

# APÉNDICE 1

## POLÍTICA DE JUEGO RESPONSABLE

### ÍNDICE

1. ANTECEDENTES Y COMPROMISO INSTITUCIONAL
2. POLÍTICA DE JUEGO RESPONSABLE
  - 2.1. Investigación
  - 2.2. Comunicación a los empleados
  - 2.3. Programas para los agentes de ventas
  - 2.4. Diseño del Juego
  - 2.5. Canales de juego remoto
  - 2.6. Publicidad y marketing
  - 2.7. Referencia a los prestadores de servicios de tratamiento
  - 2.8. Educación del jugador
  - 2.9. Diálogo con los grupos de interés
  - 2.10. Informar y certificar

#### **1. ANTECEDENTES Y COMPROMISO INSTITUCIONAL.**

La ONCE es una Corporación de Derecho Público de carácter social y de base asociativa, es decir, que cumple una función pública, delegada por el Estado, que es la de mejorar la calidad de vida de las personas ciegas y con discapacidad visual de toda España. Para cumplir con este cometido, su principal fuente de financiación es la comercialización de loterías y juegos de azar, actividad ésta que se viene desarrollando desde hace más de ocho décadas.

Como no podía ser de otra forma, esa responsabilidad social no sólo se traduce en su finalidad institucional, sino que se extiende y refuerza en lo instrumental, en las fuentes de financiación, es decir, en el producto de los juegos comercializados, que deben competir en el mercado del juego, pero respetando siempre unas premisas de calidad y de responsabilidad con los consumidores y con la sociedad en general.

Parte de este compromiso se plasma en el Programa Marco de Juego Responsable de la ONCE como documento vertebrador del sistema de gestión responsable de la actividad de juego de la ONCE. Dicho Programa Marco, impulsado y aprobado por el Consejo General de la ONCE, establece las líneas maestras del juego responsable en la ONCE y la manera de implementar su gestión para lograr la mayor eficacia. En el Programa Marco de Juego Responsable de la ONCE se define la creación de una Política de Juego Responsable que concrete las medidas y actuaciones de la ONCE para la protección de los jugadores y la promoción del juego responsable.

En ejecución del Programa Marco de Juego Responsable, el Director General es el responsable de la definición, aprobación, evaluación y revisión de la Política de Juego Responsable y de los documentos que la integran, con el apoyo técnico del Comité de Juego Responsable.

## **2. POLÍTICA DE JUEGO RESPONSABLE.**

La Política de Juego Responsable es el documento que desarrolla el Programa Marco de Juego Responsable, definiendo y concretando los compromisos y las líneas de actuación de la ONCE para el cumplimiento de sus objetivos relacionados con el Juego Responsable..

Está diseñada de tal forma que asegura el cumplimiento del estándar de juego responsable de la Asociación Europea de Loterías y Apuestas de Estado (European Lotteries), en lo sucesivo EL, reconocido como el más eficaz para la protección de los jugadores, así como los requisitos de la regulación española que resultan aplicables a la ONCE. Para ello, se ha seguido la estructura del marco de certificación del estándar de European Lotteries por lo que, como ocurre en tal estándar, puede estructurarse en 10 secciones principales que se resumen a continuación. En función del desarrollo requerido por algunos de estos puntos, se anexarán a esta Política de Juego Responsable los procedimientos que vayan desarrollando la forma en que se implantarán los controles planteados.

### **2.1. Investigación.**

La ONCE fomenta la investigación y los estudios para contribuir a la comprensión social de los problemas vinculados al juego excesivo, a través de una cátedra de investigación. Los resultados se comunican a la sociedad española y, especialmente, a los entornos sectoriales en los que pudieran ser de mayor utilidad a la hora de investigar, prevenir o tratar las ludopatías. Igualmente, se utilizan para mejorar las medidas de juego responsable establecidas por la Organización.

La ONCE participa de forma activa en seminarios y conferencias relacionados con el consumo responsable organizados por asociaciones de operadores de loterías y por otras organizaciones o entidades relevantes nacionales e internacionales. Además, colabora con EL en el progreso de su estándar participando en su Grupo de Trabajo de Juego Responsable y Responsabilidad Social Corporativa.

