



Responsabilidad del anunciante bajo la Ley del Consumidor en publicidad de casas de apuestas online en la Primera División del fútbol profesional chileno

Ejecutores:

**José Roa
Valentina Rodríguez**

Octubre 2026

FONDO CONCURSABLE
para asociaciones de consumidores

“El presente proyecto se ejecuta con aportes del Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores, creado por el artículo 11 bis de la Ley N° 19.496, que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores. La información y opiniones generadas a partir de esta iniciativa son de exclusiva responsabilidad de ODECU”.

Responsabilidad del anunciante bajo la Ley del Consumidor en publicidad de casas de apuestas online en la Primera División del fútbol profesional chileno: Informe final para apoyar la fiscalización. Hallazgos con evidencia visual y protección de consumidores vulnerables

1. Resumen ejecutivo y prioridades de investigación

El análisis se centra en los clubes como proveedores de bienes y servicios a sus consumidores y en su intervención como anunciantes. Las piezas examinadas permiten investigar sus propios mensajes de patrocinio, las afirmaciones de seguridad, la derivación a plataformas y la información de riesgo que acompaña esa promoción. La dificultad de fiscalizar a un operador de apuestas extranjero no elimina el examen de los actos comerciales y publicitarios del club en Chile.

Existe además una cuestión jurídica previa: la habilitación para explotar en Chile el servicio que los clubes promocionan. Conforme al marco vigente y a la jurisprudencia de la Corte Suprema, la explotación de juegos de azar online carece de licitud cuando no existe habilitación legal expresa. Por ello, la fiscalización debe determinar no sólo el contenido de la publicidad, sino también qué comprobaciones efectuó el club acerca de la autorización del servicio antes de asociar su marca, promocionarlo o derivar consumidores hacia él.

Se incorporan 18 imágenes originales con fecha y hora consignadas en las matrices, URL, archivo y descripción de lo que efectivamente se observa. La selección reúne siete casos, seis recorridos y 34 respaldos. No permite declarar infracciones definitivas, medir exposición en estadios ni atribuir daños clínicos individuales.

La conclusión jurídica principal es que hay fundamentos vigentes para investigar eventuales infracciones a deberes de información veraz, seguridad y diligencia profesional de los clubes, y un deber específico de información sobre riesgos para la salud cuando la publicidad esté dirigida a niños, niñas o adolescentes.

Cobresal difunde la expresión «el casino online más seguro»; O'Higgins publica una declaración que presenta juegos como «seguros y responsables». Ambas piezas contienen afirmaciones concretas cuyo sustento puede requerirse al club.

En general, no se observan, dentro de las áreas capturadas, avisos 18+ ni advertencias sobre adicción junto a la promoción de apuestas. En cambio, los destinos de Coquimbo, Cruzados y Audax contienen referencias de edad; Royal incluye expresamente una advertencia sobre adicción. La brecha documentada se refiere al lugar y momento de esa información. No demuestra ausencia de advertencias en todo el sitio ni que una campaña estuviera dirigida a menores.

Coquimbo, Cruzados y Audax aparecen como puntos de derivación hacia registros con incentivos, solicitud de datos y condiciones que requieren comprobación. El análisis del destino sirve para examinar qué verificó el club antes de asociar su marca y dirigir a su público al servicio.

La protección de niños, niñas y adolescentes se apoya especialmente en los artículos 2, 7 y 53 a 55 de la Ley 21.430. Para personas con trastorno por juego de apuestas, el análisis

parte de los deberes generales de información y seguridad, la previsibilidad del riesgo y las circunstancias concretas de vulnerabilidad.

2. Objeto, alcance y metodología

El análisis pregunta qué se comunicó en la publicidad, qué pantallas se documentaron desde el soporte del club, qué información contractual estuvo disponible y qué hipótesis jurídica puede formularse a partir de esa relación. La unidad de análisis es una pieza identificada, su soporte y el recorrido asociado, conservando fechas, dominios y modalidad de acceso. No se presume que una misma marca ofrezca condiciones idénticas en todos sus dominios o momentos.

La muestra es dirigida y no permite estimar la prevalencia de conductas en el mercado, el alcance de las campañas ni la exposición de niños, niñas y adolescentes.

Durante el levantamiento se produjo un cambio relevante en el entorno técnico y regulatorio: el 1 de septiembre de 2026 Subtel instruyó a proveedores de acceso a internet el bloqueo de 42 URL asociadas a plataformas de apuestas online, otorgando un plazo máximo de 48 horas para su ejecución. Desde entonces, la accesibilidad de los destinos pasó a estar condicionada también por la ejecución de esos bloqueos. De hecho, el 8 de septiembre uno de los recorridos documentados ya terminaba en el portal de bloqueo de Entel.

Por esta razón, los resultados describen el estado observable durante el período de levantamiento y el análisis conserva como referencia las condiciones existentes al momento de cada captura. Con ello se busca preservar la comparabilidad de los recorridos y evitar atribuir a clubes u operadores una indisponibilidad que pudiera provenir de la intervención de los proveedores de acceso a internet.

3. Hallazgos

3.1 Los clubes incorporan marcas y enlaces de apuestas a sus soportes

Las siguientes imágenes sitúan la publicidad en el soporte concreto del club. Los logos, la presentación como patrocinador y los enlaces son hechos observables.

Figura 1 Coquimbo integra Pin-Up en una pieza deportiva

Captura registrada: 10-07-2026.

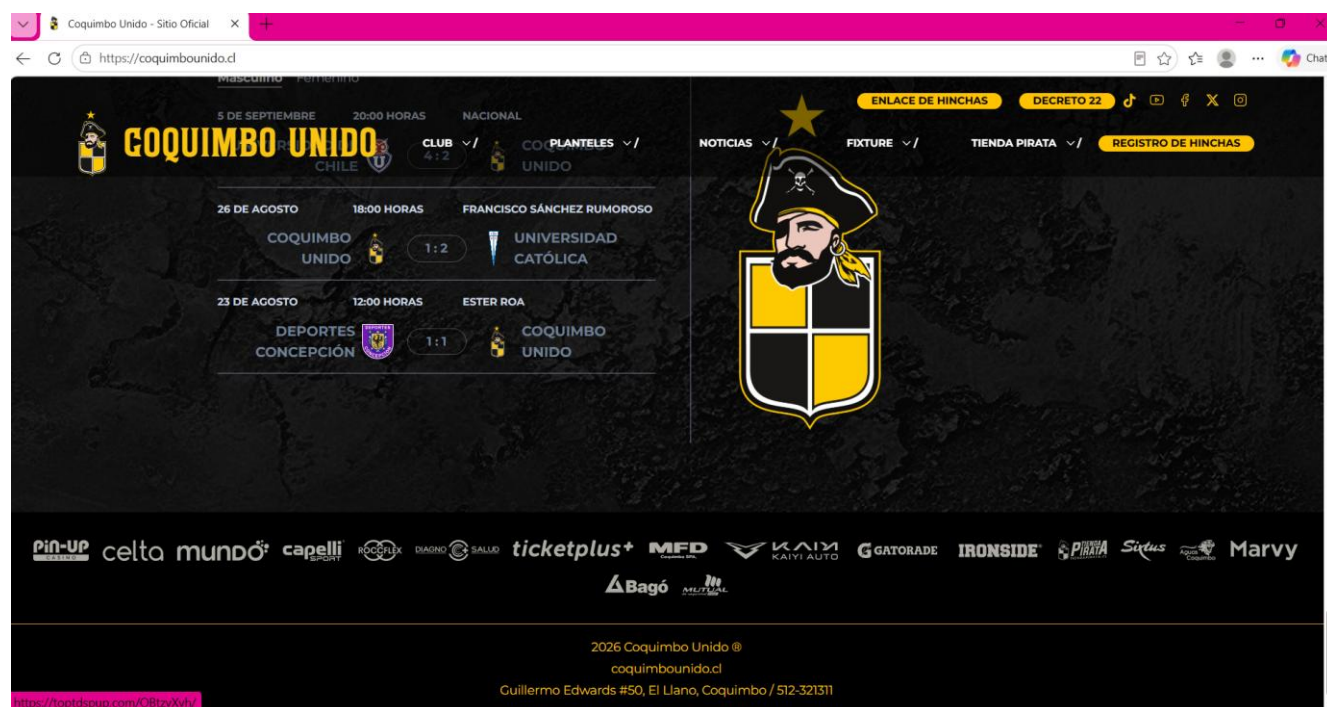


<https://coquimbounido.cl/>

La pieza central de bienvenida a un jugador muestra «Pin-Up Casino» en el frente de su camiseta. No se ve una advertencia de edad o adicción en el área reproducida.

Figura 2 Coquimbo mantiene un enlace en la franja de patrocinadores

Captura registrada: 08-09-2026, 23:57.

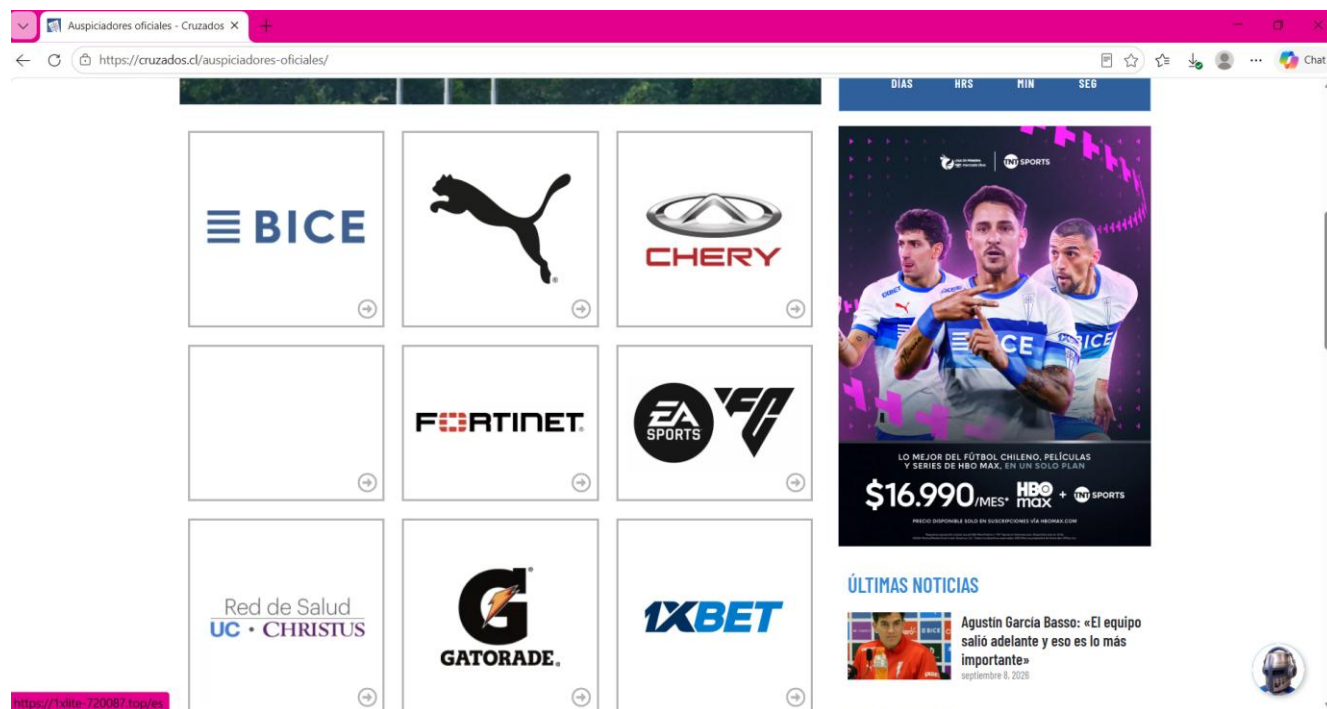


<https://coquimbounido.cl/>

El pie del sitio incluye «Pin-Up Casino» y el navegador muestra al situar el cursor una dirección externa. No se observa aviso 18+ o de adicción junto al logo.

