

JUEGO Y SOCIEDAD

2021

Actitudes y hábitos
de los españoles
sobre el juego

TRANSPARENCIA

Dirección del estudio

La 12ª. edición de Juego y Sociedad ha sido dirigida por José Antonio Gómez Yáñez, doctor en Sociología (Premio Extraordinario), miembro del Instituto de Política y Gobernanza de la Universidad Carlos III y Profesor Asociado de Técnicas de Investigación Social en la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de la Universidad Carlos III entre 2001 y 2020.

Es Socio de Estudio de Sociología Consultores. Ha sido Associate Director en Millward Brown España y Vocal Asesor en el Gabinete de la Presidencia del Gobierno.

Carlos Lalanda ha colaborado en la redacción del cuestionario, análisis de los datos y redacción del informe.

Trabajo de campo

Realizado por IMOP Insight empresa que tiene a su cargo estudios y trabajos de campo para medios de comunicación (Estudio General de Medios y clientes como Mediaset España, Atresmedia, COPE, RTVE, Trece y Turner), Administraciones Públicas (Ministerios de Presidencia, Educación, etc.) y empresas privadas.

Entre sus proyectos recientes están la Encuesta de Seguimiento del Programa escolar de Educación Financiera, promovida por el Banco de España y la CNMV, el Estudio de Impacto de la situación de confinamiento en la población de la ciudad de Madrid tras la declaración del Estado de Alarma, para el Ayuntamiento de Madrid y la Encuesta sobre el impacto económico del Coronavirus para FUNCAS (<https://www.imop.es/index.php/>).

La programación del cuestionario, diseño de la muestra, dirección del trabajo de campo y proceso de datos han estado a cargo de David Moreno, técnico de IMOP Insights.

Financiación

CEJUEGO, asociación que integra a las principales empresas del sector en España.

Marco académico

El Instituto de Política y Gobernanza de la Universidad Carlos III desarrolla un programa de investigación sobre el Juego desde 2011, con dos publicaciones anuales: Juego y Sociedad (once ediciones) y el Anuario sobre el Juego en España (ocho ediciones, la novena en preparación) y otros estudios puntuales.

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o cualquier medio, ya sea éste electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito de los titulares del copyright. Reservados todos los derechos, incluido el derecho de venta, alquiler, préstamo o cualquier otra forma de cesión del uso del ejemplar.

Impreso en España / *Printed in Spain*

© 2021. José Antonio Gómez Yáñez y Carlos Lalanda.

Diseño y maquetación: Javier Perea Unceta (fjpu.es)

Edita: IPOLGOB-UC3M y CEJUEGO

ISBN: 978-84-09-21861-5

D.L.: M-14088-2013

JUEGO Y SOCIEDAD

(XII) 2021

JOSÉ ANTONIO GÓMEZ YÁÑEZ

Socio de Estudio de Sociología Consultores
Miembro del Instituto de Política y Gobernanza
Profesor de Sociología en la Universidad Carlos III de Madrid (2001-2020)

CARLOS LALANDA FERNÁNDEZ

Socio Fundador de Loyra Abogados

ÍNDICE

DATOS GENERALES	6
RESUMEN EJECUTIVO	9
1. LA CRISIS DE LA COVID 19 Y LOS CLIENTES DE JUEGO	15
1.1. La covid 19 y la práctica del juego	16
1.2. Tipologías de los clientes de juego	19
2. SOCIOLOGÍA DE LOS JUEGOS PRESENCIALES	23
2.1. Metodología	24
2.2. Las loterías: juegos de suerte o ilusión	24
Lotería Nacional	24
Lotería de Navidad. Un acontecimiento nacional	26
El Niño. Un acontecimiento nacional “menor”	28
Los sorteos semanales de la Lotería Nacional	30
La Grossa de Cataluña	32
Las loterías primitivas	34
Los juegos de la ONCE	36
Los cupones de la ONCE	38
Las loterías instantáneas, “rascas” de la ONCE	39
Eurojackpot y 7/39 de la ONCE	40
La Quiniela	42
2.3. Los juegos de entretenimiento	44
Los casinos	47
Los bingos	48
Los salones de juego	51
Las apuestas deportivas presenciales	54
Las máquinas “B” en hostelería	56
Las timbas informales en bares y similares	59

3. RACIONALIDAD DEL JUEGO	63
4. SOCIOLOGÍA DE LOS JUEGOS <i>ONLINE</i>	71
5. EL JUEGO PROBLEMÁTICO	79
5.1. Enfoque del problema	80
5.2. Los instrumentos de medición	80
5.3. El juego problemático en la población entre 18 y 75 años	82
Datos globales	82
La evolución desde 1990	82
El trastorno de juego diagnosticado	85
La consistencia entre las distintas metodologías	89
Comparación internacional	89
6. EL TRASTORNO DE JUEGO: LA POBLACIÓN AFECTADA	95
6.1. Antecedentes	96
6.2. El trastorno de juego: un trastorno múltiple y multicausal	97
6.3. Conclusiones	104
ANEXOS	109
Referencias bibliográficas	110
Recogida de la información. Ficha técnica	117
Cuestionario	118

JUGAR ES NORMAL

En 2020
28,2 millones

han participado en uno o varios juegos

El **80,9%** de la POBLACIÓN ENTRE 18 Y 75 AÑOS

Juegos de Loterías y apuestas de operadores públicos

Jugaron a la LOTERÍA

24,2 millones EL GORDO de Navidad

14,5 millones EL NIÑO

12,8 millones PRIMITIVAS

Jugaron a la QUINIELA
2,4 millones

Jugaron a la ONCE

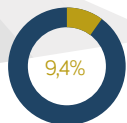
CUPONES **8,9** millones

Juegos **ACTIVOS** **1,4** millones

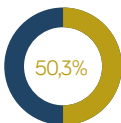
RASCAS **3,3** millones

Los "rascas"

mantienen su especialización sobre el cliente joven



de la población entre 18 y 75 años



tienen entre 18 y 35 años



el más jugado entre 18 y 25 años

LOS CLIENTES SON RACIONALES

Saben que **JUGAR TIENE UN COSTE**

LO ASUMEN como el precio de una entrada A UN ESPECTÁCULO

POR QUÉ SE JUEGA



GANAR UNA APUESTA DEMOSTRANDO QUE SE SABE



TIEMPO DE ESPARCIMIENTO



PERMITE TOMAR **DECISIONES PROPIAS** Y HACERSE CARGO DE SUS CONSECUENCIAS



INTEGRACIÓN EN UN GRUPO CON EL QUE COMPARTEN AFICIÓN

ESTRECHAR LAZOS Y RELACIONES



JUEGOS DE ENTRETENIMIENTO y diversión de operadores privados

1,3 millones MÁQUINAS en bares

1,3 millones APUESTAS

1,6 millones SALONES

3,8

UN TOTAL DE **3,8** MILLONES HAN PARTICIPADO EN UNO O VARIOS JUEGOS

0,8 millones CASINO

1,4 millones BINGO

JUEGOS ONLINE

1,5 millones durante 2020



JUGAR DURANTE EL AÑO DEL COVID-19

-4%
de clientes
respecto a 2019



La participación retrocede a niveles de 2013

LOS JUEGOS DE ILUSIÓN POR EL PREMIO (LOTERÍAS) CONSERVAN SU NÚMERO DE CLIENTES

PERO HAN JUGADO CANTIDADES ENTRE UN 20% Y UN 25% INFERIORES



Parte de este descenso se debe a la **reducción de gastos por parte de aquellos sectores sociales** que más han visto minorados sus ingresos



La **Lotería del Niño** no se ve afectada



El juego de loterías gestionado por SELAE y la ONCE se mantiene como el que **cuenta con más participantes**

Los juegos de ENTRETENIMIENTO Y DIVERSIÓN

(casinos, bingos, salones, apuesta presencial o juego en máquinas)

6,5 millones
de clientes
en 2019



-50%
3,8 millones
de clientes
en 20 20

EL JUEGO ONLINE SE MANTIENE ESTABLE EN EL AÑO 2020



1,5 millones
de clientes

JUEGO PROBLEMÁTICO

TASA DE TRASTORNO DE JUEGO DIAGNOSTICADO

0,02%

Población mayor de 18 años.

TASA DE JUEGO PROBLEMÁTICO

0,25%

Población entre 18 y 75 años. MEDIDO CON DSM-IV Y PGSI

Los servicios de salud autonómicos mantienen la **incidencia estable**.

Fuente: Ministerio y Servicios de Salud de las Comunidades

España se mantiene como **el segundo país con menor tasa** de juego problemático.

Fuente: Juego y Sociedad 2021

EL JUEGO PROBLEMÁTICO en España

UNA EXCELENTE REGULACIÓN DE PROTECCIÓN AL CLIENTE DESARROLLADA DURANTE 40 AÑOS



Los afectados por el trastorno del juego no son una población homogénea



Cuadro de patología múltiple y multicausal



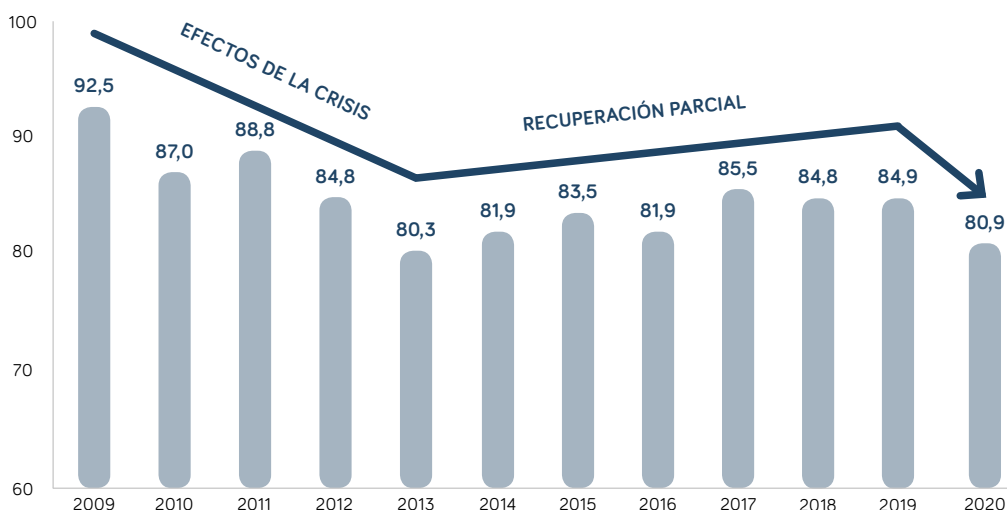
La raíz del trastorno por juego problemático no se encuentra en la oferta de juego

RESUMEN EJECUTIVO

1. Jugar es normal, la covid19 redujo la participación en el juego.

- Quienes jugaron algún juego pasaron de 30 millones en 2019 a **28,2 millones en 2020**. Es decir, del 84,9% al 80,9% de los comprendidos entre 18 y 75 años.
- Por la covid19 **la participación en juegos retrocedió a los niveles de 2013**.