### **2.2. Comunicación a los empleados.**

Enmarcado en el plan de comunicación de la Organización, ésta informa periódicamente a sus empleados sobre los ejes fundamentales que estructuran los programas de Juego Responsable. Los trabajadores reciben además formación básica que tiene por objeto integrar el Juego Responsable en los procesos cotidianos de trabajo. Esta formación es más especializada para los empleados que tienen contacto directo con el consumidor, reforzando elementos claves como indicios para identificar comportamientos adictivos, información específica sobre derivación a centros de tratamiento, prohibiciones expresas (venta a menores y a crédito), etc. Periódicamente se comprueba la eficacia de estas medidas y se realizan las mejoras necesarias.

### **2.3. Programas para los agentes de ventas.**

A todos los integrantes de los canales de distribución de los juegos de la ONCE (independientemente de su relación contractual con la Organización) se les proporciona formación al inicio de su actividad comercial, reforzándose con elementos formativos complementarios al menos una vez al año. Con el fin de no relajar los niveles de concienciación, periódicamente se les distribuye material divulgativo que incide en los factores más problemáticos relacionados con el consumo de juegos de azar, insistiendo especialmente en la identificación de los grupos vulnerables y en la prohibición de venta a menores de edad y a crédito. Periódicamente se comprueba la eficacia de estas medidas y se realizan las mejoras necesarias.

### **2.4. Diseño del Juego.**

La ONCE ha diseñado una herramienta estructurada para analizar sistemáticamente los niveles de riesgo de sus productos de lotería, herramienta validada y contrastada que considera los principales factores que pueden acentuar la vulnerabilidad del consumidor. Antes de iniciarse la comercialización, todos los productos de lotería deben ser evaluados y, en el caso de obtener puntuaciones de riesgo elevado, deberán modificar su confección hasta reducir tales puntuaciones y situarse en parámetros de riesgo aceptables o, si esto no fuera posible, serán desestimados. Sólo se aceptarán productos de lotería con un nivel de riesgo por encima del umbral de riesgo aceptable si ello permite reducir o regular eficazmente un riesgo ya existente en el mercado.

### **2.5. Canales de juego remoto.**

La ONCE es consciente de que el consumo de juego descontextualizado de los entornos sociales cotidianos puede suponer comportamientos de riesgo entre los sectores poblacionales más vulnerables. Por esta razón, la Organización establece en su web comercial y en cualquier canal de juego remoto que pueda habilitarse, los elementos limitadores identificados y reconocidos internacionalmente como más eficaces para minimizar los patrones comportamentales de riesgo. En los canales diseñados para el consumo remoto, además de otras medidas, se hace mención explícita al juego responsable, incluyendo referencias de diagnóstico, derivación a asociaciones de afectados o centros de tratamiento, se incluyen limitaciones de edad, avisos temporales y de gasto, límites voluntarios y obligatorios de gasto, opciones de autoexclusión, monitorización de comportamientos de riesgo, etc.

Para garantizar la eficacia de los controles establecidos y la adecuación de los canales de juego remoto a los requisitos de los estándares de Juego Responsable, la ONCE revisa dichos canales a través de una compañía independiente.

## 2.6. Publicidad y marketing.

La ONCE ha adoptado formalmente unas Directrices de Publicidad y Marketing, basadas en el Real Decreto 958/2020 de 3 de noviembre, de comunicaciones comerciales de las actividades de juego y en las mejores prácticas de marketing y comunicaciones de la World Lottery Association (WLA), que aseguran que las estrategias comerciales y las campañas publicitarias de la ONCE cumplen con requisitos tales como:

- Las comunicaciones de marketing deben ser coherentes con los principios de dignidad, integridad, misión y con los valores de la industria y de las jurisdicciones, y fácilmente identificables y reconocibles como tales. Además, deben ser veraces y no ser susceptibles de inducir a error a sus destinatarios, como tampoco omitir o silenciar datos sustanciales si dicha omisión es apta para inducir a error a los destinatarios.
- Las comunicaciones de marketing no degradarán la imagen o el estatus de las personas de ninguna etnia, minoría, grupo religioso ni grupo social protegido.
- Las comunicaciones de marketing reconocerán adecuadamente la diversidad en la audiencia y los medios de comunicación.
- Las comunicaciones de marketing no animarán a las personas a jugar en exceso, ni por encima de sus medios económicos, ni darán a entender que las pérdidas excesivas del juego no tienen consecuencias.
- Las Directrices contienen un apartado específico sobre menores de edad, en el que se prohíbe la publicidad de juego dirigida a menores de edad o donde aparezcan menores y se establecen buen número de restricciones para evitar, en última instancia, que la publicidad pueda incitar a los menores al juego.

