Journal of Psychiatric Research*, 19, 480-489. <https://doi.org/10.1016/j.jpsychires.2025.07.014>
- Akat, M. (2025). Mapping Research on Online Gambling: A Bibliometric Analysis. *Journal of Dependence*, 26(4), 510-523. <https://doi.org/10.51982/bagimli.1675447>
- Ahluwalia, A., Jangra, D., Singh, S., Sarkar, S., & Singh Balhara. (2026). Neurocognitive functioning in gambling: A systematic review of comparisons with other psychiatric and comorbid conditions. *Psychiatry Research*, 359. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2026.117000>
- American Psychology Association APA. (2023). *APA Dictionary of Psychology*.
- Arias, F. & Orío, L. (2023). *Guía Clínica sobre Adicciones Comportamentales Basadas en la Evidencia*. Socidrogalcohol.
- Badji, S., Black, N., y Johnston, D. (2023). Economic, Health and Behavioural Consequences of Greater Gambling Availability. *Economic Modelling*, 123. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2023.106285>
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Barceló-Soler, A., Armas-Landaeta, C., Pérez-Aranda, A., Monreal-Bartolomé, A., Beltrán-Ruiz, M., Cabrera-Gil, I., Camarero-Grados, L., García-Campayo, J., y López del Hoyo, Y. (2025). Post-COVID gambling habits of adolescents and young adults in Aragon, Spain: a cross-sectional study. *BMC Public Health* 25, 2444 (2025). <https://doi.org/10.1186/s12889-025-23591-6>
- Bellmunt-Gil, A., Majuri, J., Arponen, E., Kaasinen, V., & Joutsa, J. (2023). Abnormal frontostriatal connectivity and serotonin function in gambling disorder: A preliminary exploratory study. *Journal of Behavioral Addictions*, 12(3), 670-681. <https://doi.org/10.1556/2006.2023.00037>
- Bickl, A. M., Kraus, L., Loy, J. K., Kriwy, P., Slecza, P., & Schwarzkopf, L. (2024). Development of Gambling Behaviour and Its Relationship with Perceived Social Support: A Longitudinal Study of Young Adult Male Gamblers. *Journal of Gambling Studies*, 40(1), 307-332. <https://doi.org/10.1007/s10899-023-10200-7>
- Bolat, E., Panourgia, C., Yankouskaya, A., & Kelly, M. (2024). Influencer-Driven Gambling Content and Its Impact on Children and Young People: A Scoping Study. *Current Addiction Report*, 12, 3. <https://doi.org/10.1007/s40429-025-00616-z>
- Canchari, D. (2025, 2 de setiembre). Apuestas deportivas en Perú implican un gasto en promedio de S/82 por jugada. *La República*. <https://larepublica.pe/economia/2025/09/02/apuestas-deportivas-en-peru-implican-un-gasto-en-promedio-de-s82-por-jugada-hnews-27230>
- Chen, Z., Wu, Y., Ma, H., Niu, G., & Wang, W. (2023). The Effect of Social Networking Site Use on Depression in Graduate Students: The Mediating Role of Negative Social Comparison and Moderating Role of Implicit Personality Theories. *Behavioral Sciences*, 13(5). <https://doi.org/10.3390/bs13050412>
- Chopard, B., Raynaud, F., & Stalhandske, J. (2025). A Model for the Formation of Beliefs and Social Norms Based on the Satisfaction Problem (SAT). *Entropy (Basel, Switzerland)*, 27(4), 358. <https://doi.org/10.3390/e27040358>
- Davlembayeva, D. & Papagiannidis, S. (2025) *Social Influence Theory: A review*. En S. Papagiannidis (Ed.), *Theory Hub Book*.
- Derevensky, J. L. (2020). *The Prevention and Treatment of Gambling Disorders: Some Art, Some Science*. En S. Sussman (Ed.), *The Cambridge Handbook of Substance and Behavioral Addictions* (pp. 241-253). chapter, Cambridge: Cambridge University Press.
- Di Censo, G., Delfabbro, P., & King, D. L. (2024a). Examining the Role of Sports Betting Marketing in Youth Problem Gambling. *Journal of Gambling Studies*, 40(4), 2005-2025. <https://doi.org/10.1007/s10899-024-10347-x>
- Di Censo, G., Delfabbro, P., & King, D. L. (2024b). Mapping Youth Awareness of Sports Betting Advertising During the 2022 FIFA World Cup. *Journal of Gambling Studies*, 40(3), 1539-1558. <https://doi.org/10.1007/s10899-024-10299-2>
- Echeburúa, E. & Amor, P. (2020). *Psychological Management of Gambling Disorder With or Without Other Psychiatric Comorbidities*. En: el- Guebaly, N., Carrà, G., Galanter, M., Baldacchino, A.M. (eds) *Textbook of Addiction Treatment*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-36391-8_65
- Establecimientos del Minsa atendieron más de 11 000 casos por trastorno del juego patológico*. (23 de diciembre de 2024). Ministerio de Salud (Minsa). <https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/1079929-establecimientos-del-minsa-atendieron-mas-de-11-000-casos-por-trastorno-del-juego-patologico>
- García-Castro, J., Cancela, A., & Cárdbaba, M. (2023). Neural cue-reactivity in pathological gambling as evidence for behavioral addiction: a systematic review. *Current Psychology*, 42, 28026-28037. <https://doi.org/10.1007/s12144-022-03915-0>
- Gervilla García, E., Cabrera, V., & Lloret, D. (2022). Adaptación española de la Escala de Impacto de la Publicidad de Apuestas en adolescentes. *Atención Primaria*, 54(2). <https://doi.org/10.1016/j.aprim.2021.102230>
- Ghenoiu, I.E., Alexandru, I.A., Manolache, R.E., Morariu, E.A., & Fainarea, A.F. (2022). Therapeutic management of young patients diagnosed with online gambling disorder. *Neuroscience Applied*, 1(1). <https://doi.org/10.1016/j.nsa.2022.100087>
- Gibson, S., & Smart, C. (2025). *Social Influence*. En S. Gough (Ed.), *The Palgrave handbook of critical social psychology* (pp. 341-348). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-031-80533-2_17