GRÁFICO 1 RECUERDO DE HABER JUGADO A ALGÚN JUEGO DURANTE EL AÑO ANTERIOR (%)



2. El descenso se concentró en el juego de entretenimiento.

- En **2019 visitaron casinos, bingos, salones, apostaron presencialmente o jugaron en máquinas “B” en bares 6,5 millones** de personas entre 18 y 75 años, en **2020 se redujeron a 3,8 millones**.
- Las salas permanecieron cerradas durante meses, por tanto, la asistencia cayó casi el 50%.
- Las apuestas fue el juego de entretenimiento que menos descendió.

3. Los clientes de juego presencial por entretenimiento son racionales en su comportamiento y gasto:

- Consideran que **lo que cuesta jugar es lo mismo que pagar la entrada a cualquier espectáculo**.

4. Cada juego tiene motivaciones distintas:

- Se va a los **casinos** por el **ambiente** y para probar suerte en juegos que tienen un aura de **sofisticación**.
- Al **bingo** y a **salones** para quedar y **estar con los amigos, compartir la afición y comentar la jugada**. Pero acuden a ellos generaciones distintas.
- Se **apuesta para demostrar que se sabe, y contarle** si se gana.
- Al **póquer para demostrar que se sabe y competir** con otros.
- A las **máquinas “B” en bares para distraerse**.
- El juego de entretenimiento es una **actividad compartida**. Sazonada con la **eventual vanagloria de ganar**.
- Las **loterías** de SELAE y los **cupones y rascas** de la ONCE se basan en la expectativa de ser **tocado por la Fortuna**, son juegos de **ilusión por el premio**.

5. Los juegos a los que más se juega son las loterías gestionadas por SELAE y la ONCE.

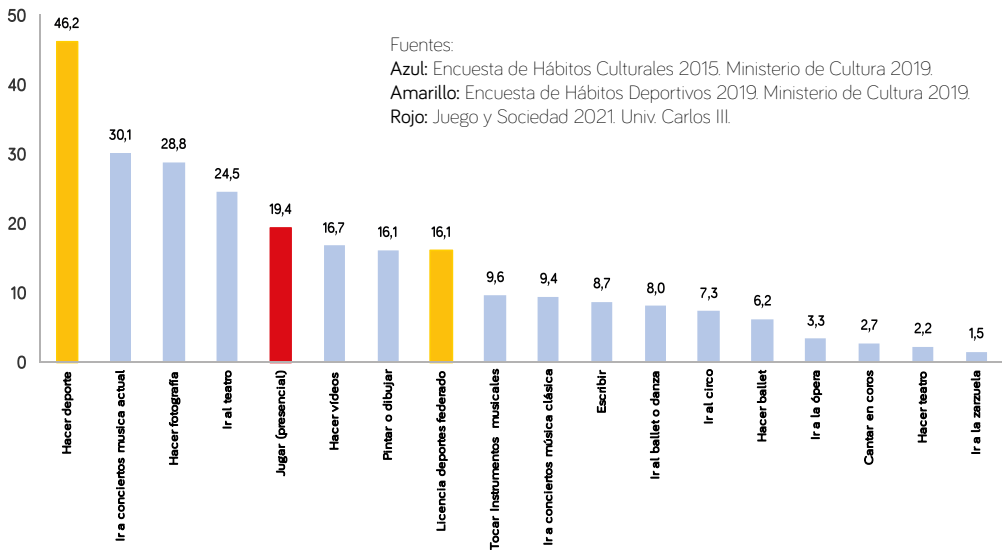
- El Gordo de Navidad sufrió un descenso de la cantidad de compradores hasta 24,5 millones, también bajaron sus ventas.
- El Niño, de 6 de enero de 2021, se mantuvo 14,5 millones de compradores.
- En las **primitivas** y en los **cupones de la ONCE** participaron 12,8 y 8,9 millones.
- Menos la lotería de Navidad, estos juegos mantuvieron en 2020, con poca variación, sus participantes, pero descendieron en un 20%/25% las cantidades que jugaban, excepto en El Niño.

6. Otros sorteos gestionados por SELAE y la ONCE se dirigen a públicos específicos (son “juegos nicho”):

- Los sorteos semanales de lotería son el producto “nicho” de los **aficionados a la lotería** (4,1 millones).
- A los **“rascas” de la ONCE** jugaron 3,5 millones, en su gran mayoría **menores de 35 años**.
- A los juegos activos de la ONCE -competidores de las primitivas-, 1,4 millones.
- La **Quiniela es para los aficionados al fútbol**, un conjunto estable, aunque a la baja, de 2,4 millones de personas.
- Los juegos que más ha crecido en los dos últimos años son los **“rascas” de la ONCE**, en 2020 registraron un levísimo descenso: jugó el 9,4% de la población, es decir, **3,3 millones de personas, de ellos, el 50,3% menores de 35 años**.
- En suma, **los juegos de ilusión por el premio conservan sus clientes, pero en 2020 redujeron las cantidades que juegan en un 20% o 25%**. Parte de este descenso se debe a la disminución de gastos de sectores sociales afectados por la crisis económica que acompañó a la crisis sanitaria.

7. Jugar es una de las actividades de ocio más practicadas en España.

AFICIONES Y ACTIVIDADES DE OCIO DE LOS ESPAÑOLES EL JUEGO DE ENTRETENIMIENTO ENTRE OTROS ENTRETENIMIENTOS (%)



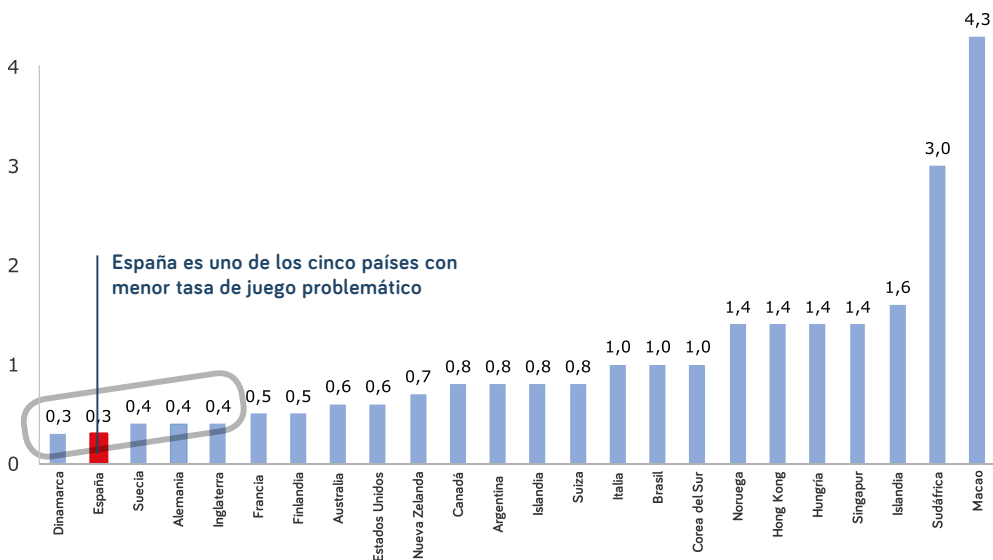
8. La reducción de la asistencia a las salas de juego de entretenimiento no se tradujo en un aumento de quienes juegan *online*.

- En 2020 se mantuvieron en 1,5 millones quienes se conectaron al menos una vez al año para jugar por Internet
- **Cada mes** lo hicieron menos de **600.000** (un 1,4% de los comprendidos entre 18 y 75 años).
- Sólo **300.000 juegan establemente**, es decir, apenas un 0,9% de la población entre 18 y 75 años.
- Pasada la novedad, el comportamiento de quienes juegan por Internet se asienta: las sesiones de juego se abrevian y las cantidades gastadas se mantienen en niveles similares a cualquier hobby (44,4 €/mes).

9. El juego problemático a comienzos de 2021 está en el 0,25% de la población entre 18 y 75 años.

- Se ha **estabilizado desde hace década y media**.
- **España se mantiene entre los países con menor incidencia**.
- En **Europa Occidental el juego problemático desciende**.

GRÁFICO 2 TASAS DE JUEGO PROBLEMÁTICO ENTRE LA POBLACIÓN ADULTA EN DIVERSOS PAÍSES
 DATOS MÁS RECIENTES DISPONIBLES EN MAYO DE 2020 (%)



* Sobre Noruega hay datos contradictorios procedentes de distintos estudios, que oscilan entre 0,3% y 1,4%.

Fuente: Elaborado sobre la base de Gómez Yáñez, 2017, a la que se han añadido datos renovados anualmente. Ver anexo bibliografía.

10. La incidencia del trastorno de juego diagnosticado está en el 0,02% de la población.

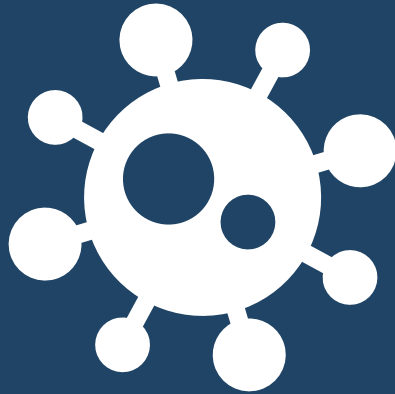
- **Se mantiene estable**, mientras que otros problemas de comportamiento aumentan.
- Los datos proceden del Ministerio y las consejerías de Sanidad.

11. Las características de la población diagnosticada de trastorno de juego coincide con lo conocido en otros países.

- **Sólo un 15% de los casos se presenta de manera independiente.**
- **Ningún estudio**, que conozcamos, **sitúa al juego como desencadenante de estos problemas**
- Todos los estudios señalan antecedentes familiares, problemas de desestructuración familiar, cuadros depresivos, etc., previos al encuentro con el juego. Se debe pensar, por tanto, que **la raíz del problema es la proclividad a este tipo de comportamientos**, no la oferta de juego en sí.
- Este **trastorno forma parte de un cuadro de patologías múltiple y multicausal** con factores depresivos y otros desórdenes de comportamiento (alcoholismo, drogadicción, poliadicciones, etc.):

12. Niveles tan reducidos de incidencia del trastorno de juego y su asociación con otros problemas de comportamiento impiden hablar de sectores sociales en los que este problema esté extendido.