Figura 3 Cruzados presenta 1xBet como auspiciador

Captura registrada: 09-09-2026, 00:37.



<https://cruzados.cl/auspiciadores-oficiales/>

1xBet aparece en la cuadrícula de auspiciadores. El destino mostrado por el navegador es <https://1xlite-720087.top/es>. No se observa una advertencia de edad o adicción junto a ese logo.

Figura 4 Audax incorpora Royal junto a su contenido comercial

Captura registrada: 09-09-2026, 10:25. A5, hoja 04_A6_Pasos, fila 16.

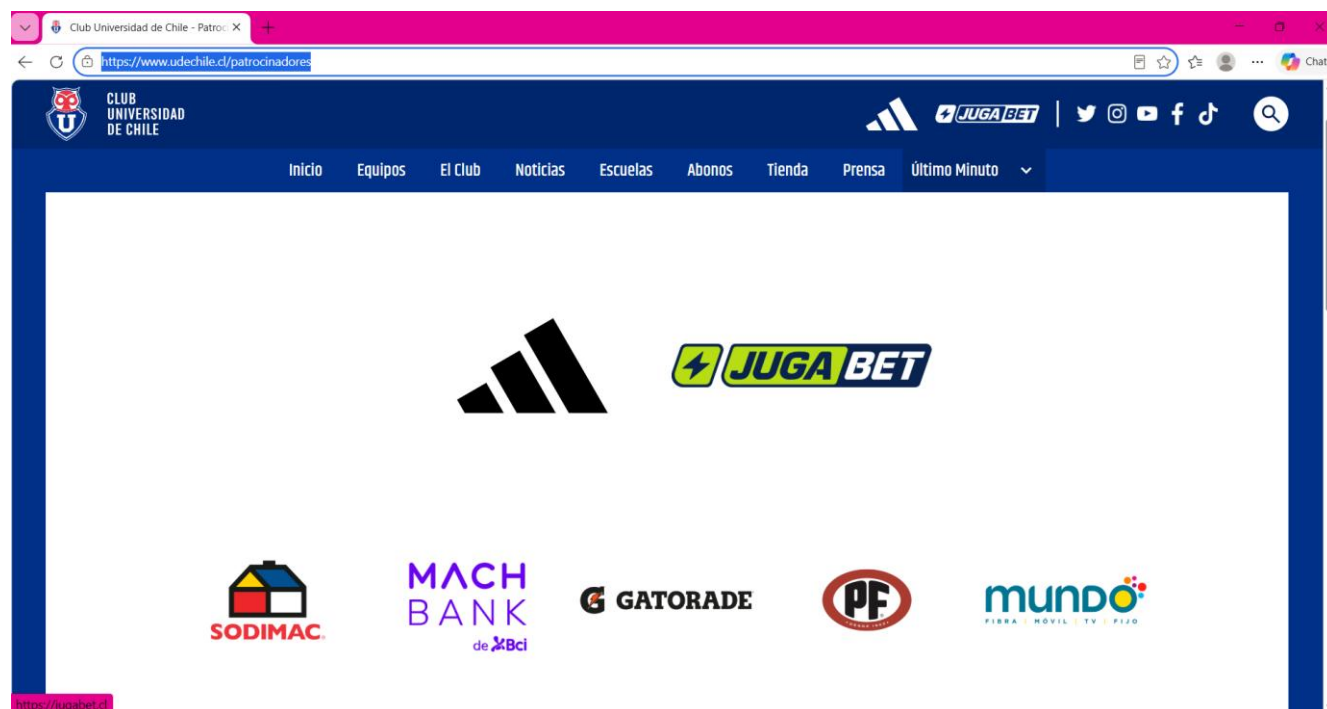


<https://audaxitaliano.cl/>

Bajo el rótulo «SPONSORS» aparece Apuestas Royal. El destino mostrado es <https://app.apuestasroyal.com>. En la parte superior hay precios de productos; no se observa advertencia de edad o adicción junto al patrocinador.

Figura 5 Universidad de Chile incorpora JugaBet en patrocinadores

Captura registrada: 08-09-2026, 23:40.

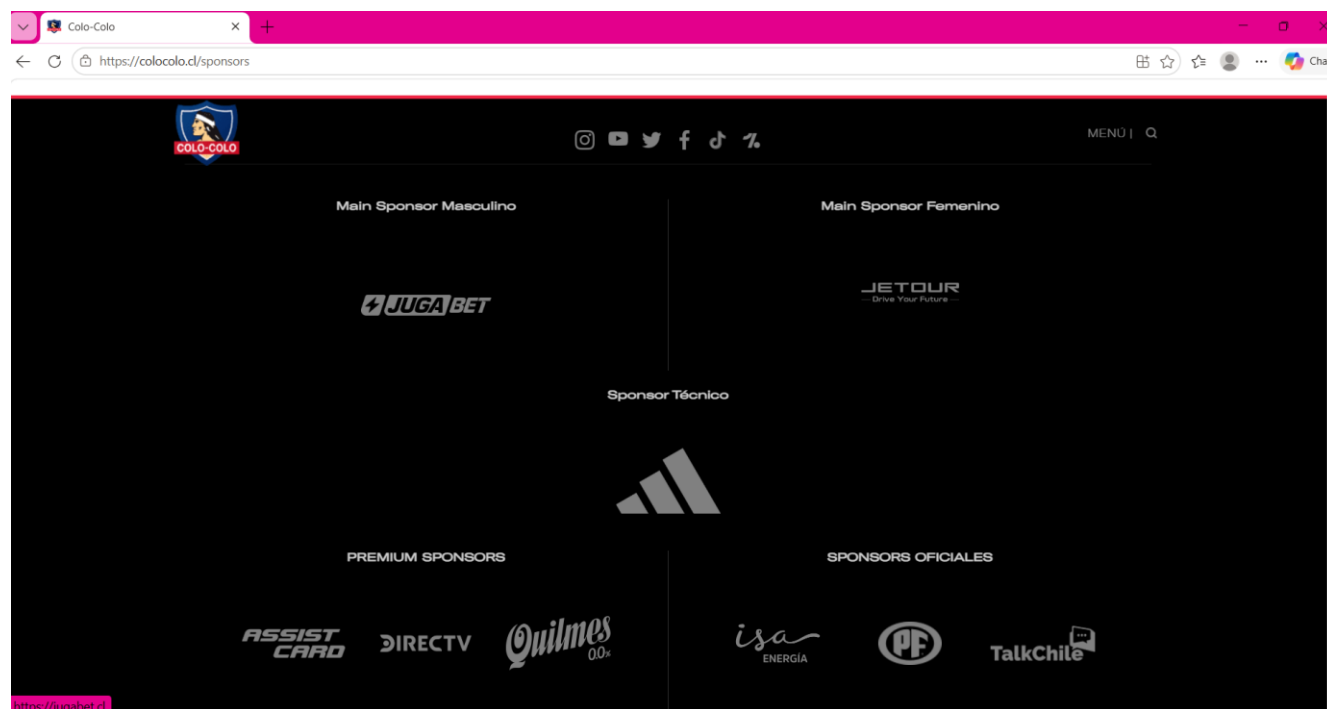


<https://www.udechile.cl/patrocinadores>

JugaBet se exhibe en el encabezado y en el listado de patrocinadores, con destino mostrado <https://jugabet.cl>. La navegación incluye «Escuelas», «Abonos» y «Tienda». No se ve aviso 18+ o sobre adicción en esa área.

Figura 6 Colo Colo presenta JugaBet como patrocinador principal

Captura registrada: 09-09-2026, 11:39.



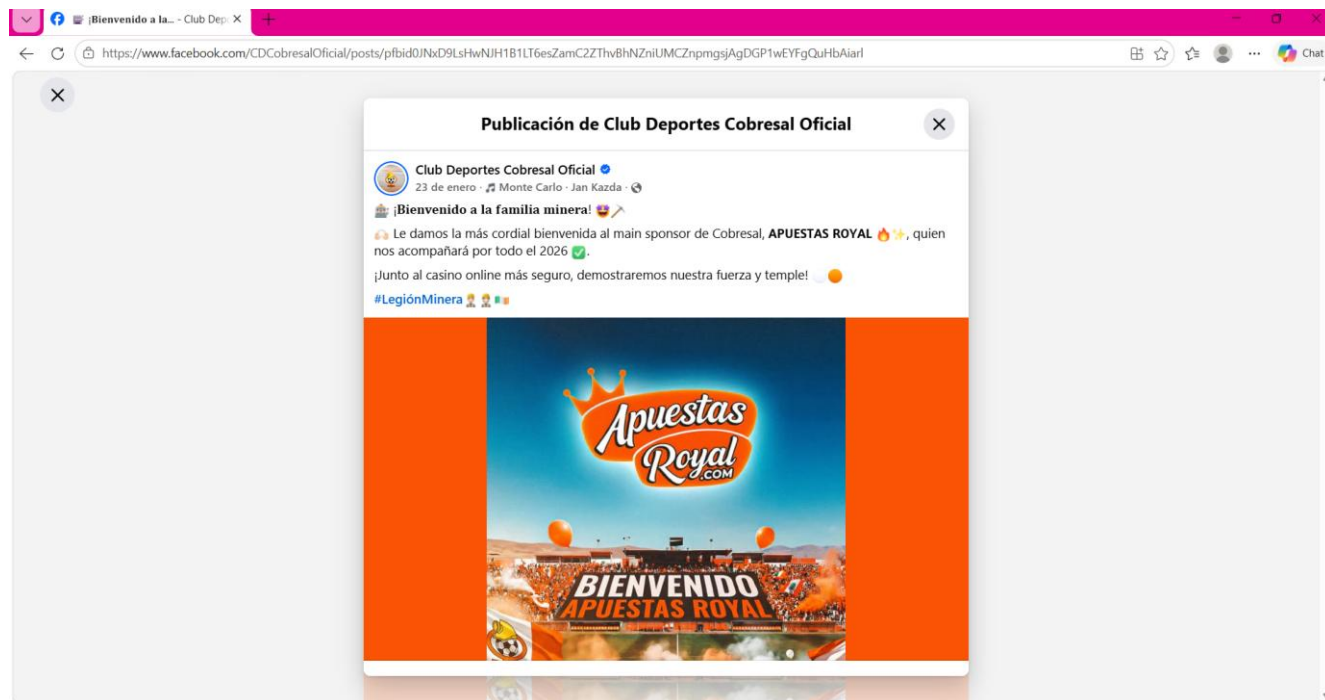
<https://colocolo.cl/sponsors>

JugaBet figura bajo «Main Sponsor Masculino» y el navegador muestra <https://jugabet.cl> como enlace. No se ve advertencia de edad o adicción asociada al logo dentro del área capturada.