- Giosan, C., Ciubara, A., Stoleriu, G., Burlea, L., Carmfil, S., & Ciubara, A. (2024). Gambling Addiction Among Teenagers: Risk Factors, Protective Factors, Prevention. *Developmental Neuropsychology BRAIN Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience*, 15(1), 41–45. <https://doi.org/10.18662/brain/15.1/534>
- González-Oñate, C., Fanjul-Peyró, C., y Gautier, C. (2024). Apuestas deportivas y publicidad: estudio de su influencia en los jóvenes españoles. *Revista Internacional de Cultura Visual*, 16(2). <https://doi.org/10.62161/revvisual.v16.5216>
- González-Vallés, J. E., Barquero-Cabrero, J. D., Caldevilla-Domínguez, D., & Barrientos-Báez, A. (2021). Tipsters and addiction in Spain. Young people's perception of influencers on online sports Gambling. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(11). <https://doi.org/10.3390/ijerph18116152>
- Gómez, P., Feijóo, S., Braña, T., Varela, J., & Rial, A. (2020). Minors and Online Gambling: Prevalence and Related Variables. *Journal of Gambling Studies*, 36(3), 735–745. <https://doi.org/10.1007/s10899-019-09923-3>
- Gozalo, M. (2023). Hábitos de consumo de apuestas deportivas en estudiantes universitarios extremeños. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 1(1), 125–134. <https://doi.org/10.17060/ijodaep.2023.n1.v1.2493>
- Grant, J. E. (2024). Gambling disorder. En A. Tasman et al. (Eds.), *Tasman's psychiatry* (pp. 2933–2948). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-51366-5_15
- Guerra, A., y Scorcu, A. E. (2025). Parents' vs. friends' influence on teenagers' deception about gambling. *Review of Economics of the Household*, 23, 589–624. <https://doi.org/10.1007/s11150-025-09765-6>
- Irani, F., Muotka, J., Lyyra, P., Parviainen, T., & Monto, S. (2024). Social influence in adolescence: Behavioral and neural responses to peer and expert opinion. *Social Neuroscience*, 19(1), 25–36. <https://doi.org/10.1080/17470919.2024.2323745>
- Jaruga- Sękowska1, S. Staśkiewicz-Bartecka, W., & Woźniak-Holecka, J. (2025). The Impact of Social Media on Eating Disorder Risk and Self-Esteem Among Adolescents and Young Adults: A Psychosocial Analysis in Individuals Aged 16–25. *Nutrients*, 17(2). <https://doi.org/10.3390/nu17020219>
- Juegos de azar y apuestas*. (2 de diciembre de 2024). Organización Mundial de la Salud (OMS). <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/gambling>
- Kaakinen, M., Sirola, A., Savolainen, I., & Oksanen, A. (2020). Young people and gambling content in social media: An experimental insight. *Drug and Alcohol Review*, 39(2), 152–161. <https://doi.org/10.1111/dar.13010>
- Kammalludin, I. (2024). Women and Children as Victims of Financial-based Violence in Online Gambling Circles: A Criminological Approach to Criminal Law and Rehabilitation Policy in Indonesia. *Sawwa: Journal Studi Gender*, 19(1), 1–28. <https://doi.org/10.21580/sa.v19i1.22628>
- Kelman, H. C. (1958). Compliance, identification, and internalization three processes of attitude change. *Journal of Conflict Resolution*, 2(1), 51–60. <https://doi.org/10.1177/002200275800200106>