- **Se pueden definir perfiles de riesgo** que deben **describirse** a partir de **rasgos de personalidad o de antecedentes familiares.**
- El **enfoque de las políticas públicas para prevenir el trastorno de juego se debe orientar a acciones de precisión** más que a acciones extensivas orientadas a amplios sectores (jóvenes, mujeres, etc.), que llevan a acciones dispersas e imprecisas (y pueden tener efectos contraproducentes).
- **El diseño de las políticas de prevención** de la adicción al juego **debe partir de un correcto diagnóstico de un problema muy limitado en su dimensión y cuya raíz no está en la oferta de juego, o no está sólo en la oferta de juego.**



1

LA CRISIS DE LA COVID 19 Y LOS CLIENTES DE JUEGO

1.1. LA COVID 19 Y LA PRÁCTICA DEL JUEGO

Como en todas las actividades, la covid 19 y las restricciones necesarias para controlarla, han supuesto un brusco corte para el juego. Sólo un 80,9% de los residentes en España recuerda haber jugado arriesgando dinero durante 2020, esto supone un descenso del 4% respecto a 2019. Es decir, retornar a los niveles de 2013, cortando la recuperación que se definía desde entonces.

“ Se redujeron a la mitad quienes jugaron por entretenimiento en 2020 ”

El gráfico 1 (incluido en el Resumen Ejecutivo) muestra tres tendencias distintas: la digestión de la crisis de 2008 hasta 2013, la vacilante recuperación de 2014 a 2019 y el brusco corte de 2020. Las crisis anteriores mostraron la sensibilidad del juego a la evolución de la economía: en los periodos de **crisis se juega menos y quienes lo hacen reducen las cantidades** que arriesgan mientras que en fases de expansión juegan más personas que destinan al juego cantidades más elevadas. Es lo **típico de**

las actividades de ocio y esparcimiento. Conviene insistir en estos datos casi rudimentarios para deshacer el prejuicio de que el juego crezca con las crisis. La coyuntura que se abrió en marzo de 2020 se ha saldado con un descenso en la cantidad de personas que juega y en las cantidades **jugadas. Aunque en la economía en general se prevé un efecto rebote, los daños causados por la covid 19 en el tejido productivo de la hostelería y el ocio hacen prever que el juego no retornará a sus cifras de 2019 hasta avanzado 2022 o 2023.**

Bajo el 80,9% de entrevistados que recuerda haber jugado entre mayo de 2019 y mayo de 2020 hay **evoluciones muy diferentes.** Los clientes de juego de suerte, **loterías**, de SELAE y la ONCE, mantuvieron en su mayoría sus hábitos, aunque **redujeron las cantidades jugadas**, pero en los **juegos de entretenimiento el descenso ha sido considerable, tanto en asistencia a las salas como en gasto** (tabla 1).

“ La incertidumbre económica y la reducción de ingresos de una parte de la población ha afectado al juego. También al sorteo de Navidad ”

TABLA 1 **PRÁCTICA DE JUEGOS DE AZAR ENTRE 2016 Y 2020**
(DE 18 A 75 AÑOS) (%)

Pregunta: De los juegos que le voy a mencionar, ¿a cuál ha jugado alguna vez durante el último año, arriesgando dinero, de forma presencial, es decir, comprando boletos o yendo a un local?

	Recuerda haber jugado durante el año				
	2016	2017	2018	2019	2020
Lotería Nacional	76,8	72,2	75,7	74,8	72,5
Euromillones, loterías primitivas	37,6	39,6	40,1	36,9	36,6
Cupones de la ONCE (sólo cupones desde 2018)	19,3	25,1	25,2	24,3	25,6
Rascas y juegos activos de la ONCE			9,1	9,9	9,4
Quiniela	7,4	6,4	7,7	6,8	6,9
Ha ido a algún salón de juegos,	6,4	8,4	8,2	8,1	4,6
Juegos activos de la ONCE (Eurojackpot, 7/49)				3,7	4,1
Ha ido a jugar a un bingo	8,2	7,1	8,9	6,9	3,9
Ha echado monedas en máquinas tragamonedas de bares o cafeterías	5,6	5,9	5,2	4,4	3,8
Apuestas a resultados de deportes en locales de apuestas (*)	5,1	4,5	4,2	3,7	3,7
Ha ido a un casino	6,8	6,8	7,2	6,5	2,3
Cupones de organizaciones de discapacitados (OID, etc.)	5,2	5,6	3,8	2,9	1,5
Juega al póquer con amigos, en bares o timbas informales, pero no en casa	3,4	1,9	2,8	3,0	3,1
Juega por televisión, por la noche, a juegos de casino, como ruletas, póquer, etc.		0,2	0,1	0,3	0,1
La Grossa (sólo en Cataluña)	27,2	41,5	36,8	39,1	33,4
No ha jugado ningún juego durante el año	18,1	14,5	15,2	14,1	19,1
(n)	(1.002)	(801)	(1.002)	(1.007)	(1.003)

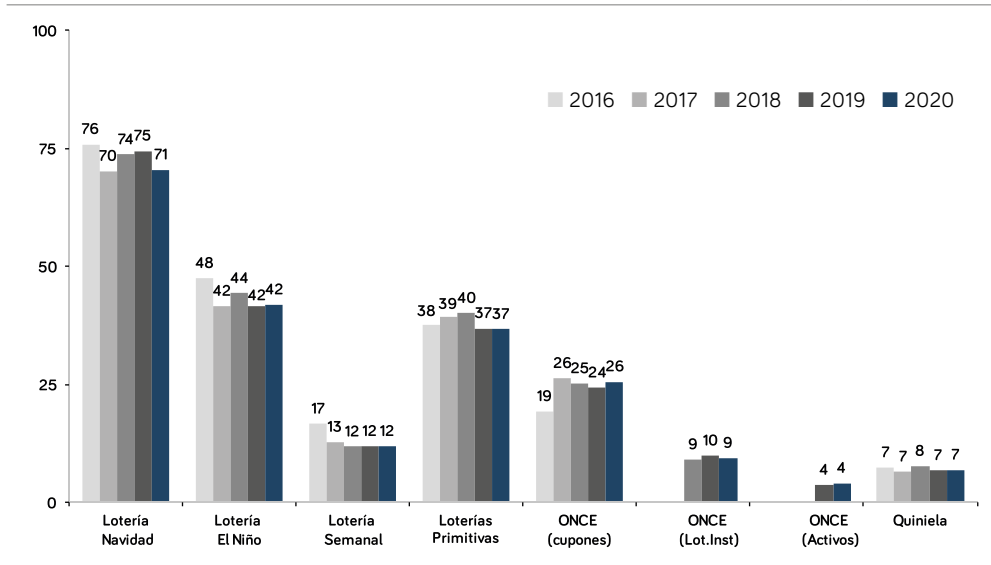
En 2020 se registró un sensible incremento de quienes declaran no haber jugado durante el año. Ha pasado de una media del 14/15% en los tres años anteriores al 19,1%. Este incremento se ha afectado sobre todo al juego de entretenimiento, seguramente está vinculado al largo episodio de la covid 19.

Bajo el **14/15%** que establemente **declara no jugar** se encuentran dos colectivos. Uno con una **barrera emocional** respecto al juego, muy renuente a su práctica, que ha desarrollado una **aversión** que se extiende a su estereotipo sobre quienes juegan, “al jugador”, al que atribuyen rasgos negativos. **Otro**, simplemente, es **indiferente al juego**. Entre estos últimos, una parte cede a la presión social que desencadena el sorteo de Navidad. Sus características son muy estables, pero también vagas en términos de las variables sociológicas generales: más mujeres que hombres, más bien menores de 35 años o mayores de 55, de todos los estatus sociales. Quienes se declaran no jugadores suelen serlo de casi toda la vida, lo que refuerza la idea de que la indiferencia o la aversión al juego son innatas y no reversibles. La aversión o la indiferencia al juego es, esencialmente, una opción personal, condicionada por ciertas visiones religiosas o ideológicas.

Durante 2020 y 2021 se ha producido una **contención del consumo por la incertidumbre económica y por la reducción de ingresos de una parte de la población** por pérdida de empleo, ERTes, etc.¹, **que alcanzó al juego**, naturalmente. Es conocido que **el juego es uno de los gastos que más se contrae cuando la opinión pública vislumbra una crisis económica**. En los juegos de loterías de SELAE y la ONCE se ha mantenido el número de compradores, pero ha bajado entre un 20% y un 30% el gasto. En el caso de la Lotería de Navidad descendió el número de compradores, precisamente entre los que sólo compran Lotería de Navidad durante el año (gráfico 3 A). En el juego de entretenimiento el impacto es más claro: en los casinos, bingos y salones se registran descensos porque los clientes dejaron de ir a las salas o de hacerlo con regularidad a partir de la declaración del estado de alarma en marzo de 2020 y las consiguientes restricciones de movilidad y aforo (gráfico 3B).