3.2 Los mensajes de seguridad son atribuibles a piezas concretas

Figura 7 Cobresal publica una afirmación comparativa de seguridad

Captura registrada: 10-08-2026, 19:25.



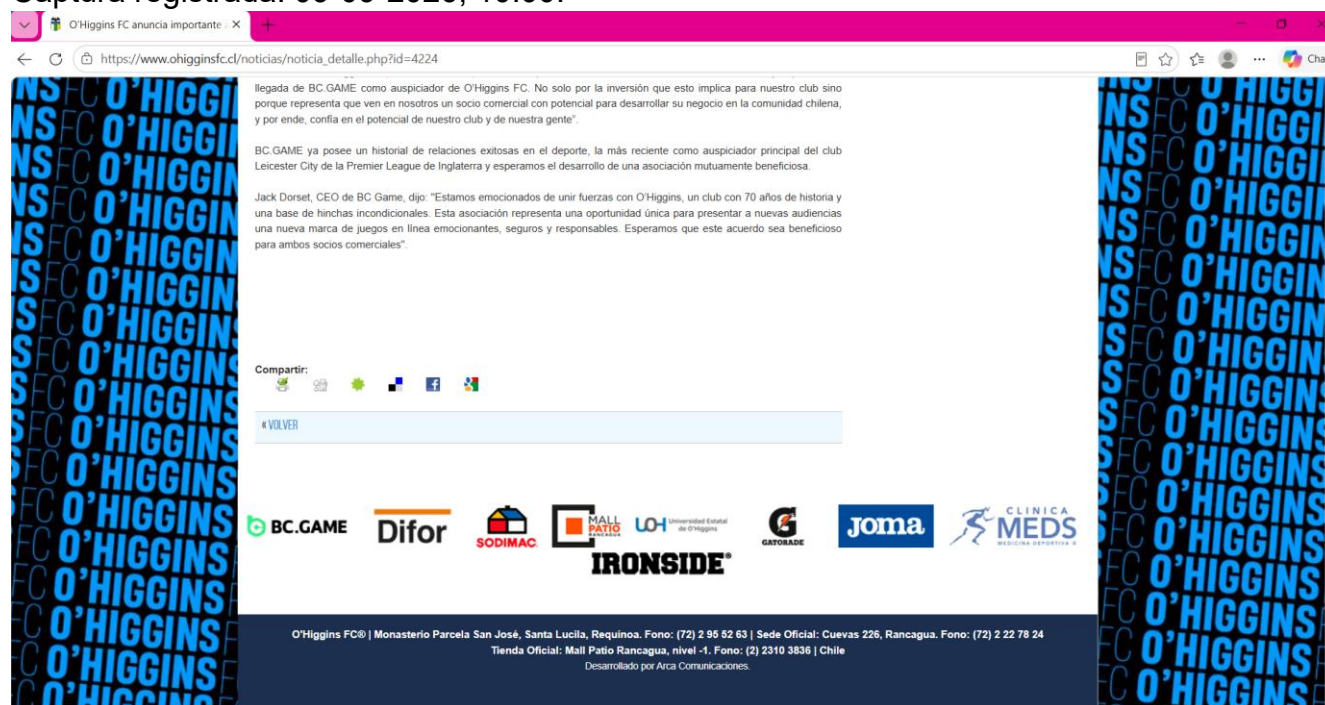
<https://www.facebook.com/CDCobresalOficial/posts/pfbid0JNx9LsHwNjH1B1LT6esZamC2ZThvBhNZniUMCZnpmsgjAgDGP1wEYFgQuHbAiarl>

La publicación de «Club Deportes Cobresal Oficial» da la bienvenida a Apuestas Royal como main sponsor durante 2026 y afirma: «¡Junto al casino online más seguro, demostraremos nuestra fuerza y temple!». No se ve una advertencia de edad o adicción en la publicación reproducida.

Facebook muestra «23 de enero» sin año. La gráfica contiene una representación de público en un estadio. La afirmación aparece en la voz de la cuenta que presenta el patrocinio; no se limita a exhibir una marca.

Figura 8 O'Higgins difunde una declaración sobre juegos seguros

Captura registrada: 09-09-2026, 10:00.



https://www.ohigginsfc.cl/noticias/noticia_detalle.php?id=4224

La noticia incluye una declaración atribuida al CEO de BC.GAME que presenta a nuevas audiencias una marca de juegos en línea «emocionantes, seguros y responsables». El mismo espacio muestra BC.GAME en la franja de auspiciadores, sin advertencia visible sobre adicción o edad.

3.3 Los enlaces de los clubes conducen a incentivos de registro

Figura 9 Pin-Up presenta bonos de primer depósito

Captura registrada: 09-09-2026, 00:01.

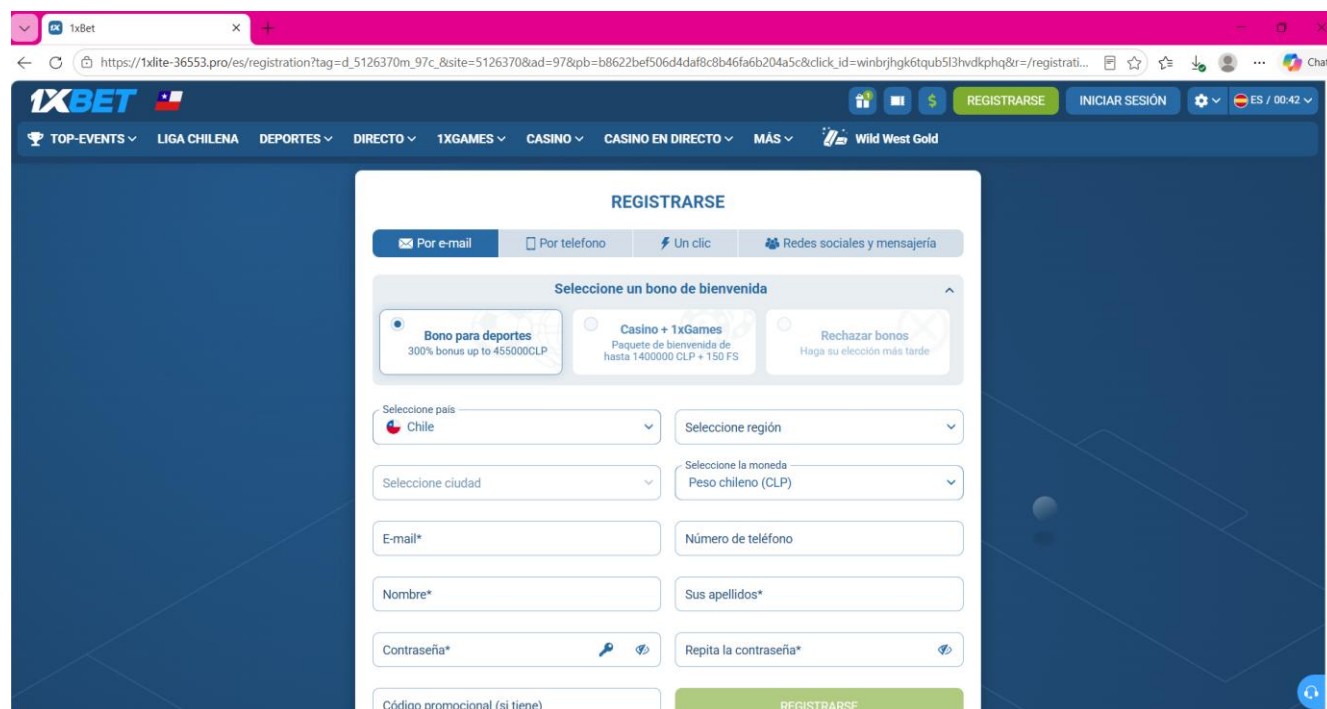
The screenshot shows the Pin-Up registration page. On the left, there's a large graphic with a white gift box and a soccer ball, with the text "SELECCIONA Bonificación de primer depósito". Below this, two bonus options are listed: "Bono 120% + 250FS para jugar al casino" and "Bono de hasta el 125% + FB para apuestas deportivas". On the right, the registration form is titled "Registro" and has three tabs: "Por teléfono", "Por correo", and "Por red social". The "Por teléfono" tab is active. The form includes fields for "Tu número de teléfono" (with a dropdown for country code, currently showing "+56"), "Moneda" (with a dropdown for currency, currently showing "\$ | CLP | Peso Chileno"), and "Código promocional (opcional)". Below these fields is a "Regístrate" button. There's also a link for "¿Ya tienes una cuenta? Iniciar Sesión". At the bottom, there are two checkboxes: "Estoy de acuerdo con los Términos y condiciones y la Política de Privacidad" and "Recibir promociones por correo electrónico y SMS". At the very bottom, there's a "Servicio de atención al cliente 24/7" section with "Chat en vivo" and "Telegram" buttons.

https://www.adnqxudrem.com/es-cl/sign-up?form_key=%7B_form_key%7D&lang=lang&options=%7Boptions%7D&p_id=%7Bp_id%7D&pc=30®type=short&s1=&s2=&s3=&s4=&s5=&source=coquimbounido.cl&st=OBtzvXvh&trId=dagcnthhgls73bki7f0

El registro ofrece «Bono 120% + 250FS» para casino y «Bono de hasta el 125% + FB» para apuestas deportivas. Muestra prefijo +56, moneda CLP y casillas de términos y promociones marcadas. La URL consignada contiene source=coquimbounido.cl.

Figura 10 1xBet presenta bonos y opción de rechazarlos

Captura registrada: 09-09-2026, 00:42.