- Labrador, F. J., Estupiñá, F. J., Vallejo-Achón, M., Sánchez-Iglesias, I., González-Álvarez, M., Fernández-Arias, I., ... Bernaldo-de-Quirós, M. (2021). Exposure of adolescent and youth to Gambling advertising: a systematic review. *Anales De Psicología*, 37(1), 149–160. <https://doi.org/10.6018/analesps.428921>
- Lloret, D., Cabrera, V., Castaños, A., Segura, J. V., Antón, M. A. y Caselles, P. (2017). El juego de apuestas en adolescentes de la provincia de Alicante II. Estudio longitudinal de los hábitos de juegos de apuestas y los predictores psicosociales. Informe técnico. Diputación de Alicante
- Minch, M., Falk, E., Cooper, N., Cosme, D., Hang-Yee, C., Pei, R., Brook O'Donell, M., & Cascio, C. (2023). Neural correlates associated with conformity in adolescent and young adult men. *Developmental Cognitive Neuroscience*, 60. <https://doi.org/10.1016/j.dcn.2023.101215>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – Mincetur. (s.f). *Juegos on line y apuestas deportivas*. Recuperado el 11 de enero de 2026, de <https://apuestasdeportivas.mincetur.gob.pe/>
- Moreira, D., Azeredo, A., y Dias, P. (2023). Risk Factors for Gambling Disorder: A Systematic Review. *Journal of Gambling Studies*, 39, 483–511. <https://doi.org/10.1007/s10899-023-10195-1>
- Perez-Gonzaga, S. Lloret, D., & Cabrera, V. (2024). Publicidad de apuestas y conducta de juego en adolescentes y adultos jóvenes españoles. *Adicciones*, 36(2), 167–176. <https://doi.org/10.20882/adicciones.1733>
- Pitt, H., McCarthy, S., Randle, M., Daube, M., y Thomas, S. (2024). Young people's views about the use of celebrities and social media influencers in gambling marketing. *Health Promotion International*, 39(1). <https://doi.org/10.1093/heapro/daae012>
- Research reveals powerful lure of gambling adverts on social media to children*. (2021, 26 de octubre). University of Bristol. <https://phys.org/news/2021-10-reveals-powerful-lure-gambling-adverts.html>
- Rogier, G., Caputo, A., Langher, V., Lysaker, P., Dimaggio, G., & Velotti, P. (2020). Giving a Voice to Gambling Addiction: Analysis of Personal Narratives. *Culture, Medicine, and Psychiatry*, 44, 159–174. <https://doi.org/10.1007/s11013-019-09644-7>
- Rossi, R. & Nairn, A. (2022). New Developments in Gambling Marketing: the Rise of Social Media Ads and Its Effect on Youth. *Current Addiction Reports*, 9, 385–391. <https://doi.org/10.1007/s40429-022-00457-0>
- Saulnier, K., Saulnier, S., & Allan, N. (2022). Cognitive risk factors and the experience of acute anxiety following social stressors: An ecological momentary assessment study. *Journal of Anxiety Disorders*, 88. <https://doi.org/10.1016/j.janxdis.2022.102571>
- Schluterman, N., Billioux, V., Brown, J., Al-Hadidi, A., & Kathleen, J. (2025). The Relationship Between Gambling Disorder, Physical and Mental Health, and Substance Use in Maryland. *Journal of Gambling Studies*, 41, 1293–1304. <https://doi.org/10.1007/s10899-025-10382-2>
- Schütze, T., Nash, K., Gehrke, B., & Wichardt, P. (2025). Influenced by others: Trusting behaviour and social influence. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 116. <https://doi.org/10.1016/j.soceec.2025.102370>
- Sharma, R., & Weinstein, A. (2025). Gambling disorder comorbidity a narrative review. *Dialogues in Clinical Neuroscience*, 27(1). <https://doi.org/10.1080/19585969.2025.2484288>