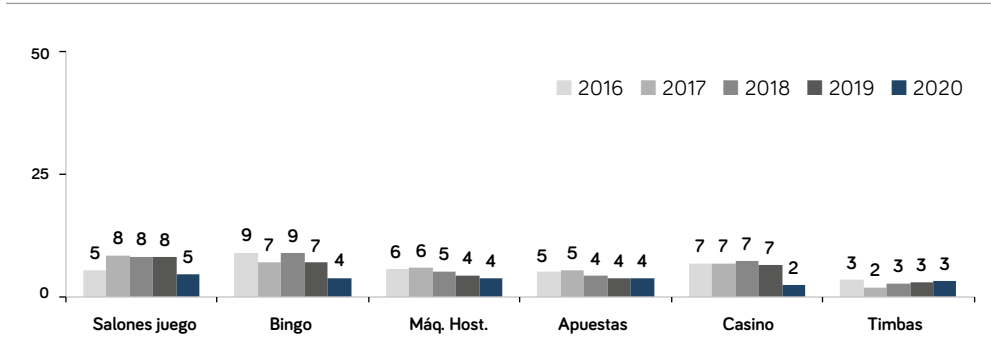
“ En las loterías y SELAE y cupones de la ONCE se mantienen los compradores, pero han bajado las cantidades que juegan ”

GRÁFICO 3A **JUEGO PRESENCIAL. LOTERIAS**
RECUERDAN HABER JUGADO EN EL ÚLTIMO AÑO (%)



1/ El estudio “Consumo y compra dentro y fuera del hogar después de la covid 19” muestra que el 94% de los consumidores declara gastar menos, por distintas razones: no necesitan comprar tanto (37%), prefieren ahorrar, aunque no haya empeorado su economía (34%) y porque tienen que ajustar su presupuesto ante una reducción de ingresos (29%). Aecoc Shopperview (<https://www.aecoc.es/estudio/nuevos-habitos-del-shopper-post-covid-19-en-tu-categoria/>)

GRÁFICO 3B **JUEGO PRESENCIAL. JUEGO DE ENTRETENIMIENTO**
RECUERDAN HABER JUGADO EN EL ÚLTIMO AÑO (%)



1.2. TIPOLOGÍAS DE LOS CLIENTES DE JUEGO

En el cuestionario se incluye regularmente una **pregunta** sobre la **frecuencia con la que los entrevistados recuerdan jugar, no se refiere a ningún juego en concreto, sólo la impresión subjetiva**: “*Pensando en general, ¿con qué frecuencia suele usted jugar a cualquier tipo de juego de azar con premio, es decir, a cualquiera de los juegos que hemos ido mencionando?*”. El gráfico 4 y la tabla 2 muestran la evolución subjetiva de la idea que se hacen los entrevistados sobre la frecuencia con la que juegan. Hasta 2019 llamaba la atención la **regularidad de las tendencias**, básicamente el descenso de quienes juegan con más regularidad: de jugar todos los días a alguna vez a la semana y de frecuencias inferiores a una vez a la semana a frecuencias más dispersas (infrecuentes).

2020 fue un año atípico, es obvio, y se ha producido el hecho sorprendente de que crecen las respuestas de quienes declaran jugar con más frecuencia (a diario o varias veces a la semana) lo que evidentemente contradice la realidad. Han crecido también los que declaran que no juegan nunca. La impresión es que lo excepcional de 2020 y 2021 ha sesgado el recuerdo de los entrevistados. Todos los datos del estudio apuntan, precisamente, al descenso del juego presencial sin compensación por el juego *online*. Por lo tanto, nos encontramos ante una deformación del recuerdo. **El juego pesa mucho en los hábitos de los españoles -que juegan-** y algunos exageran la frecuencia con la que lo hacen, sobre todo en las loterías que son los juegos con regularidad diaria o semanal, tal vez este dato sea un reflejo de la añoranza por jugar.

Como en ediciones anteriores, **a partir de esta apreciación subjetiva de la frecuencia con que juegan los entrevistados, se han definido cuatro tipologías**, procedimiento elemental pero que, como se ha comprobado a lo largo de los años,

correlaciona con los comportamientos declarados sobre práctica de juego. Los perfiles que aparecen evolucionan de forma coherente:

- Los **“cotidianos”**, que declaran jugar todos los días o varias veces a la semana, entre ellos son mayoritarios los hombres de todas las edades, aunque con menor presencia de jóvenes.
- Los **“semanales”** responden a un perfil similar al anterior, aunque con más presencia de mujeres y de mayores de 45 años.
- En los **“esporádicos”**, que afirman jugar una vez al mes o con menos frecuencia, la composición por sexos se equilibra, sobre todo en los que declaran menor frecuencia de juego, pertenecen a todos los estatus sociales y generaciones.
- En los **“infrecuentes”**, que declaran jugar sólo alguna vez al año o en reuniones familiares, la presencia de mujeres es mayoritaria y hay más presencia de personas de estatus sociales alto o medio alto. En este conjunto están los que juegan en el ámbito familiar con una fuerte presencia de jóvenes.
- Los que **declaran no jugar** son en gran parte jóvenes (lo que desmiente ciertas ideas que circulan en los medios) de todos los estatus sociales. Se mantiene una característica esencial de este grupo: **en su inmensa mayoría declaran no haber jugado nunca** (74,7%).

GRÁFICO 4 RECUERDO DE LA FRECUENCIA DE HABER JUGADO EL AÑO PASADO (%)

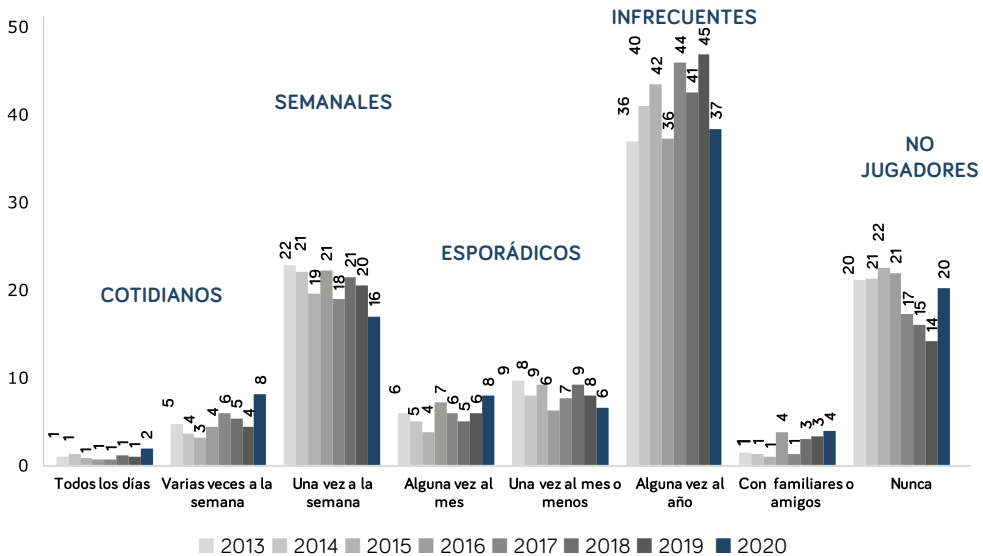


TABLA 2 PERCEPCIÓN DEL ENTREVISTADO SOBRE LA FRECUENCIA CON QUE JUEGA CUALQUIER JUEGO (%)

	Cotidianos		Semanales	Esporádicos		Infrecuentes		No jugadores declarados	(n)
	Todos los días	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	Alguna vez al mes	Una vez al mes o menos	Alguna vez al año	Con familiares o amigos	Nunca	
Total (2010)	2,0	4,7	28,1	5,6	8,5	35,5		15,6	(1.000)
Total (2011)	1,4	3,5	28,6	4,8	11,6	30,8		19,3	(1.000)
Total (2012)	1,1	2,1	27,2	5,2	11,0	37,1	1,5	14,8	(1.000)
Total (2013)	1,0	2,7	24,8	6,0	11,5	34,8	1,3	18,7	(1.000)
Total (2014)	0,9	4,5	22,1	5,7	9,3	35,7	1,4	20,4	(1.012)
Total (2015)	1,3	3,5	21,3	4,9	7,6	39,6	1,3	20,6	(1.002)
Total (2016)	0,8	3,1	18,9	3,6	8,9	42,0	0,9	21,8	(1012)
Total (2017)	0,7	4,3	21,4	6,9	6,0	35,9	3,7	21,1	(1002)
Total (2018)	0,6	5,8	18,3	5,7	7,3	44,3	1,3	16,6	(801)
Total (2019)	1,1	5,2	20,7	4,9	8,8	41,0	2,9	15,4	(1.002)
Total (2020)	0,9	4,2	19,8	5,7	7,6	45,2	3,2	13,6	(1.007)
Total (2021)	1,8	7,8	16,4	7,6	6,3	37,0	3,8	19,5	(1.003)
Hombres	2,6	10,3	20,4	7,7	6,4	31,0	4,2	17,4	(495)
Mujeres	1,0	5,3	12,4	7,4	6,2	42,8	3,4	21,5	(505)
De 18 a 24	0,0	3,9	7,6	3,0	5,3	19,6	14,2	46,4	(94)
De 25 a 34	0,8	6,6	8,9	11,8	8,9	30,2	6,9	25,9	(155)
De 35 a 44	0,8	8,7	15,1	8,2	6,0	43,7	2,8	14,7	(211)
De 45 a 54	2,0	8,7	20,8	6,1	6,4	43,7	1,9	10,4	(217)
De 55 a 64	1,9	9,2	23,5	7,5	6,3	34,6	1,3	15,7	(179)
De 65 a 75	4,8	7,1	16,4	7,4	4,3	38,4	1,1	20,5	(144)
Estatus Alto	2,8	5,5	11,5	8,4	5,7	37,3	3,8	25,0	(97)
Estatus Medio alto	0,2	6,3	15,8	5,8	8,0	40,8	5,6	17,5	(336)
Estatus Medio medio	2,5	10,8	18,0	10,0	5,2	36,0	1,5	16,0	(258)
Estatus Medio bajo	2,2	7,9	17,8	6,6	4,1	35,1	3,5	22,8	(278)
Estatus Bajo	4,6	5,1	10,9	11,9	17,3	19,8	5,1	25,3	(37)
Españoles	1,8	8,4	16,6	7,5	6,1	37,6	3,7	18,9	(936)
Residentes no españoles	2,2	1,2	16,7	7,6	8,3	30,4	4,5	29,1	(64)

¿Cuándo dejó de jugar?

(Declaran no jugar nunca ni haber jugado ningún juego durante 2019)

Hace menos de un año	1,7
Hace entre uno y dos años	12,9
Hace entre dos y cinco años	6,6
Hace más de cinco años	4,7
Nunca ha jugado	0,0
NS/NC	74,7
(n)	(193)



2 SOCIOLOGÍA DE LOS JUEGOS PRESENCIALES

2.1. METODOLOGÍA

En España hay una amplia oferta de juegos, tanto de ilusión (loterías) como de entretenimiento. Este capítulo describe los clientes de cada uno o de cada familia de juegos. Para cada uno se pregunta a cada entrevistado si lo ha jugado durante el año y con qué frecuencia. Se observó en años anteriores que algunos olvidan haber jugado a algunos juegos, por lo que se incluyen varias preguntas de repesca para recordar las circunstancias en las que pudieron haberlo jugado: si hay locales en su barrio o zona de trabajo, si a su alrededor jugaban otras personas o fue a un local con amigos o conocidos. Con este procedimiento se pudo recoger a entrevistados olvidadizos o renuentes a una respuesta directa al principio.

2.2. LAS LOTERÍAS: JUEGOS DE SUERTE O ILUSIÓN

Quien juega a las loterías lo hace pasivamente, ya sea comprando un billete o rellenando una matriz de números, un sorteo decidirá su suerte, sin intervención alguna de habilidad o destreza. Su encanto estriba, precisamente, en **dejarse mecer por la Fortuna**.