The screenshot shows the 1xBet website's registration page. The header includes the 1xBET logo, navigation links (TOP-EVENTS, LIGA CHILENA, DEPORTES, DIRECTO, 1XGAMES, CASINO, CASINO EN DIRECTO, MÁS), and a 'Wild West Gold' banner. The main content area is titled 'REGISTRARSE' and offers three registration methods: 'Por e-mail', 'Por telefono', 'Un clic', and 'Redes sociales y mensajería'. Below this, a section titled 'Seleccione un bono de bienvenida' presents three options: 'Bono para deportes' (300% bonus up to 455000CLP), 'Casino + 1xGames' (Paquete de bienvenida de hasta 1400000 CLP + 150 FS), and 'Rechazar bonos' (Haga su elección más tarde). The 'Bono para deportes' option is selected. Below the bonus selection, there are dropdown menus for 'Seleccione país' (Chile), 'Seleccione región', 'Seleccione ciudad', and 'Seleccione la moneda' (Peso chileno (CLP)). There are also input fields for 'E-mail*', 'Número de teléfono', 'Nombre*', 'Sus apellidos*', 'Contraseña*', and 'Repita la contraseña*'. A 'Código promocional (si tiene)' field is at the bottom left, and a green 'REGISTRARSE' button is at the bottom right.

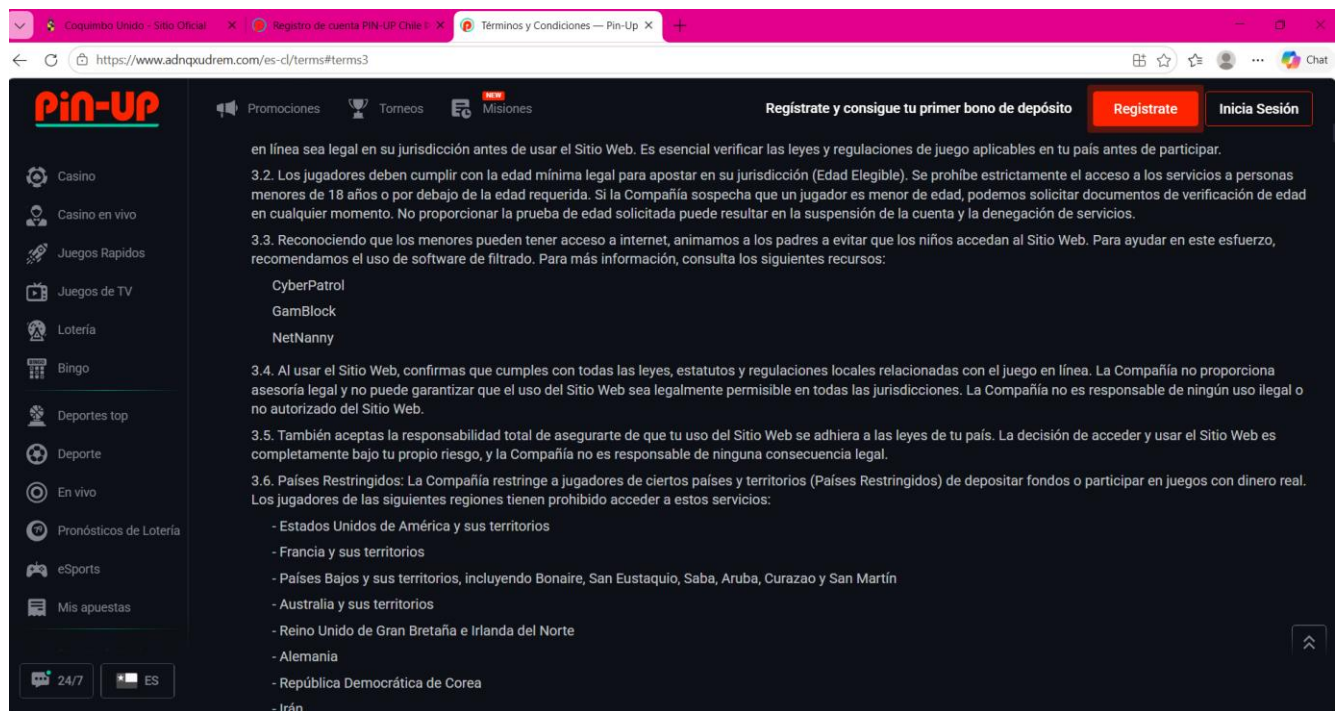
https://1xlite-36553.pro/es/registration?tag=d_5126370m_97c_&site=5126370&ad=97&pb=b8622bef506d4daf8c8b46fa6b204a5c&click_id=winbrjhkg6tqub5l3hvdvkphq&r=/registration&type=email&bonus=SPORT¤cy=CLP

El formulario muestra un bono deportivo de 300% hasta 455000 CLP, un paquete de casino y 1xGames hasta 1400000 CLP más 150 FS y una opción de rechazar bonos. Chile y peso chileno están seleccionados.

3.4 Las restricciones de edad aparecen en el destino del recorrido

Figura 11 Pin-Up restringe por contrato el acceso de menores

Captura registrada: 09-09-2026, 00:12.



<https://www.adnqxudrem.com/es-cl/terms#terms3>

La cláusula 3.2 prohíbe el acceso a menores de 18 años o por debajo de la edad legal requerida y contempla pedir documentos si se sospecha minoría de edad. La cláusula 3.3 remite a controles parentales.

Figura 12 1xBet incluye una declaración de mayoría de edad

Captura registrada: 09-09-2026, 00:45.

The screenshot shows the 1xBet website's registration page for Chile. The form is centered on a dark blue background. It includes fields for selecting country (Chile), region, city, and currency (Peso chileno (CLP)). There are also fields for email, phone number, name, and last name. Password fields with toggle icons for visibility are present. A promotional code field and a green 'REGISTRARSE' button are at the bottom. A checkbox for receiving bonuses is checked, and a disclaimer about terms and conditions is visible. A link to 'Iniciar Sesión' is at the bottom right.

1xBET

TOP-EVENTS LIGA CHILENA DEPORTES DIRECTO 1XGAMES CASINO CASINO EN DIRECTO MÁS Wild West Gold

REGISTRARSE INICIAR SESIÓN ES / 00:45

Seleccione país
Chile

Seleccione región

Seleccione ciudad

Seleccione la moneda
Peso chileno (CLP)

E-mail*

Número de teléfono

Nombre*

Sus apellidos*

Contraseña*

Repita la contraseña*

Código promocional (si tiene)

REGISTRARSE

☒ Deseo recibir información sobre los bonos y regalos personales que tengo disponibles, así como otros mensajes importantes. Soy consciente de que puedo cambiar mis preferencias en Mi Cuenta en cualquier momento.

☐ Al pulsar este botón, usted confirma que ha leído y acepta los [Términos y Condiciones](#) y la [Política de Privacidad](#) de la empresa, y confirma que es mayor de edad

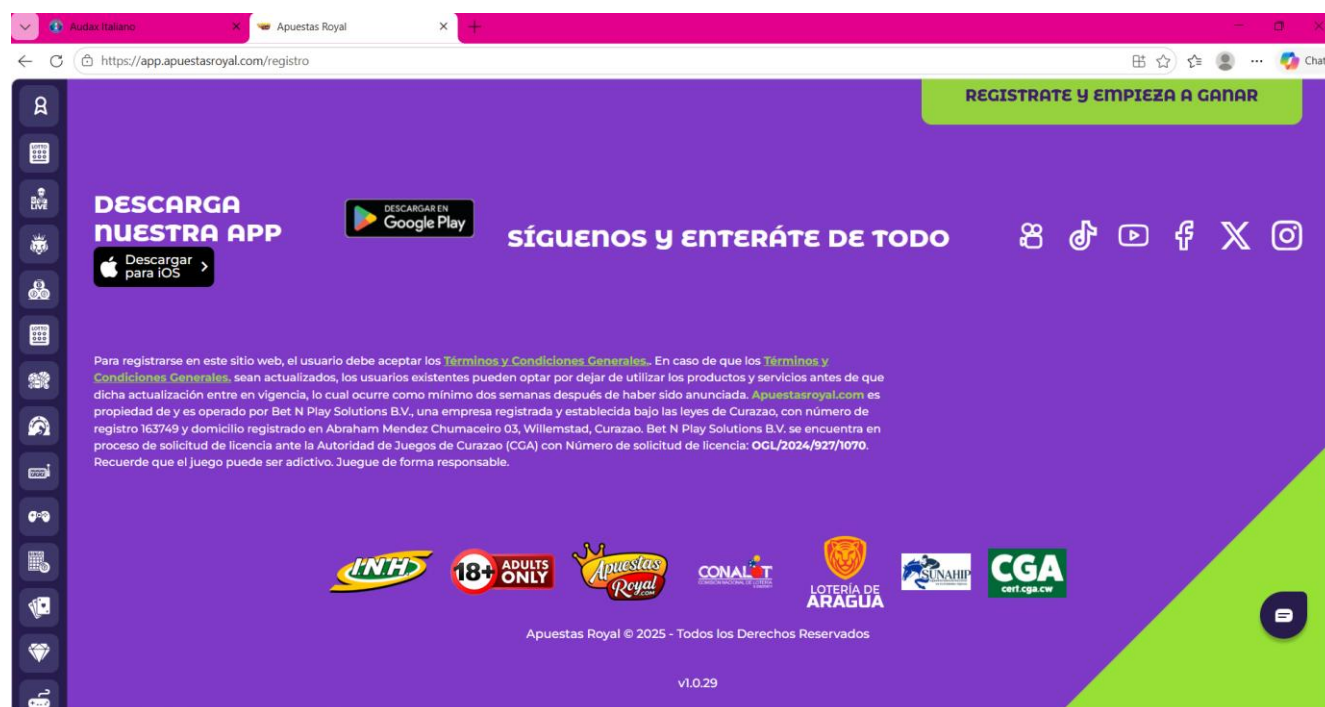
¿Ya tiene una cuenta? [Iniciar Sesión](#)

https://1xlite-36553.pro/es/registration?tag=d_5126370m_97c_&site=5126370&ad=97&pb=b8622bef506d4daf8c8b46fa6b204a5c&click_id=winbrjhgk6tqub5l3hvdvkphq&r=/registration&type=email&bonus=SPORT¤cy=CLP

La casilla de comunicaciones sobre bonos está marcada. La aceptación de términos, privacidad y declaración de mayoría de edad está desmarcada.

Figura 13 Royal incorpora advertencia de adicción y aviso 18+

Captura registrada: 09-09-2026, 10:36.



<https://app.apuestasroyal.com/registro>

El pie del registro incluye «18+ ADULTS ONLY» y «Recuerde que el juego puede ser adictivo. Juegue de forma responsable». También identifica a Bet N Play Solutions B.V. y declara una solicitud de licencia en Curazao.

3.5 Royal solicita datos y el enlace de privacidad no muestra su política

Figura 14 El destino de Audax solicita datos para registrarse

Captura registrada: 09-09-2026.

¡REGÍSTRATE Y EMPIEZA A GANAR!