Estas Directrices han de ser asumidas por las agencias publicitarias y de medios que prestan estos servicios a la ONCE. Además, cada vez que se actualizan, se envían a las agencias para su conocimiento y cumplimiento. Del mismo modo, en todos los briefings de campaña, se hace referencia a la necesidad de respetar sus principios en los distintos anuncios y, además, éstos se someten siempre una consulta previa o *Copy Advice* siguiendo los estándares y el código de Autocontrol (asociación sin ánimo de lucro compuesta por los principales anunciantes, agencias de publicidad, medios de comunicación y asociaciones profesionales, que gestiona el sistema de autorregulación publicitaria en España).

Paralelamente, en la página web oficial de juego de la ONCE [www.juegosonce.es](http://www.juegosonce.es) hay una sección de Juego Responsable, donde aparecen publicados un resumen de las mencionadas Directrices y la Política de Juego Responsable.

## **2.7. Referencia a los prestadores de servicios de tratamiento.**

La ONCE tiene suscrito un acuerdo marco de colaboración con FEJAR (Federación Española de Jugadores de Azar Rehabilitados), principal referencia asociativa de afectados en España, que tiene como finalidad desarrollar diferentes actuaciones conjuntas, como la revisión de la herramienta de análisis del nivel de riesgo de los productos de lotería de la ONCE, asesoramiento sobre investigación en Juego Responsable, revisión de contenidos formativos, derivación a centros de tratamiento, etc.

Así mismo, la ONCE remite explícitamente a FEJAR en su página web oficial de juego ([www.juegosonce.es](http://www.juegosonce.es)) y en los soportes informativos dirigidos a distribuidores, empleados y consumidores, reconociendo así su experiencia en cuanto a prevención y a tratamiento de comportamientos de riesgo en el consumo de juegos de azar.

## **2.8. Educación del jugador.**

Periódicamente, la ONCE se dirige a los consumidores de sus productos de lotería, normalmente a través de folletos distribuidos en sus puntos de venta, para informar sobre aspectos relacionados con los propios productos y el Juego Responsable, tales como:

- Probabilidades de ganar en cada producto de lotería
- Consejos prácticos sobre Juego Responsable
- Límites de edad para adquirir los productos de lotería comercializados por la ONCE
- Referencia a centros de tratamiento
- Test de autodiagnóstico
- Opciones de autoexclusión

Igualmente, esta información está disponible permanentemente en la página web oficial de juego de la ONCE [www.juegosonce.es](http://www.juegosonce.es), así como en el servicio de atención al cliente vía teléfono o correo electrónico. La ONCE también cuenta con herramientas tecnológicas para la detectar los comportamientos de riesgo de los usuarios de Juegos ONCE en función de una serie de parámetros objetivos y con un protocolo específico de tratamiento de casos de jugadores en riesgo detectados, en el que se les informa de forma personalizada sobre las medidas que tienen a su disposición para moderar su consumo de juego.

## **2.9. Diálogo con los grupos de interés.**

La ONCE ha definido una estrategia concreta de diálogo con los grupos de interés relevantes en materia de Juego Responsable: empleados y vendedores, administraciones públicas y reguladores, consumidores, ciudadanía,

investigadores, afectados por conductas desordenadas de juego, etc. Para cada uno de ellos se han establecido los canales de comunicación que permitan establecer y mantener ese diálogo, el cual incluye la integración en la política de Juego Responsable de los resultados que se deriven del diálogo con tales grupos de interés, comprometiéndose a comunicar los resultados de las actuaciones implementadas.

#### **2.10. Informar y certificar.**

La ONCE incluye en su Estado de Información No Financiera y Diversidad y en su Informe de Valor Compartido, editadas con periodicidad anual, un capítulo que refleja las actuaciones más importantes llevadas a cabo con relación al Juego Responsable, enmarcado en las políticas de responsabilidad social corporativa desarrolladas por la Institución. Así mismo, se informa a prescriptores, grupos de interés y a la sociedad en general, a través de otras publicaciones sectoriales, campañas publicitarias, folletos informativos, etc.

La vocación de estabilidad de las estrategias relacionadas con el Juego Responsable se materializa en la certificación según el marco y el estándar de EL, la cual se renueva periódicamente a través de una auditoría externa independiente.

-----