Las loterías (nacional y primitivas) y los **cupones de la ONCE** están asociados a conseguir dinero y la oportunidad de **ganar mucho dinero**, son juegos de “**ilusión por el premio**” en los que el **móvil** exclusivo es, sencillamente, la posibilidad de **obtener un premio**, acariciar durante un tiempo la idea de que toque la Fortuna, en estos juegos “el destino es el único artífice de la victoria” (Caillois, 1986: 48). Esta ilusión se sobrepone a la convicción de que las probabilidades de perder son inmensas e infinitesimales las de ganar, pero la expectativa de un premio parece racionalizar esta apuesta (Garvía, 2008: 1-13; sintetiza la perplejidad de la ciencia económica para encajar la compra de lotería entre los comportamientos racionales).

Por otro lado, **son juegos con una fácil accesibilidad** en España: SELAE y la ONCE tienen amplias redes de distribución y, en el caso de la ONCE, se puede encontrar su oferta en oficina de Correos, cadenas de grandes almacenes, etc. Ambos, además, tienen gran visibilidad en sus “**programas**” de **televisión informando** de los números y combinaciones **premiadas** y tiene el soporte de grandes **campañas de publicidad**.

2.2.1. Lotería Nacional

Se compone de **tres productos muy diferentes**, los dos grandes sorteos anuales de Navidad y El Niño y un centenar de sorteos menores los jueves y sábados. Regularmente, el de Navidad representa más del 50% de las ventas de loterías de SELAE, El Niño, en torno al 15% y los sorteos de jueves y sábados el 35% restante. Los perfiles y motivaciones de sus compradores son distintos, van desde quienes juegan casi involuntariamente al Gordo de Navidad a quienes lo hacen todas las semanas porque son aficionados a jugar a la lotería (tabla 3).

TABLA 3 PERFIL SOCIOLÓGICO DE LOS COMPRADORES DE LOTERÍA NACIONAL (SEGÚN TIPO DE SORTEO) (%)

	Navidad			El Niño			Semanales (jueves y sábados)		
	2017	2018	2019	Enero 2018	Enero 2019	Enero 2020	2017	2018	2019
Total	73,7	74,5	70,5	44,3	41,5	41,9	11,8	11,9	11,9
Hombres	72,5	70,6	70,6	43,8	38,9	43,5	13,3	12,8	13,3
Mujeres	74,9	78,3	70,4	44,7	44,0	40,3	10,3	11,0	10,5
De 18 a 24 años	29,6	29,1	22,5	18,5	15,9	12,1	5,6	2,4	2,9
De 25 a 34 años	67,7	65,3	57,5	36,2	28,1	37,4	17,8	3,7	12,0
De 35 a 44 años	80,8	81,1	80,1	49,6	42,0	44,2	11,6	12,8	12,7
De 45 a 54 años	79,7	86,2	82,5	43,9	52,7	46,5	11,2	13,4	10,9
De 55 a 64 años	82,2	83,2	80,3	57,2	52,4	47,2	12,2	18,7	14,1
De 65 a 75 años	78,5	75,8	71,3	46,4	41,6	49,3	10,0	15,1	15,0
Estatus alto	75,2	73,6	64,0	46,0	32,7	40,9	8,0	9,0	9,4
Estatus medio alto	76,0	75,1	72,0	47,8	40,4	44,3	9,7	10,3	11,1
Estatus medio medio	74,4	78,5	76,2	45,0	45,7	48,0	12,1	12,5	15,0
Estatus medio bajo	70,5	70,1	66,2	43,2	42,0	35,2	14,1	13,5	10,2
Estatus bajo	70,2	75,6	64,9	52,3	47,9	27,8	20,8	22,2	16,4
Españoles	75,2	75,2	72,4	45,6	42,0	42,6	11,6	11,8	12,1
Residentes no españoles	46,8	59,6	42,4	19,4	30,8	31,5	16,3	14,6	9,2
Tipología según frecuencia de juego recordada por el entrevistado (ver epígrafe 1.2.):									
Cotidianos	90,3	88,4	89,6	81,7	76,4	84,7	30,5	30,2	21,9
Semanales	92,6	93,3	89,8	64,2	68,8	66,1	27,6	31,9	30,0
Esporádicos	80,7	84,3	83,4	51,4	51,1	57,0	14,8	18,5	21,2
Infrecuentes	85,0	83,0	85,0	42,2	35,7	40,5	4,8	3,3	4,8
Se consideran no jugadores	8,7	8,0	20,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Retrasos en pagos:									
Retraso en el pago de la hipoteca	65,1	93,9	54,3	25,7	71,4	43,0	15,4	30,9	11,3
Retraso en el pago de compras	67,0	81,2	47,3	20,4	63,4	41,2	29,5	39,2	10,2
Retraso en el pago de suministros hogar	56,5	72,8	48,8	29,7	57,2	41,0	18,4	11,9	15,8
Frecuencia de compra (Base: han comprado billetes o participaciones de cada lotería durante el año pasado) (Los porcentajes suman en vertical)									
Todas las semanas				44,3	58,4	47,9			
Cada dos o tres semanas				3,8	13,1	13,4			
Cada mes				10,5	12,3	18,1			
Alguna vez al año				41,4	16,2	20,7			
Casi nunca				0,0	0,0	0,0			

(*) Algunas series de datos tienen oscilaciones anuales por la pequeña dimensión de las muestras, es inevitable en la técnica de encuesta cuando se desciende a segmentos muy reducidos.

2.2.1.1. Lotería de Navidad. Un acontecimiento nacional

Sus compradores superan regularmente el 70% de la población entre 18 y 75 años, en el sorteo de 2020 quedó en el filo: 70,5%, con descenso de un 4% respecto a 2019. Supone **24,7 millones de compradores**, con un **descenso de más de un millón entre ambos años**. Pese al descenso, no hay ningún otro país en que un sorteo de billetes concentre un porcentaje tan elevado de población o tal cantidad de participantes: “la lotería de mayor éxito, todavía en funcionamiento, continúa siendo desde hace más de trescientos años “El Gordo”, la lotería de Navidad de España” (Lafaille y Simonis, 2005: 51)

El perfil de sus compradores se mantiene a lo largo de los años, se puede decir que la **compran todos los residentes en España menos los “no que no juegan”**, e incluso parte de quienes declaran “no jugar” la acababan comprando. **Sus ventas gravitan sobre los mayores de 35 años, descendiendo por debajo de esta edad.**

El descenso de 2020 ha debilitado las compras en estos segmentos de edad, mientras que el porcentaje de compradores entre los mayores de 35 años se mantuvo en un nivel sólo algo por debajo de 2019, más del 80% de la población entre 35 y 65 años recuerda haber comprado lotería de Navidad, descendiendo al 71,3% entre los 65 y 75 años.

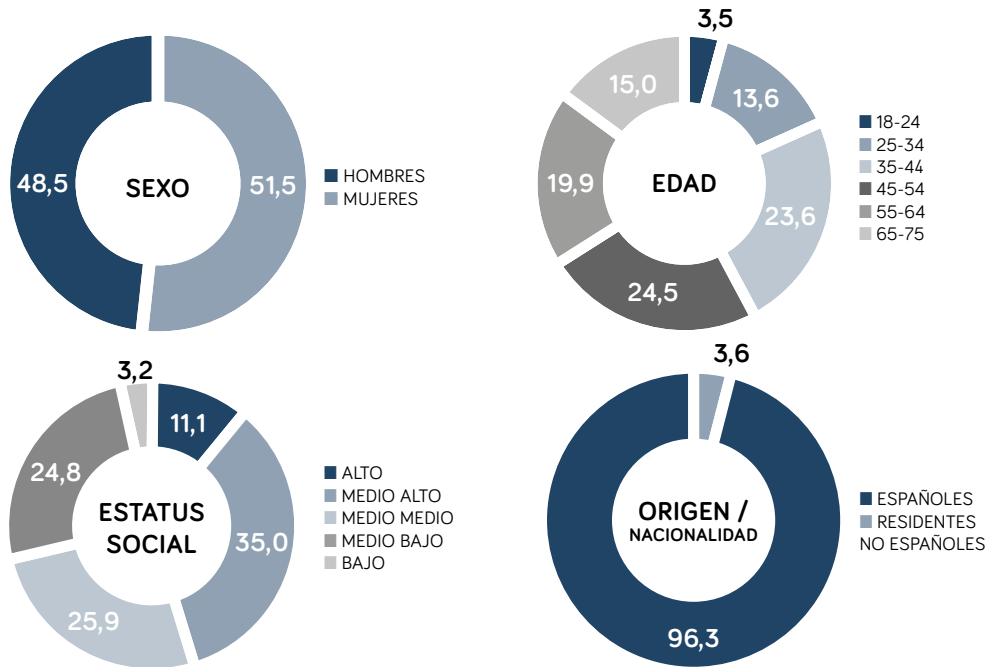
Sin embargo, sus **ventas experimentaron un sensible descenso** entre 2019 y 2020: de 2.906 a 2.583 Mill. €, respectivamente, es decir, del -11,1%, mayor que el de su número de compradores. Esto quiere decir que **buena parte de los compradores disminuyó la cantidad comprada.**

Se mantuvieron los perfiles de sus compradores. Sigue siendo un producto interclasista, aunque se detectan descensos entre quienes se pueden clasificar en el estatus social alto y en el bajo. Sigue siendo un juego de ilusión, sobre todo para sectores que necesitan un **golpe de suerte**: la mitad de quienes tienen problemas con el pago de hipotecas, créditos al consumo o de suministros del hogar la compraron, pero hay un descenso considerable respecto a años precedentes.

El gráfico 5 muestra la composición sociológica de los compradores de esta lotería.