Usuario y contraseña

Correo electrónico

Contraseña Repite contraseña

Datos personales

Pais cl +56 Número de teléfono

RUT

Nombre y apellido Pais cl Chile

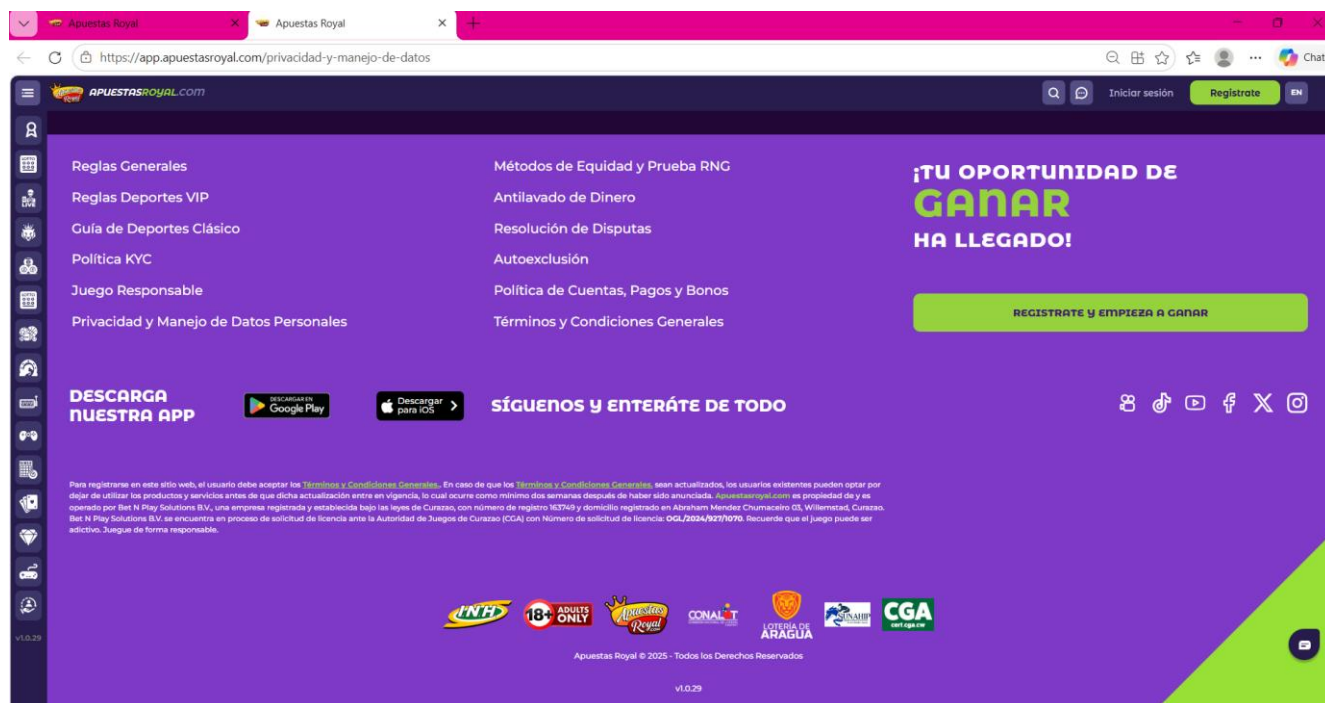
¿Cómo nos conoció? Promo code (opcional)

<https://app.apuestasroyal.com/registro>

El formulario presenta «¡REGÍSTRATE Y EMPIEZA A GANAR!», solicita correo, contraseña, teléfono, RUT y nombre y apellido, y muestra referencias a Chile.

Figura 15 El enlace de privacidad de Royal muestra menú y pie

Captura registrada: 09-09-2026, 11:04.



<https://app.apuestasroyal.com/privacidad-y-manejo-de-datos>

En /privacidad-y-manejo-de-datos se ven enlaces de políticas, llamados a registrarse y el pie institucional, sin desarrollo sustantivo visible de una política de privacidad.

3.6 La identidad declarada y las licencias extranjeras no acreditan autorización chilena Pin-Up.

La política de privacidad declara como propietaria y operadora a Carletta N.V., registro 142346 en Curazao, y menciona la licencia OGL/2024/580/0570.

Royal.

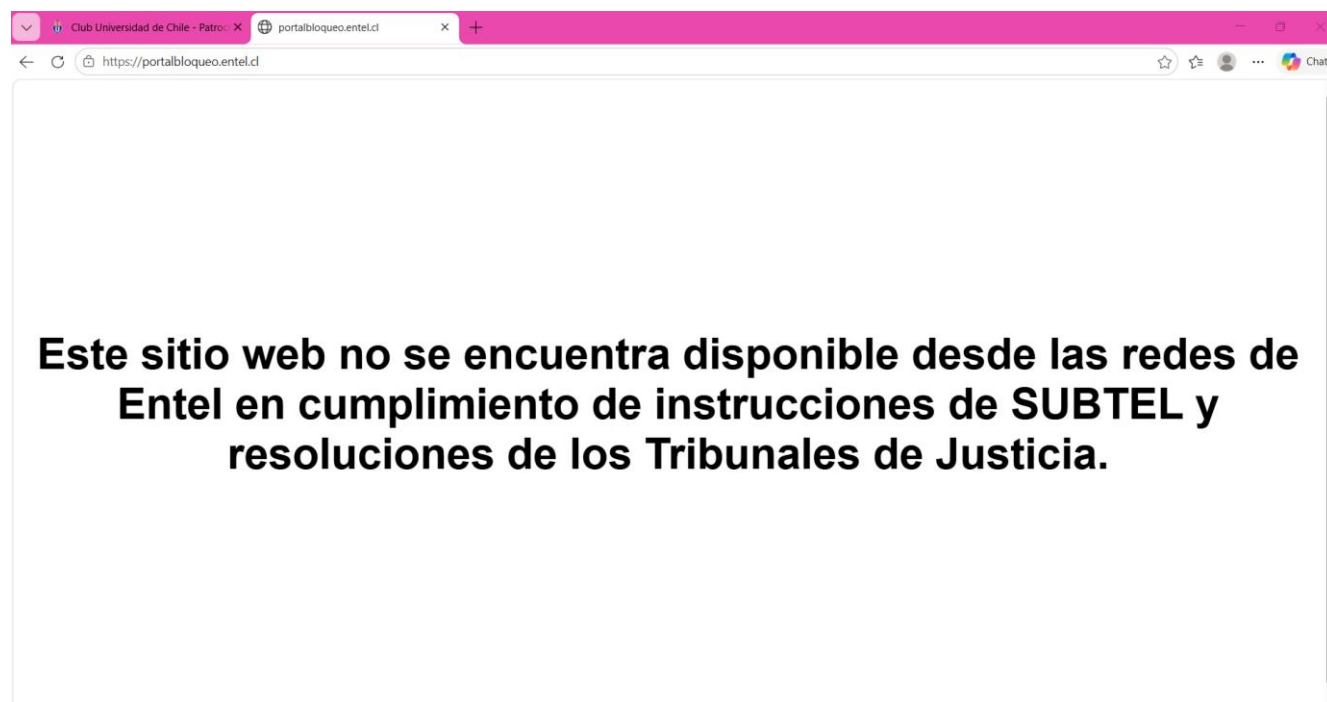
El pie identifica a Bet N Play Solutions B.V., registro 163749, e informa un proceso de solicitud ante la autoridad de Curazao con número OGL/2024/927/1070.

Ninguna de estas declaraciones acredita autorización chilena.

3.7 Los recorridos interrumpidos requieren resultados separados

Figura 16 El recorrido de Universidad de Chile llega al portal de Entel

Captura registrada: 08-09-2026, 23:45.

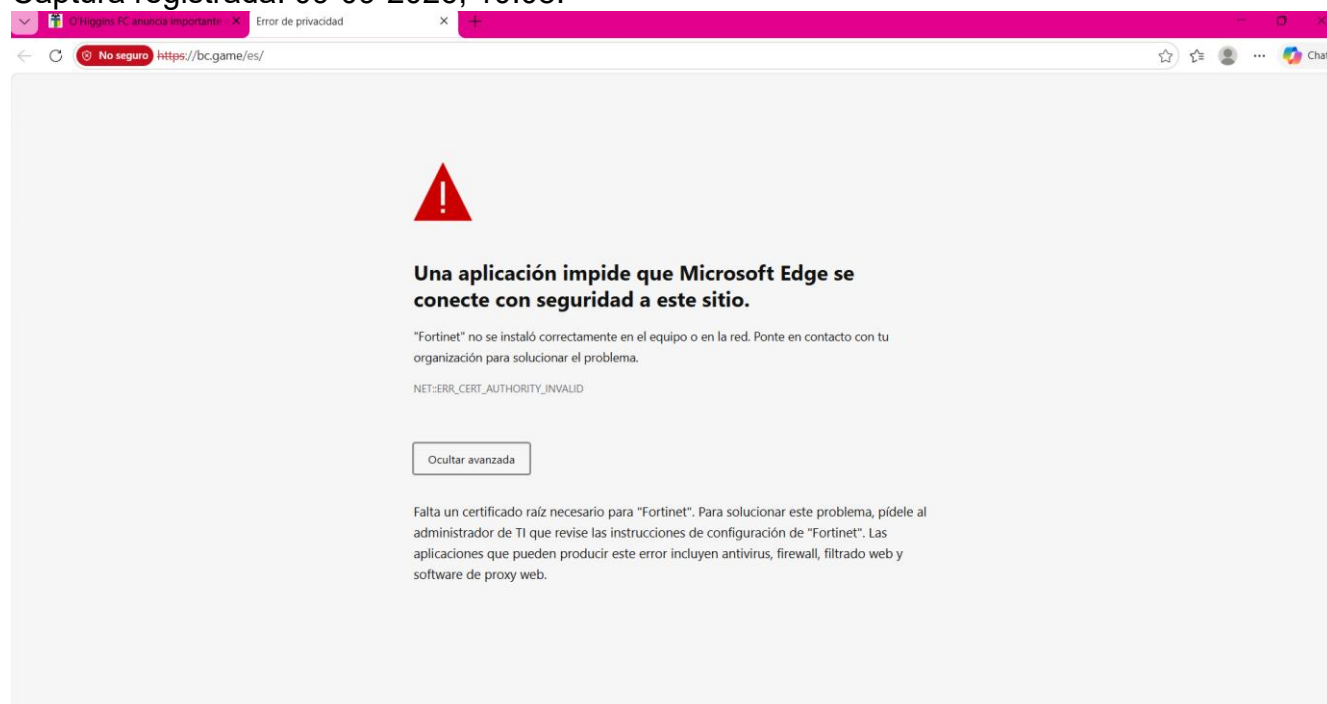


<https://portalbloqueo.entel.cl>

El portal informa indisponibilidad desde las redes de Entel y la atribuye a instrucciones de Subtel y resoluciones de tribunales.

Figura 17 El recorrido de O'Higgins presenta un error de certificado

Captura registrada: 09-09-2026, 10:08.