- Sirola, A., Kaakinen, M., Savolainen, I., Paek, H. J., Zych, I., & Oksanen, A. (2021). Online identities and social influence in social media gambling exposure: A four-country study on young people. *Telematics and Informatics*, 60. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2021.101582>
- Slavich, G. (2022). Social Safety Theory: Understanding social stress, disease risk, resilience, and behavior during the COVID-19 pandemic and beyond. *Current Opinion in Psychology*, 45. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101299>
- Tripopsakul, S. & Hoonsopon, D. (2025). Influencer Credibility, Parasocial Relationships, and Product Involvement in Purchase Intentions. *Emerging Science Journal*, 9(4), 2132-2144. <https://doi.org/10.28991/ESJ-2025-09-04-021>
- Velotti, P., Rogier, G., Beomonte Zobel, S., y Billieux, J. (2021). Association between gambling disorder and emotion (dys)regulation: A systematic review and meta-analysis. *Clinical Psychology Review*, 87. <https://doi.org/10.1016/j.cpr.2021.102037>
- Wall, H., Marionneau, V., Lindqvist, H., y Molander, O. (2025). Digitalisation of gambling harm? Gambling consumption, negative consequences, and clinical characteristics among Swedish help-seekers. *Addictive Behaviours*, 160. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2024.108182>
- Wijenayake, S., Hu, J., Kostakos, V., & Goncalves, J. (2021, 30 de agosto-3 de setiembre). *Quantifying the Effects of Age-Related Stereotypes on Online Social Conformity*. [Presentación de paper.]. Human-Computer Interaction - INTERACT 2021. https://doi.org/10.1007/978-3-030-85610-6_26
- Xu, T., Grubbs, J. B., & Kraus, S. W. (2025). A longitudinal investigation of sports betting legalization's influence on problem gambling. *Addictive Behaviors*, 170. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2025.108448>

Daniel Palacios Davies

CLÍNICA PALACIOS DAVIES DANIEL (E FINAL).docx

 TRABAJO

 TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL 2026

 Universidad de Lima

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::1:3497087794

Fecha de entrega

3 mar 2026, 8:26 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

3 mar 2026, 9:12 p.m. GMT-5

Nombre del archivo

CLÍNICA_PALACIOS_DAVIES_DANIEL_E_FINAL_.docx

Tamaño del archivo

109.7 KB

11 páginas

7520 palabras

42.297 caracteres




6% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado

Fuentes principales

- 6%  Fuentes de Internet
- 1%  Publicaciones
- 2%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Fuentes principales

- 6% Fuentes de Internet
- 1% Publicaciones
- 2% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Fuentes principales

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	Internet	
	hdl.handle.net	2%
2	Trabajos del estudiante	
	Universidad de Lima	2%
3	Internet	
	adicciones.es	<1%
4	Internet	
	core.ac.uk	<1%
5	Internet	
	archive.org	<1%
6	Internet	
	alicia.concytec.gob.pe	<1%