“ En la lotería de Navidad se mezcla que es un acontecimiento nacional y la “envidia preventiva”: el riesgo de que les toque a amigos y conocidos y quedarse fuera, pero incluso con esos poderosos resortes, en 2020 descendió ”

GRÁFICO 5 **COMPRADORES DE LOTERÍA DE NAVIDAD**
(PERFIL SOCIOLÓGICO) (% MEDIA DE LOS TRES ÚLTIMOS AÑOS)



Como mostraron ediciones anteriores, los motivos de compra son estables. Alrededor de este sorteo se desencadena una **presión social difusa** casi irresistible, en la que se combinan la costumbre, la tradición, la idea de que con él **comienza la Navidad**, el **intercambio social**, las necesidades de **financiación de las asociaciones y clubes** que obtienen de la venta de participaciones una parte relevante de sus recursos y, por qué no decirlo, la **“envidia preventiva”**, la sensación de que les puede tocar a otros, especialmente a los conocidos, que seguramente sea el resorte más efectivo (Gómez Yáñez y Lalanda, 2019: 31-32). Sus canales de venta varían lentamente, incrementándose la venta por Internet y retrocediendo un poco las ventas en administraciones:

- El 90,1% compra décimos o participaciones en papel
- El 9,9% la compra por Internet, pero la mayor parte de este porcentaje también lleva participaciones o décimos (8,7%).
- Se mantiene una elevada proporción de compradores de participaciones de asociaciones, clubes deportivos, etc.: el 37,3% de quienes llevan participaciones en papel. Este dato indica que se mantuvo en 2020 el **esfuerzo** de estas

asociaciones para obtener ingresos que palién el descenso de las subvenciones oficiales. En ediciones anteriores se observó que alrededor del **15% de los compradores de lotería de Navidad también vendían o intercambiaban participaciones** emitidas por estas asociaciones (Gómez Yáñez y Lalanda, 2019: 32).

Los **motivos para comprar están arraigados**, como se mostró en anteriores ediciones. La **costumbre** es citada por alrededor del 90%, casi dos tercios señala la idea de **tentar la suerte** o por si toca y la **“envidia preventiva”**, es decir, la posibilidad de que toque a conocidos y no al entrevistado. Seguramente este último factor es un resorte más potente de lo que sugieren las cifras para comprar la lotería de Navidad. **Alrededor de este sorteo se desencadena una presión social** que se manifiesta de distintas formas. **Casi la mitad de los compradores** recuerda que compró porque se la ofrecieron en la empresa, pero reconoce que **hubiera preferido no comprar para no perder dinero** (claro, que esta respuesta siempre se da después del sorteo). Para la cuarta parte, compartir décimos de lotería es una forma de llevarse bien con amigos, compañeros de trabajo o vecinos, pero **prefiere no compartirla con quienes no se lleva bien**. Sólo la cuarta parte de **sus compradores afirma que les gusta jugar a la lotería**.

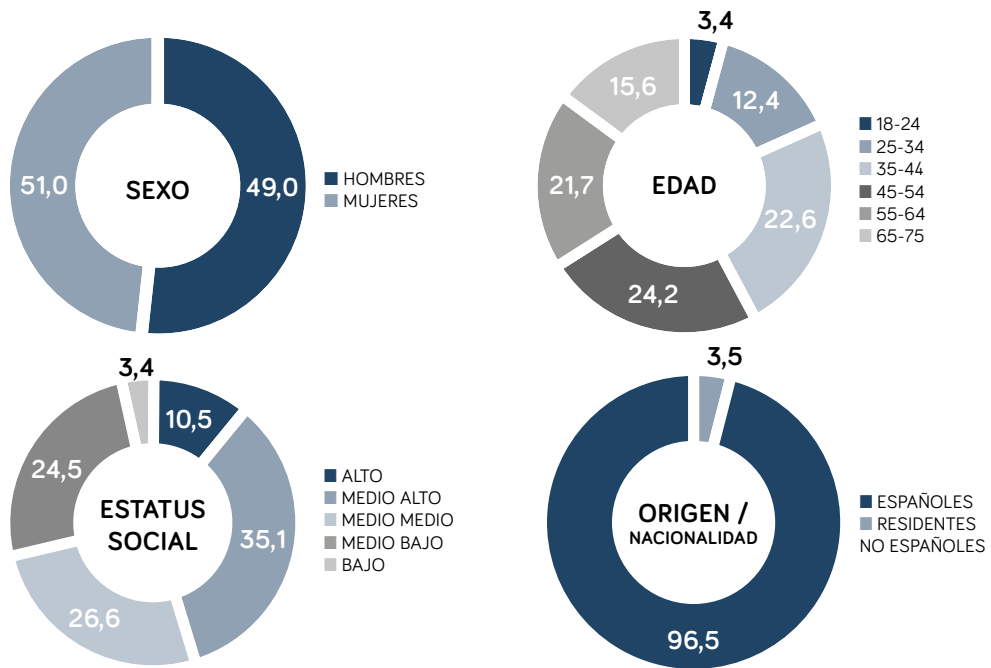
En suma, la Lotería de Navidad se ha incardinado de tal manera en la cultura nacional que su sorteo es visto por la mayor parte de los entrevistados como **el comienzo de la Navidad**. En este momento de completa secularización de las fiestas navideñas es posible que este sorteo sea el eslabón que sigue uniéndolas a la tradición junto a las reuniones familiares ritualizadas de esos días. En ediciones anteriores se mostró que este sorteo se puede considerar un **acontecimiento nacional** por el encadenamiento de intercambios y la cantidad de personas implicadas (Gómez Yáñez y Lalanda, 2019: 31-37).

2.2.1.2. El Niño. Un acontecimiento nacional “menor”.

Un 41,9% de los entrevistados recordaba en mayo de 2021 haber jugado al sorteo de El Niño del 5 de enero, un porcentaje similar al de 2020 (41,5%) y años anteriores. Compran lotería de El Niño entre **14,5 y 16 millones de personas al año**. En 2019 quedó en el límite inferior de esa banda. Buena parte de ellos suelen ser quienes obtuvieron reintegros o pequeños premios en Navidad. Los slogans utilizados por SELAE en sus campañas de promoción: “Ahora, a por El Niño” o “Si algo merece la pena, insiste”, convierten estos impulsos en mensajes claros. En 2020 el eje de comunicación varió a “el reencuentro”. **El Niño cierra el ciclo navideño**, viene a ser el cierre de las fiestas, lo que lo esmalta de valor simbólico. Sus compradores se parecen mucho a los de Navidad, pero reducidos al 60% de aquellos. Juegan hombres y mujeres en la misma proporción, tiene el mismo déficit de atracción de los menores de 35 y, sobre todo, de 25 años, muy acentuado en la última edición.

En 2021 se produjo un descenso de los compradores de estatus social medio bajo y bajo, plausiblemente, por los estragos económicos de la covid 19 (gráfico 6).

GRÁFICO 6 **COMPRADORES DE LOTERÍA DE EL NIÑO**
(PERFIL SOCIOLÓGICO) (% MEDIA DE LOS TRES ÚLTIMOS AÑOS)



Las ventas de El Niño se mantuvieron entre 2020 y 2021, con 731 y 733 Mill. € respectivamente, un ligerísimo incremento que se corresponde con el leve aumento del porcentaje de compradores sobre el total de la población.

El Niño mantiene su característica de circunscribirse a los jugadores cotidianos y semanales, con una débil presencia de esporádicos e infrecuentes y apenas de “no jugadores” (tabla 3 antes citada). Se puede decir que **es el gran sorteo de los aficionados a la Lotería**, así como de los **agraciados con premios menores y reintegros en Navidad**. Como en la Lotería de Navidad, al Niño juega un porcentaje **muy elevado de quienes tienen problemas o retrasos en el pago de hipotecas, alquileres,**

“ **El Niño es un acontecimiento social menor. Representa el fin de las fiestas, iniciadas el 22 de diciembre** ”

créditos al consumo o suministros del hogar, la lógica es la misma: por una mínima cantidad puede haber un premio que resuelva mágicamente sus problemas o los alivie. Seguramente en esta característica compartida con el **Gordo de Navidad, las primitivas y los cupones de la ONCE se condensa la idea de juegos de ilusión.**

El impacto social de estos grandes sorteos sólo se puede comparar a unas elecciones generales o municipales o un gran acontecimiento deportivo. Más allá de su volumen y continuidad, ambos son acontecimientos nacionales en términos cualitativos: el tipo de evento que exige “no que nos adhiramos a ellos, sino que nos definamos ante ellos” ya que la indiferencia implica la incomprensión u hostilidad, participar en ellos o rechazarlos supone compartir o rechazar un paquete de ideas o creencias que dan sentido a un colectivo. Estos dos sorteos, especialmente el de Navidad, están tan implicados en la conciencia colectiva del país que parecen formar parte de su “ser social”, que se manifiesta en la absorción social de expresiones propias del acontecimiento por el hablar cotidiano (“tocar el gordo”, “pedrea”, “tocar la lotería”, ...) (Tierno, 1998).

“ El Niño es el gran sorteo de los aficionados a la lotería ”

2.2.1.3. Los sorteos semanales de la Lotería Nacional

Son un producto de “**nicho**”, **orientado al segmento de población aficionado a la lotería que juega con regularidad.** Compran para estos sorteos alrededor del 30% de quienes se consideran a sí mismos jugadores regulares (cotidianos o semanales), pero muy poco quienes juegan con menor frecuencia.

Aunque las ventas de los sorteos semanales descendieron sensiblemente durante 2020: un 27,3%, pasando de 1.753 Mill € a 1.274 Mill. €, respectivamente, entre 2019 y 2020, el porcentaje de población que recordaba haber jugado alguna vez durante el año anterior se mantuvo estable: un 11,9% en ambos años, es decir, 4,1 millones de compradores.

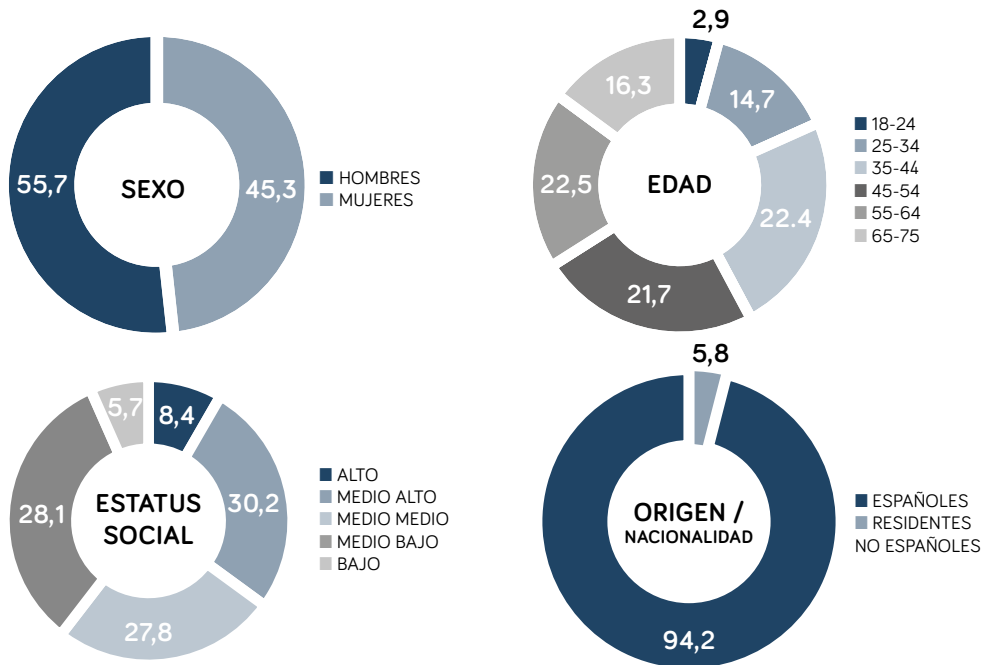
“ Los sorteos semanales de SELAE son un producto nicho para los aficionados a la lotería. En 2021 sus clientes gastaron un 27% menos ”

Su perfil es muy estable: igualado entre hombres y mujeres, aunque juegan algo más los hombres; por encima de 25 años y de todos los estatus sociales. Hay un leve cambio en los últimos años con un incremento de las compras entre quienes se pueden clasificar en los estatus medios o bajos, seguramente es una emanación de la mejora de la situación económica global en los últimos años, aunque en 2020 esta

tendencia se rompió, como en el caso de El Niño, esto seguramente sea reflejo del impacto económico de la covid 19.