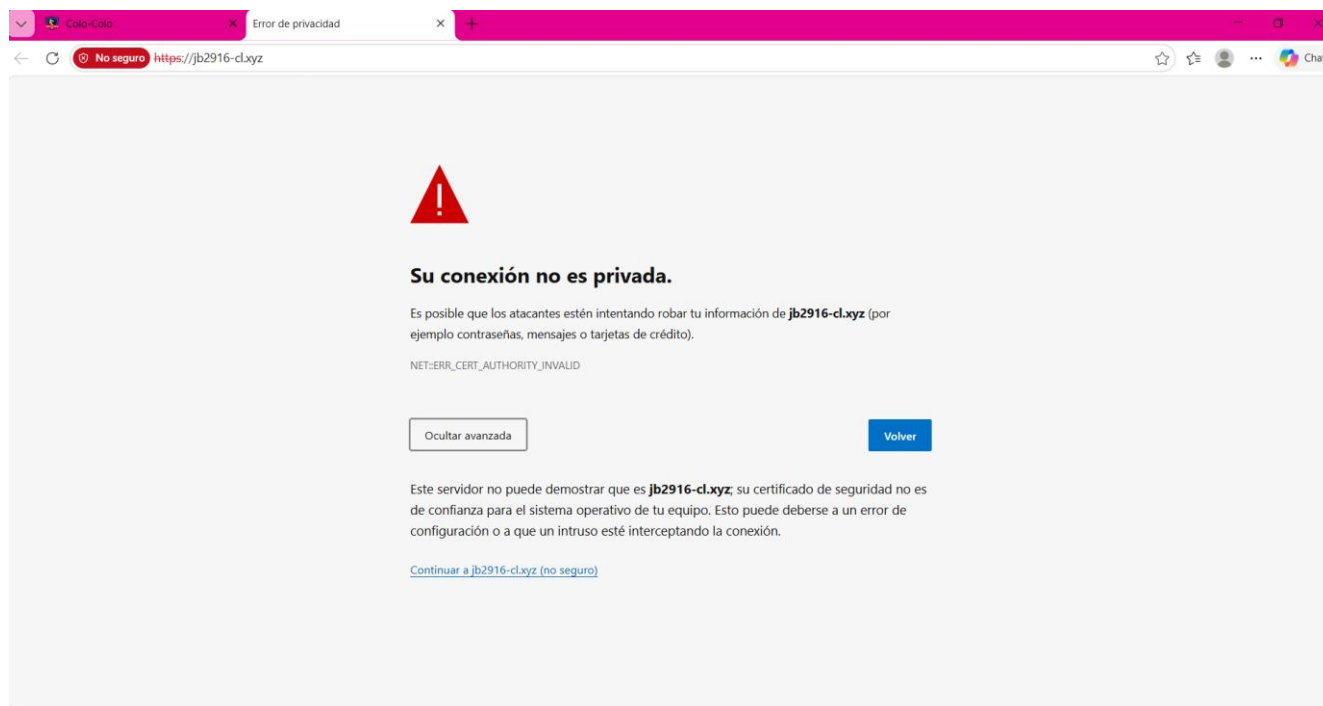
<https://bc.game/es/>

Microsoft Edge impide la conexión segura a bc.game/es/; menciona una instalación incorrecta o certificado raíz faltante de Fortinet y muestra NET::ERR_CERT_AUTHORITY_INVALID.

El mensaje no equivale a una orden de bloqueo.

Figura 18 El recorrido de Colo Colo termina en otro dominio

Captura registrada: 09-09-2026, 11:42.



<https://jb2916-cl.xyz>

La dirección visible es <https://jb2916-cl.xyz> y el navegador muestra «Su conexión no es privada» con NET::ERR_CERT_AUTHORITY_INVALID.

3.8 Los contratos permiten formular hipótesis específicas sobre cláusulas abusivas

3.8.1 A. Pin-Up: cambios, promociones y responsabilidad

Las cláusulas 2.1 y 2.2 reservan modificaciones sin aviso previo y eficacia al publicarse; la 2.3 asocia el uso posterior con aceptación. La cláusula 22.6 prevé terminar o cancelar una promoción actual sin notificación, y la 22.7 contempla retener créditos, bonos, puntos o premios promocionales a discreción. Estas estipulaciones justifican examinar si permiten alterar arbitrariamente lo contratado o afectar beneficios ya adquiridos, bajo los artículos 16 letras a y g de la LPDC, si corresponde.

La cláusula 17.9 excluye ampliamente responsabilidad por pérdidas, costos, gastos o daños derivados del uso del sitio, además de negar garantías de adecuación, ausencia de errores o continuidad. Debe precisarse si comprende fallas de obligaciones esenciales y priva al consumidor de reparación, supuesto relevante para el artículo 16 letra e, y si produce el desequilibrio de la letra g. El riesgo propio de perder una apuesta no es equivalente a una exoneración por incumplimiento del proveedor.

La cláusula 16.5 somete los términos a la ley y jurisdicción de Curazao y menciona arbitraje. Se registra como cuestión de ley aplicable y acceso a remedios; no se le agrega la palabra «exclusiva», que no consta en la redacción examinada, ni se afirma que elimine automáticamente toda acción en Chile.

3.8.2 B. 1xBet: relación entre reglas generales y promociones

La sección 6.3 reserva modificar, suspender o cancelar una oferta de bono en cualquier momento. Debe leerse con la sección 2, numeral 24, que prevé notificación de cambios, aceptación expresa de cambios sustanciales y posibilidad de cerrar la cuenta y retirar el saldo si no se aceptan. El numeral 18 también indica que las apuestas anteriores no se modifican. Es necesario determinar qué garantías se aplican a bonos ya aceptados y si la cláusula promocional permite desconocerlas.

La hipótesis se concentra en el alcance de esa facultad y la compatibilidad de las reglas, bajo los artículos 16 letras a y g y 16 C de la LPDC, si se satisfacen sus presupuestos.

3.8.3 C. Royal: tensión entre modificación de reglas y aviso previo

La sección «Modificación de Reglas» permite agregar, eliminar o modificar reglas y regulaciones sin previo aviso. El pie del mismo documento prevé que una actualización de términos generales entre en vigor, como mínimo, dos semanas después de anunciarse y que el usuario pueda dejar de utilizar el servicio antes. Hay una tensión aparente cuyo alcance depende de si las reglas modificables integran las obligaciones contractuales y de cómo se articulan ambos textos.

Si se confirma una ambigüedad contractual aplicable, el artículo 16 C es relevante para la interpretación favorable al consumidor; si existe una facultad arbitraria de alterar lo contratado, corresponde examinar el artículo 16 letras a y g.

Estas cláusulas pertenecen a los documentos del destino. Sirven para contrastar las afirmaciones que el club adopta y el examen profesional del patrocinio.

3.9 La información de riesgo no acompaña la promoción en las áreas de origen

En general, no se observa aviso 18+ ni advertencia sobre adicción asociado al mensaje de apuestas. La afirmación se limita a esas áreas capturadas. En el destino sí se documentan referencias etarias y la advertencia expresa de Royal sobre adicción.

Sin embargo, la promoción del club puede llegar a personas que no ingresen al operador y, por tanto, no vean sus términos. Si se acredita dirección a niños, niñas o adolescentes, el artículo 55 N° 4 de la Ley 21.430 exige publicidad informativa sobre riesgos para la salud. La página de patrocinadores abierta al público debe evaluarse según su audiencia efectiva.

4 Marco jurídico y atribución de responsabilidades

4.1 La relación de consumo propia del club

El punto de partida es la actividad comercial del club: entradas, abonos, productos y servicios prestados habitualmente a cambio de precio lo sitúan en la definición de proveedor del artículo 1 N° 2 de la LPDC. Quien los adquiere, utiliza o disfruta como destinatario final en virtud de un acto oneroso puede ser consumidor conforme al N° 1. Un niño puede ser usuario del servicio pagado por su adulto responsable; no se exige que sea quien compró personalmente la entrada.

En cada caso debe identificarse la persona jurídica que vende, organiza o presta el servicio y la que contrata y difunde el patrocinio, que pueden no coincidir. Entradas, boletas, condiciones de abono, tiendas, contratos y administración del soporte permiten concretar ese vínculo.

El artículo 1 N° 5 define anunciante como el proveedor, prestador o entidad que mediante publicidad busca informar sobre bienes o servicios cuya producción, intermediación o prestación integra su actividad, o motivar su adquisición. Por eso no basta sustituir «operador» por «club»: debe demostrarse la participación del club en promover el servicio, aprobar el mensaje o integrar comercialmente la campaña. Las piezas en voz institucional y la asociación patrocinada son indicios pertinentes.

La comunicación conjunta SCJ-SERNAC de 2023 caracteriza la operación de plataformas de juegos de azar en línea sin habilitación legal como una actividad ilegal y advierte la consiguiente desprotección de los consumidores. La falta de competencia de la SCJ para regular o fiscalizar directamente esas plataformas no equivale a autorización para operar. Del mismo modo, la exclusión de sitios que sólo exhiben publicidad o redirigen a vendedores en el artículo 3 N° 4 del Decreto N° 6 delimita el ámbito de ese reglamento; no excluye automáticamente la aplicación de la LPDC ni de la Ley N° 21.430.

4.2. Ilícitud de la actividad promovida y efectos sobre la publicidad

El examen de la publicidad debe partir de la situación jurídica del servicio promovido. En Chile, los juegos de azar constituyen una actividad excepcionalmente lícita, cuya explotación requiere habilitación legal expresa. Este régimen tiene fundamento constitucional. El artículo 63 N° 19 de la Constitución Política reserva a la ley las normas que regulen el funcionamiento de “loterías, hipódromos y apuestas en general”. Complementariamente, el artículo 19 N° 21 garantiza el derecho a desarrollar actividades económicas que no sean contrarias a la moral, al orden público o a la seguridad nacional y con respeto a las normas legales que las regulen. La mera accesibilidad tecnológica de una plataforma, su constitución en el extranjero o la existencia de una licencia otorgada por otra jurisdicción no sustituyen, por tanto, la habilitación exigida por el ordenamiento chileno.

El derecho común y la legislación sectorial desarrollan esta regla. El artículo 1461 del Código Civil considera moralmente imposible el hecho prohibido por las leyes o contrario a las buenas costumbres o al orden público; su artículo 1466 establece expresamente que existe objeto ilícito en las deudas contraídas en juego de azar y, en general, en todo contrato prohibido por las leyes; y el artículo 1467 exige una causa real y lícita. Asimismo, el artículo 10 dispone como regla general que los actos prohibidos por la ley son nulos, salvo que la propia ley determine otro efecto. Estas normas permiten examinar, atendidas las circunstancias concretas, no sólo la actividad de juego sino también la licitud de actos o contratos destinados a facilitar o promover su explotación, sin que de ellas se desprenda automáticamente la nulidad de todo contrato de patrocinio relacionado con apuestas.

En el ámbito penal, los artículos 275 a 279 del Código Penal regulan las loterías y casas de juego no autorizadas. En particular, el artículo 277 sanciona a los banqueros, dueños, administradores o agentes de casas de juego de suerte, envite o azar, y el artículo 278 a quienes concurren a ellas. Por su parte, el artículo 5 de la Ley N° 19.995 dispone que los operadores sólo pueden explotar los juegos de azar autorizados por dicha ley y sus

reglamentos, contando con la correspondiente licencia, y establece expresamente que el permiso de operación de un casino de juego no puede comprender juegos de azar en línea.