Por la naturaleza del juego, los compradores de estas loterías tienen **una elevada tasa de reincidencia**: la mitad las compra todas las semanas. Los residentes no españoles muestran elevadas tasas de compra.

GRÁFICO 7 **COMPRADORES DE SORTEOS SEMANALES DE LOTERÍA NACIONAL**
(PERFIL SOCIOLÓGICO) (% MEDIA DE LOS TRES ÚLTIMOS AÑOS)



Lo que mueve a jugar a las loterías es tentar a suerte en contra de toda evidencia racional. El placer del juego se deriva de jugar simplemente, **la ilusión es obtener un premio sólo por decisión de la Fortuna**. Esto es mucho más claro en los sorteos semanales, mientras que en Navidad la motivación de fondo es algo así como la alegría compartida del comienzo de las Fiestas y la inquietud suscitada por la “envidia preventiva” y, en El Niño, la reinversión de los reintegros para volver a probar suerte, en los sorteos semanales lo que queda es la ilusión pura de jugar a la lotería.

2.2.2. La Grossa de Cataluña

De la gama de juegos de la EAJA catalana, sólo se indaga en el cuestionario por su lotería de billetes, La Grossa, con tres sorteos anuales.

El porcentaje de población residente en Cataluña que recuerda haberla comprado durante 2020 ascendió, en mayo de 2021, al 39,1%, lo que equivale a **2,0 millones de personas entre 18 y 75 años. Desde 2017 el porcentaje de residentes en Cataluña que compra esta lotería se estabilizó alrededor del 40%, pero en 2021 descendió al 33,4%.**

Varios datos son muy característicos del perfil de estos compradores (grafico 8 y tabla 4):

Sistemáticamente hay una **elevada participación de personas que declaran jugar de manera infrecuente o esporádica**, lo que sugiere que operan **elementos ajenos a la afición a la lotería como resorte para adquirir participaciones.**

“ En la compra de La Grossa intervienen factores ajenos a la afición a la lotería ”

GRÁFICO 8 **COMPRADORES DE LA GROSSA**
(PERFIL SOCIOLÓGICO) (% MEDIA DE LOS TRES ÚLTIMOS AÑOS)

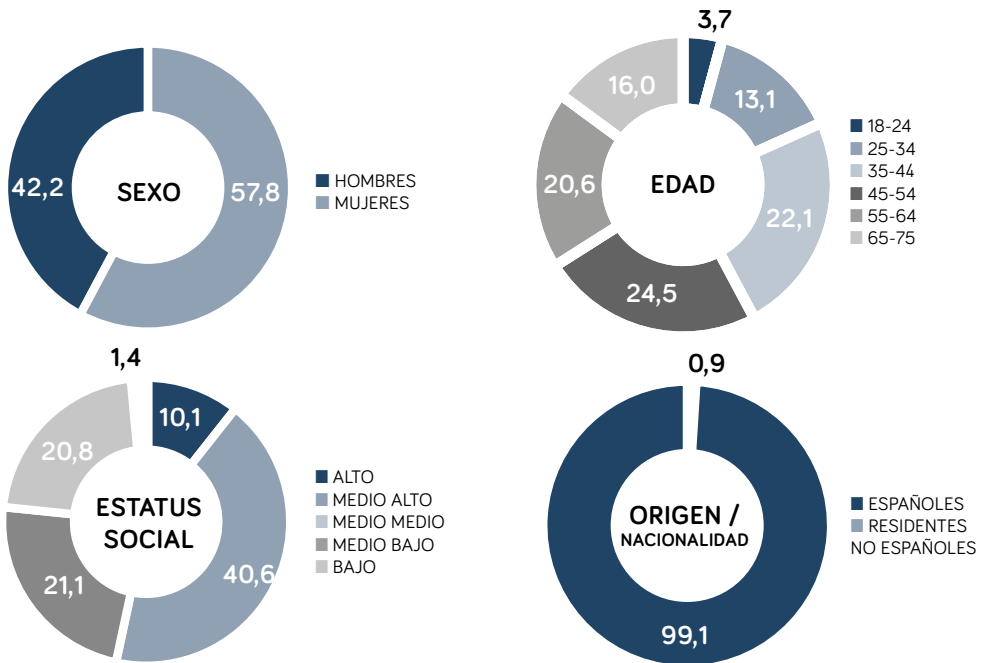


TABLA 4 **PERFIL SOCIOLÓGICO DE LOS COMPRADORES DE LA GROSSA**
(% RESIDENTES EN CATALUÑA)

	Recuerda haber jugado durante el año				
	2016	2017	2018	2019	2020
Total	27,2	41,5	36,8	39,1	33,4
Hombres	23,4	32,2	33,9	36,5	25,3
Mujeres	30,9	50,0	39,5	41,8	43,8
De 18 a 24 años	0,0	27,3	14,9	25,0	23,5
De 25 a 34 años	14,3	26,9	49,9	29,2	41,2
De 35 a 44 años	24,2	43,5	43,3	47,6	25,0
De 45 a 54 años	40,9	51,6	29,4	44,2	54,8
De 55 a 64 años	42,4	47,6	37,4	40,9	17,9
De 65 a 75 años	27,6	47,1	37,5	33,3	35,9
Estatus alto	35,7	16,7	49,4	36,8	31,3
Estatus medio alto	38,1	47,6	43,3	49,1	41,2
Estatus medio medio	23,5	51,4	40,4	40,0	37,0
Estatus medio bajo	26,3	43,3	13,0	25,0	20,0
Estatus bajo	11,1	9,1	17,0	0,0	33,3
Barcelona Area Metropolitana	24,7	37,8	33,0	36,1	30,8
Resto de Cataluña	30,4	47,9	44,5	43,5	35,1
Tipología según frecuencia de juego recordada por el entrevistado (ver epígrafe 1.2.):					
Cotidianos	25,0	60,0	31,5	80,0	50,0
Semanales	29,0	52,4	41,0	25,0	32,3
Esporádicos	26,7	59,1	33,3	50,0	53,3
Infrecuentes	34,6	45,2	50,4	47,3	47,1
Se consideran “no jugadores” (*)	3,8	0,0	0,0	0,0	0,0

(*) Algunas series de datos tienen oscilaciones por la pequeña dimensión de las muestras, es inevitable en la técnica de encuesta cuando se desciende a segmentos muy reducidos.

- La participación de residentes no españoles es baja.
- El porcentaje de compradores de La Grossa es más elevado **fuera del Área Metropolitana de Barcelona**.
- La Grossa se compra fundamentalmente porque **a sus clientes les parece bien que Cataluña disponga de una lotería propia** (Gómez Yáñez y Lalanda, 2019: 39). Esta tónica se mantuvo en 2020: el 47,1% de quienes la compraron declaró que lo hicieron por esta razón.

2.2.3. Loterías primitivas

Se han agrupado en una pregunta para evitar reiteraciones sobre juegos similares.

Entre 2015 y 2018 hubo un incremento del porcentaje de población que prueba suerte con las primitivas. Desde el 32,6% en 2015 hasta el 40,1% durante 2018. Pero, en 2019 esa tendencia se ha invertido ligeramente: recuerda haber jugado a estas loterías el 36,9%, es decir, **13,9 millones de personas.** En 2020 el recuerdo de haberlas comprado se ha sostenido: 36,6%, es decir, 13,8 millones de personas. Pese a este mínimo descenso, conviene dar una idea de su dimensión por comparación: esta cantidad es similar a la audiencia de un partido Real Madrid-C.F. Barcelona emitido en abierto (tabla 5).

Su estabilidad aparente se apoya en la inercia del recuerdo: las ventas de las loterías primitivas descendieron desde 3.600 Mill. € a 2.948, es decir, -26,5%. Este tipo de juego genera hábito o, al menos, regularidad, lo que hace posible que el recuerdo de haber jugado alguna primitiva se haya deslizado en algunos entrevistados. No obstante, también es probable que se haya reducido la cantidad media jugada.

Los rasgos sociológicos de los compradores de estas loterías se mantienen. Las juegan algo más del 40% de los hombres y del 30% de las mujeres. O sea, es un juego mayoritariamente masculino, en proporción 55,6%/44,4%.

Sus clientes son de **edades intermedias y altas**, de todos los estatus sociales, pero preferentemente en las clases medias y con una fuerte presencia de quienes juegan con frecuencia, algo inherente a la regularidad de estos juegos (gráfico 9).

Como en los demás juegos de elevados premios y baja inversión, juegan a ellas por encima de la media los residentes en hogares con problemas económicos por la expectativa de resolverlos con un golpe de suerte: un posible premio enorme a un precio casi insignificante. Pero, en 2020 se produjo un repliegue en este indicador, lo que sugiere que los problemas económicos han obligado a reducir gastos incluso en “ilusión”, como se describió en El Niño. Las primitivas **generan una afición estable**, casi el 60% de sus clientes juegan todas las semanas.