La Superintendencia de Casinos de Juego interpreta este conjunto normativo señalando que los juegos de azar son ilegales por regla general salvo habilitación de una ley especial, y que la explotación comercial de plataformas de apuestas en línea es ilegal mientras no exista la correspondiente habilitación legal. La falta de competencia de la Superintendencia para regular o fiscalizar directamente esas plataformas no equivale, por consiguiente, a una autorización para operar.

Esta interpretación fue recogida por la Corte Suprema en la sentencia de 29 de septiembre de 2025, Rol N° 18.080-2025. El máximo tribunal reiteró la prohibición general de los juegos de azar salvo habilitación legal expresa y, respecto de los proveedores de acceso a internet recurridos, ordenó el bloqueo de los sitios denunciados y estableció que no podían transmitir ni promover juegos de azar sin acreditación de autorización legal y administrativa. El fallo constituye un antecedente directamente relevante para determinar el estatuto jurídico de la actividad publicitada. Sin embargo, sus efectos subjetivos deben mantenerse correctamente delimitados: la orden judicial fue pronunciada respecto de los proveedores de internet que fueron parte del proceso y no puede trasladarse automáticamente, como mandato judicial particular, a los clubes de fútbol que no intervinieron en él.

De ello se sigue que una licencia extranjera, una solicitud de licencia ante una autoridad extranjera o la identificación de una sociedad constituida fuera de Chile no acreditan por sí mismas autorización para explotar juegos de azar o apuestas en Chile. Cuando, además, la plataforma admite registros desde Chile, selecciona Chile como país, utiliza pesos chilenos, prefijo telefónico +56, bonos o promociones dirigidos al mercado nacional u otros elementos de direccionamiento, resulta especialmente pertinente verificar cuál es el título jurídico que permitiría ofrecer ese servicio a consumidores situados en Chile.

Debe distinguirse, con todo, **la ilicitud de la actividad promovida de la ilicitud de la publicidad**. La LPDC no contiene una prohibición general y autónoma formulada en términos de “publicidad de actividades ilícitas”. La consecuencia no es, por ello, que toda publicidad de un operador no autorizado constituya automáticamente una infracción al artículo 28. Debe determinarse qué conducta es atribuible al club y qué supuesto legal se configura. El artículo 3 letra b) reconoce el derecho del consumidor a información veraz y oportuna; el artículo 33 exige que la información incorporada a la publicidad sea susceptible de comprobación y no induzca a error o engaño. Bajo el artículo 33 adquiere especial relevancia una comunicación que presente, expresa o implícitamente, un servicio como autorizado o legítimamente disponible cuando ello no pueda acreditarse. El artículo 28 será adicionalmente aplicable cuando el engaño recaiga sobre alguno de los atributos específicamente enumerados en esa disposición.

Existe, además, un estándar nacional específico en materia de autorregulación publicitaria. El Código Chileno de Ética Publicitaria de CONAR exige el respeto al ordenamiento jurídico; su artículo 7 dispone que la publicidad no debe promover, inducir, apoyar o justificar conductas ilegales o antisociales; y su artículo 8 exige publicidad honesta y veraz, mencionando expresamente, entre las materias respecto de las cuales no debe inducirse a conclusiones erróneas, el cumplimiento de normas y el reconocimiento oficial o aprobación. El artículo 37, específicamente aplicable a juegos de azar, juegos interactivos, casinos y

apuestas, parte a su vez de la exigencia de que esas comunicaciones cumplan la legislación vigente. El artículo 1° quater agrega que los avisadores tienen responsabilidad general por las comunicaciones publicitarias que realizan directamente o en su nombre, mientras que los demás participantes deben actuar responsablemente de acuerdo con su grado de influencia, control y conocimiento sobre ellas. Esta regla resulta especialmente pertinente para distinguir la intervención del operador, del club, de la agencia, del medio o de otros participantes en la campaña. Estas disposiciones pertenecen a un sistema de autorregulación y no crean por sí mismas una infracción ni una sanción bajo la LPDC, pero constituyen un antecedente particularmente pertinente para precisar el estándar profesional de quienes contratan, aprueban y difunden publicidad.

La relación entre actividad y publicidad tiene también una dimensión contractual. Si el objeto de un acuerdo de patrocinio comprende promover, facilitar el acceso o derivar público hacia una actividad cuya explotación no está jurídicamente autorizada en Chile, los artículos 10, 1461, 1466 y 1467 del Código Civil hacen pertinente examinar la licitud del objeto y de la causa del contrato y de las prestaciones específicamente convenidas.

Esta cuestión precede al análisis de las advertencias, del juego responsable y de la protección especial de determinados consumidores. Un aviso 18+, una advertencia sobre adicción o el cumplimiento de estándares de juego responsable no convierten en lícita una actividad que carezca de la autorización exigida por el derecho chileno. En consecuencia, respecto del club que incorpora la marca a sus soportes, adopta mensajes propios, presenta al operador como patrocinador o deriva directamente a su público hacia la plataforma, la primera cuestión de fiscalización consiste en establecer qué verificó acerca de la identidad del operador, la naturaleza del servicio y su habilitación para ser ofrecido en Chile antes de contratar, aprobar y ejecutar la campaña.

4.3 Información, seguridad y diligencia profesional

La información veraz y oportuna y la seguridad en el consumo se reconocen en el artículo 3 letras b y d de la LPDC. Los artículos 28 y 33 permiten examinar atributos publicitarios susceptibles de comprobación y mensajes que induzcan a error o engaño. En Cobresal y O'Higgins la pregunta precisa es qué podía entender el destinatario por seguridad y qué respaldo tenía el club para difundir el atributo.

El artículo 45, inciso segundo, obliga al proveedor de servicios riesgosos a adoptar medidas de seguridad e informar las providencias preventivas a usuarios y a quienes puedan verse afectados. Su uso respecto del club requiere fundar por qué la configuración concreta de su servicio y publicidad introduce un riesgo jurídicamente relevante y bajo su control.

Como pauta de diligencia a contrastar se propone revisar: autorización y naturaleza del servicio promovido; sustento de los mensajes; público al que se dirige la campaña; ubicación de avisos; funcionamiento de enlaces; términos relevantes y respuesta a alertas. Es una concreción argumentada del cuidado profesional para estas conductas, no una lista reglamentaria ya establecida para todos los patrocinios. Debe comprobarse qué decisiones estaban bajo control de cada club.

4.4 Deberes reforzados respecto de niños, niñas y adolescentes

La Ley 21.430 impone deberes de respeto y protección de derechos a la sociedad y a las instituciones y reconoce el interés superior de niños, niñas y adolescentes en decisiones que los afecten, también de instituciones privadas. Su artículo 53 manda a los órganos de la Administración considerar sus necesidades y características al aplicar las normas de consumo. El artículo 54 exige información y seguridad para bienes o servicios comercializados para su uso o consumo. Esto resulta relevante si el club ofrece servicios infantiles, escuelas o productos destinados a ellos; no se presume esa destinación en toda camiseta adulta.

El artículo 55 contiene una base directa: la publicidad dirigida a niños, niñas o adolescentes, por medios escritos, audiovisuales o telemáticos, debe adaptarse a su desarrollo, ser veraz y no engañosa e informar riesgos o peligros para la salud. También prohíbe incitar al consumo desmedido sin supervisión adulta e inducir al uso irresponsable del crédito o responsabilidad financiera.

Si se configura el supuesto del artículo 55, una mención escondida en el destino no demuestra que la publicidad del club haya informado el riesgo a su destinatario. La norma no establece por sí sola una prohibición general de todo patrocinio de apuestas.

4.5 Personas con trastorno por juego de apuestas

La vulnerabilidad asociada al trastorno por juego exige distinguir riesgo general, condición de una persona y daño atribuible a una campaña. La OMS identifica riesgos sanitarios del juego, la normalización mediante vínculos deportivos y la utilidad de medidas sobre publicidad y advertencias claras. Ese antecedente sustenta la previsibilidad del riesgo y recomendaciones preventivas; no demuestra que una de estas piezas haya causado un trastorno ni define por sí mismo una infracción chilena.

La Circular SERNAC sobre consumidor hipervulnerable aporta un criterio institucional para reconocer circunstancias que agravan la vulnerabilidad. Su función es interpretativa: no crea una categoría sancionatoria autónoma ni permite presumir el diagnóstico de asistentes a un estadio. Respecto del club, la investigación debe precisar riesgos conocidos, prácticas de presión o incentivo, información ofrecida y medidas bajo su control.

4.6 Comparación con alcohol, tabaco y alimentos

Los siguientes regímenes muestran que el ordenamiento utiliza advertencias, restricciones de audiencia y prohibiciones de publicidad para proteger la salud. Sus destinatarios, productos y supuestos son distintos. La comparación respalda la discusión de cuidado y política pública; no permite sancionar publicidad de apuestas como si fuera publicidad de alcohol, tabaco o alimentos.

En materia de alcohol, la Ley N° 19.925, en sus artículos 40 bis y 40 ter, junto con la disposición segunda transitoria de la Ley N° 21.363 y el Decreto N° 98 de 2023, establece advertencias de riesgos, prohíbe la publicidad de bebidas alcohólicas en actividades deportivas —salvo las excepciones aplicables a determinados megaeventos— y contempla restricciones respecto de las marcas en artículos deportivos masivos y de la publicidad dirigida exclusivamente a menores. Las restricciones del artículo 40 ter ya se encontraban

vigentes al corte de octubre de 2026. Este régimen constituye un referente útil para analizar la ubicación de las advertencias y la regulación del patrocinio deportivo.

En materia de tabaco, la Ley N° 19.419, en sus artículos 3, 4 y 10, establece la prohibición de la publicidad del tabaco y de elementos de sus marcas, así como la prohibición de suministrar productos de tabaco a menores de 18 años. También prohíbe fumar o inhalar en tribunas, galerías y en el perímetro indicado por la ley, con las salvedades relativas a lugares especialmente habilitados y demás excepciones legales pertinentes. Estas reglas permiten distinguir entre la regulación de la publicidad y la del consumo, y sirven como referente para la protección de las audiencias.

Respecto de los alimentos altos en nutrientes críticos, la Ley N° 20.606, en sus artículos 5 a 8, y la Ley N° 20.869, en sus artículos 1 y 2, establecen restricciones aplicables a los alimentos definidos por la normativa, incluida la publicidad dirigida a menores de 14 años. La Ley N° 20.869 limita, además, la publicidad televisiva y cinematográfica entre las 22:00 y las 6:00 horas, con una excepción condicionada para ciertos eventos, siempre que la publicidad no se dirija a menores de 14 años, no muestre el consumo ni el producto y se limite a la marca o al nombre, entre otros requisitos. No se trata, por tanto, de una prohibición general de toda publicidad de alimentos en estadios.

4.7 Atribución y vías de actuación

La entidad club responde por la conducta que le sea atribuible como proveedor o anunciante.

La LPDC contempla facultades del SERNAC y acciones judiciales en sus términos. La suspensión y publicidad correctiva del artículo 31 requieren intervención del tribunal bajo sus presupuestos. La Ley 21.430 dispone mecanismos de protección de derechos que deben canalizarse por las autoridades competentes.

5. Hipótesis de fiscalización y prioridades de investigación

La prioridad expresa utilidad y urgencia de la investigación, no culpabilidad.

Hipótesis y fundamento	Evidencia y sujeto
Afirmaciones de seguridad LPDC arts. 28 y 33.	Cobresal y O'Higgins como difusores y posibles anunciantes; figs. 7 y 8.
Promoción y derivación LPDC arts. 1 N° 5, 3 b, 28, 33 y 35 según intervención.	Coquimbo y Cruzados; figs. 2, 3, 9 y 10.
Habilitación jurídica del servicio promovido CPR art. 63 N° 19; CC arts. 1461, 1466 y 1467; CP arts. 275 a 279; Ley N° 19.995 art. 5; SCS Rol N° 18.080-2025; LPDC arts. 3 b), 28 y 33 según el mensaje concreto.	Declaraciones de los destinos Pin-Up y Royal; F07 y fig. 13.

Hipótesis y fundamento	Evidencia y sujeto
Información y seguridad en la derivación LPDC arts. 3 b y d, 23 y eventualmente 45.	Audax y demás clubes según control de la campaña; F04 a F06.
Datos personales Ley 19.628 arts. 2 n, 4 y 9.	Formulario Royal y privacidad; figs. 14 y 15. Responsable del registro o banco de datos por identificar.
Cláusulas del destino LPDC arts. 16 y 16 C según ámbito.	PDF individualizados en F09; predisponente del contrato.
Competencia desleal Ley 20.169 arts. 3 y 4 letras b) y e); arts. 5, 6 y 8 sobre acciones, legitimación y competencia.	Mensajes F03; agente interviniente según prueba.
Enlaces y bloqueos Deber propio del club separado de la orden al ISP.	Universidad de Chile, O'Higgins y Colo Colo; figs. 16 a 18.
Publicidad televisiva Normativa aplicable a una emisión específica.	No hay emisión individualizada en la selección.
Riesgos y consumidores vulnerables Ley 21.430 arts. 53 a 55; LPDC arts. 3, 23 y 24 según supuesto.	Siete orígenes sin avisos visibles y destinos con información; F10.

6. Diligencias necesarias para completar la fiscalización

6.1 Habilitación jurídica del servicio promovido.

Requerir al club la identificación del operador y de la entidad con la que contrató; el título habilitante invocado para ofrecer juegos o apuestas en Chile; los antecedentes revisados para verificarlo; el contrato de patrocinio y sus anexos; y la documentación de la revisión realizada antes de contratar, aprobar la campaña o derivar público hacia la plataforma.

6.2 Sustento publicitario y aprobación.

Requerir a Cobresal y O'Higgins pieza completa, autor y aprobador, contrato, período de difusión y respaldo técnico o comparativo previo de las afirmaciones. Preguntar específicamente qué comprende «seguro», qué riesgos se evaluaron y si se contempló la exposición de menores y personas vulnerables.

6.3 Destino y bases de promociones.

Requerir a Coquimbo y Cruzados la campaña contratada, destinos autorizados, comisiones, posibilidad de cambiar promociones y verificación realizada.

6.4 Privacidad e información antes del registro.

Requerir la versión histórica de Royal, comprobar la carga completa de la ruta de la figura 15 y determinar si hubo tratamiento y quién lo decidió. A Audax, preguntar qué revisión hizo y si recibió datos o intervino en el registro.

6.5 Contratos del destino.

Obtener versiones íntegras, examinar las cláusulas precisas y establecer si el club adoptó algún compromiso sobre ellas.

6.6 Entidad responsable y relación de consumo.

Identificar razón social, RUT, representación, ventas de entradas y abonos, organizador del evento, tienda, titular del soporte y contratante del patrocinio.

7. Conclusiones

- Los siete clubes aparecen en soportes que incorporan marcas de apuestas; seis recorridos parten de sitios de clubes.
- Cobresal y O'Higgins difunden afirmaciones de seguridad concretas que admiten requerir sustento y atribución.
- Los recorridos de Coquimbo y Cruzados muestran incentivos de registro y orientación a Chile.
- El registro de Royal solicita datos y la captura de su ruta de privacidad no muestra una política desarrollada.
- Los documentos del destino contienen cláusulas individualizadas de modificación, promociones y responsabilidad. Son antecedentes para contrastar la diligencia del club.
- Las referencias etarias y la advertencia de adicción observadas en los destinos deben reconocerse. No aparecen avisos equivalentes junto a la promoción en las áreas de origen.
- La relación de consumo del club y sus propios actos como anunciante permiten una línea de investigación autónoma. La responsabilidad exige individualizar conducta y elementos de la norma, sin supeditar todo el examen al operador extranjero.
- La habilitación jurídica del servicio promovido constituye una cuestión anterior a sus condiciones de publicidad. Las licencias o solicitudes extranjeras observadas no acreditan autorización para operar juegos de azar online en Chile. La jurisprudencia vigente de la Corte Suprema reafirma que, salvo habilitación legal expresa, la explotación online de juegos de azar es ilícita. Por ello, la fiscalización de los clubes debe establecer qué verificaron acerca de la autorización del operador antes de promoverlo o derivar a sus consumidores hacia sus plataformas.

- La publicidad dirigida a NNA está sujeta al deber de informar riesgos del artículo 55 de la Ley 21.430.
- Las medidas sobre advertencias y reducción de exposición de personas vulnerables tienen fundamento preventivo. La comparación con alcohol, tabaco y alimentos apoya la interpretación.

8. Recomendaciones priorizadas

Las propuestas se apoyan en los hallazgos y distinguen cumplimiento de deberes vigentes, medidas preventivas de gestión del club y cambios regulatorios. La existencia de advertencias no legaliza una operación no autorizada ni corrige por sí sola una afirmación engañosa. Antes de diseñar publicidad debe verificarse la licitud del servicio y de la campaña.

- Prioridad inmediata bajo deberes vigentes. Incorporar como primera verificación la habilitación jurídica del servicio promovido y documentar los antecedentes revisados por el club; exigir, además, respaldo comprobable de los atributos publicitarios que adopte, identificación del aprobador y revisión de las campañas dirigidas a NNA conforme a la Ley N° 21.430.
- Prioridad preventiva en canales infantiles. Adoptar una política de ausencia de publicidad de apuestas en escuelas del club, actividades infantiles, productos destinados a niños y comunicaciones segmentadas a NNA. Cuando el público de un soporte sea mixto y no pueda evitarse la exposición, priorizar el retiro de la promoción de ese soporte.
- Prioridad preventiva en información de riesgo. En los espacios en que una comunicación sea jurídicamente admisible, evaluar advertencias legibles en la propia pieza y antes del enlace, explícitas sobre riesgo de adicción y pérdida de dinero, sin asociar el juego a ganancias aseguradas. Un aviso 18+ informa edad; no explica por sí solo los riesgos ni protege a adultos con trastorno por juego. Su texto, tamaño, duración y comprensión deben validarse antes de estandarizarse.
- Prioridad regulatoria sobre estadios y patrocinio. Evaluar una regulación específica de publicidad de apuestas en camisetas, soportes del estadio, transmisiones y campañas digitales de clubes, con especial protección de audiencias infantiles y entornos no segmentables. Comparar alternativas de prohibición, restricción y advertencias, obligaciones del anunciante y régimen de fiscalización.
- Prioridad transversal de gestión y evaluación. Incorporar revisión profesional, trazabilidad de dominios y cláusulas de protección de audiencia en contratos de patrocinio.

9. Bibliografía normativa institucional y complementaria

1. Ley 19.496 y texto refundido DFL 3 disponible en <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1160403>
2. Reglamento de comercio electrónico Decreto 6 disponible en <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1165504>
3. Ley 19.628 sobre protección de la vida privada disponible en <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=141599>
4. Ley 21.719, que regula la protección y el tratamiento de los datos personales y crea la Agencia de Protección de Datos Personales (según el texto vigente a la fecha de cierre, entra en vigencia el 1 de diciembre de 2026), disponible en <https://nuevo.leychile.cl/navegar?idNorma=1209272>
5. Ley 20.169 sobre competencia desleal disponible en <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=258377>
6. Ley 21.430 de garantías y protección integral de los derechos de la niñez y adolescencia disponible en <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1173643>
7. Ley 19.925 sobre expendio y consumo de bebidas alcohólicas disponible en <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=220208>
8. Ley 21.363 y Decreto 98 de 2023 disponible en <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1163383>
<https://www.bcn.cl/leychile/navegar?i=1194044>
9. Ley 19.419 sobre actividades relacionadas con el tabaco disponible en <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?cve=&i=&idLey=&idNorma=30786&idVersion=2025-05-20&tipoVersion=>
10. Ley 20.606 sobre composición nutricional de los alimentos y su publicidad disponible en <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1041570>
11. Ley 20.869 sobre publicidad de los alimentos disponible en <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1083792>
12. Comunicación conjunta SCJ SERNAC disponible en https://www.scj.gob.cl/noticias_scj/servicio-nacional-de-consumidor-y-superintendencia-de-casinos-de-juego-advierten-desproteccion-de-la-ciudadania-ante-los-juegos-de-azar-en-linea/
13. Comunicación de Subtel sobre bloqueo de sitios disponible en <https://www.subtel.gob.cl/subtel-ordena-bloqueo-de-42-sitios-de-apuestas-online/>

14. Antecedente judicial sobre bloqueo, Corte Suprema, Rol 18.080-2025, 29-09-2025 disponible en <https://accj.cl/wp-content/uploads/2025/10/Sentencia-Corte-Suprema.pdf>
15. Noticia institucional de O'Higgins disponible en https://www.ohigginsfc.cl/noticias/noticia_detalle.php?id=4224
16. Circular interpretativa aprobada por Resolución Exenta N° 1038, de 31-12-2021 en https://www.sernac.cl/portal/618/articles-64930_archivo_01.pdf
17. Organización Mundial de la Salud Gambling disponible en <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/gambling>
18. Constitución Política de la República de Chile, texto refundido en Decreto N° 100, disponible en <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=242302>
19. Código Civil disponible en <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=172986>
20. Código Penal disponible en <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1984>
21. Ley N° 19.995, que establece las bases generales para la autorización, funcionamiento y fiscalización de casinos de juego, disponible en <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=234426>
22. Código Chileno de Ética Publicitaria de CONAR, 7ª edición, disponible en <https://www.conar.cl/wp-content/uploads/2024/12/CCHEP7-2024.pdf>
23. Superintendencia de Casinos de Juego, “¿Cuál es el juego ilegal?”, disponible en <https://www.scj.gob.cl/juego-ilegal/cual-es-el-juego-ilegal/>