“ Un elevado porcentaje de quienes viven en hogares con problemas económicos juega a las primitivas. Es la confianza en un golpe de suerte ”

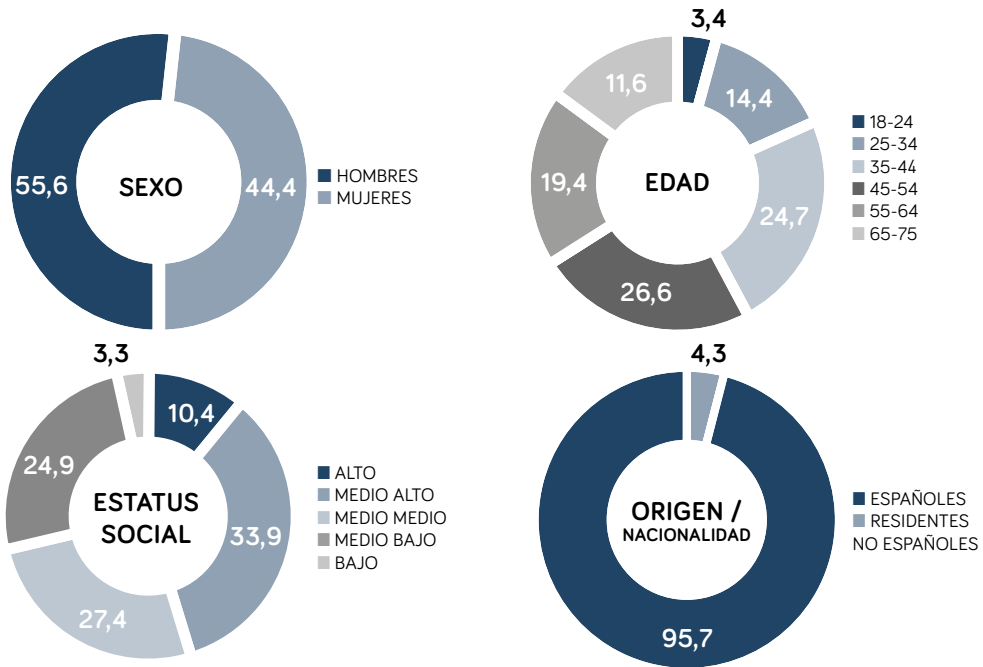
“ Las primitivas son recurrentes: el 71.8% juega con frecuencia superior a una vez cada dos semanas ”

TABLA 5 PERFIL SOCIOLÓGICO DE LOS COMPRADORES DE LOTERÍAS PRIMITIVAS (%)

	Recuerda haber jugado durante el año				
	2016	2017	2018	2019	2020
Total	37,6	39,6	40,1	36,9	36,6
Hombres	41,1	45,6	42,7	42,4	42,3
Mujeres	34,2	33,7	37,5	31,4	31,1
De 18 a 24 años	12,3	11,8	19,2	13,9	7,7
De 25 a 34 años	33,8	41,8	43,5	31,2	30,1
De 35 a 44 años	42,9	42,5	46,9	40,6	44,1
De 45 a 54 años	41,4	51,4	46,7	45,5	47,5
De 55 a 64 años	40,3	41,0	42,6	44,3	37,6
De 65 a 75 años	39,3	30,6	25,8	30,2	34,0
Estatus alto	36,5	37,9	37,1	34,8	31,6
Estatus medio alto	46,0	42,3	40,5	35,7	36,3
Estatus medio medio	39,8	37,7	45,0	38,6	42,4
Estatus medio bajo	35,5	39,1	36,1	38,3	33,5
Estatus bajo	33,3	38,6	44,2	31,0	35,2
Españoles	37,4	40,6	40,2	36,6	37,8
Residentes no españoles	40,6	31,0	32,9	41,0	19,9
Tipología según frecuencia de juego recordada por el entrevistado (ver epígrafe 1.2.):					
Cotidianos	70,1	76,6	93,0	85,1	78,7
Semanales	73,0	84,3	81,3	76,9	80,2
Esporádicos	75,9	70,9	71,5	68,0	63,9
Infrecuentes	19,6	21,2	16,9	17,3	16,5
Declaran no jugar	4,4	0,0	0,0	0,0	0,0
Entrevistados que viven en hogares que tienen retrasos en ...					
Retraso en el pago de la hipoteca	38,1	61,1	43,1	37,8	19,3
Retraso en el pago de compras	37,7	61,1	59,3	43,6	37,8
Retraso en el pago de suministros hogar	47,0	47,2	36,8	32,0	23,5
Frecuencia de compra (Base: jugaron a loterías primitivas). (Los porcentajes suman en vertical)					
Todas las semanas	47,6	47,6	55,2	50,5	56,1
Cada dos o tres semanas	9,5	14,1	10,8	14,9	15,7
Una vez al mes	20,4	12,8	13,6	14,8	12,1
Alguna vez al año	19,7	25,5	19,3	19,8	15,8
Casi nunca	2,8	0,0	1,1	0,0	0,2

(*) Algunas series de datos tienen oscilaciones por la pequeña dimensión de las muestras, es inevitable en la técnica de encuesta cuando se desciende a segmentos muy reducidos.

GRÁFICO 9 **COMPRADORES DE LOTERÍAS PRIMITIVAS**
(PERFIL SOCIOLÓGICO) (% MEDIA DE LOS TRES ÚLTIMOS AÑOS)



2.2.4. Los juegos de la ONCE

La ONCE se ha convertido en un **operador multiproducto** como vía para salir del declive de sus tradicionales cupones. Lo ha hecho con un **considerable éxito**, tanto en incremento de las ventas como, sobre todo, por su **acceso a nuevos mercados, rejuveneciendo** su base de clientes. Ha pasado en pocos años de operador de loterías pasivas a una amplia gama de juegos de loterías activas (de números) e instantáneas preimpresas, estas son ahora sus productos de mayor crecimiento, con considerable incidencia entre los jóvenes. Su reconversión se completó con la ampliación de su red comercial a oficinas de Correos y cadenas de supermercados, además de un fuerte apoyo publicitario del orden de 50 Mill. € anuales, lo que convierte a **la ONCE en uno de los grandes anunciantes regularmente**, como también lo es SELAE.

“ La ONCE se ha convertido en un operador multiproducto con cupones, “rascas” y juegos activos ”

2.2.4.1. Los cupones de la ONCE

Una de las fortalezas de la ONCE es la **lealtad de sus clientes a sus cupones**. Esta lealtad fue desgastándose, el porcentaje de sus compradores descendió desde el 23,7% al 19,3% entre 2013 y 2016, lo que tuvo reflejo directo sobre sus ventas. A partir de 2017 elevó el porcentaje de sus compradores a casi la cuarta de la población entre 18 y 75 años. En 2021 el recuerdo de haber comprado alguna de las variedades de sus cupones ascendió al 25,6%. Este incremento del recuerdo de compra de sus cupones no se tradujo en ventas, pero refleja hasta qué punto los clientes de estos productos son leales y mantienen los resortes de compra. En suma se han invertido las señales de debilidad que transmitía el cupón. En 2020 se estima que recordaban haber comprado sus cupones **8,9 millones** de personas.

Los cupones de la ONCE son un “nicho” comercial. Su base de clientes está formada por hombres y mujeres casi en igual proporción, con elevada presencia entre los mayores de 45 años, de todos los estatus sociales, que juegan con cierta regularidad, casi la cuarta parte compra cupones todas las semanas. Además, **tiene unas compras superiores a la media entre quienes viven en hogares con problemas económicos, típico de los juegos lotéricos con grandes premios** (tabla 6).

Entre los compradores de a ONCE hay un elevado peso de mayores de 45 años y de estatus sociales medio y medio bajo (gráfico 10).

GRÁFICO 10 **COMPRADORES DE CUPONES DE LA ONCE**
(PERFIL SOCIOLÓGICO) (% MEDIA DE LOS TRES ÚLTIMOS AÑOS)

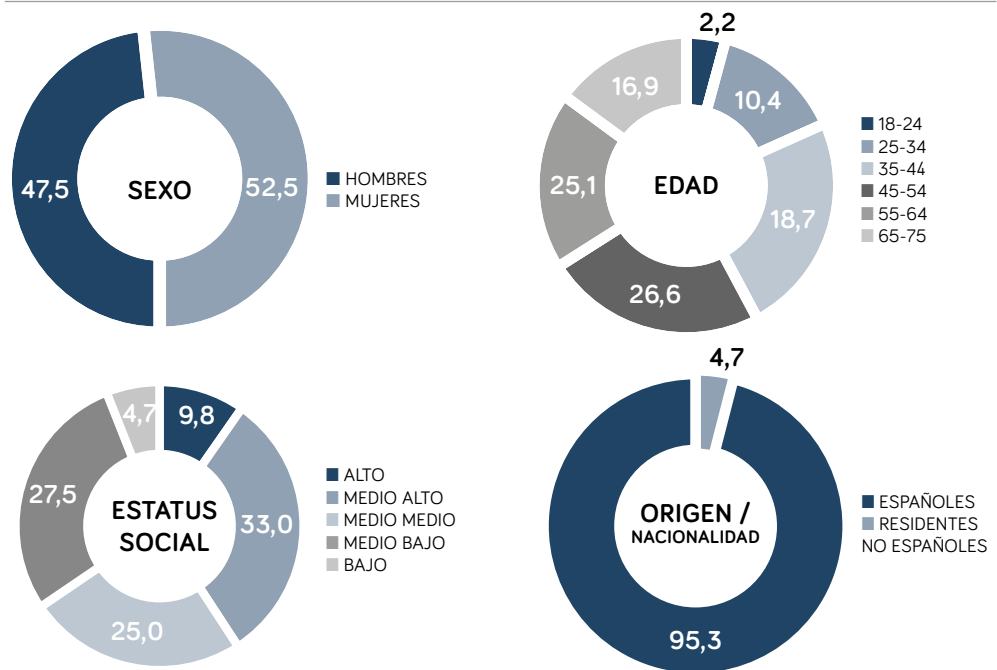


TABLA 6 PERFIL SOCIOLÓGICO DE LOS COMPRADORES DE CUPONES DE LA ONCE (%)

	Recuerda haber jugado durante el año				
	2016	2017	2018	2019	2020
Total	19,3	25,1	25,2	24,3	25,6
Hombres	20,0	25,1	23,6	23,5	24,8
Mujeres	18,6	25,1	26,7	25,2	26,3
De 18 a 24 años	6,0	10,5	7,2	3,7	6,5
De 25 a 34 años	11,1	27,0	23,2	9,3	18,0
De 35 a 44 años	14,3	24,4	24,3	24,9	16,8
De 45 a 54 años	27,3	26,6	26,8	33,1	32,9
De 55 a 64 años	24,3	25,9	34,5	34,8	37,5
De 65 a 75 años	27,5	30,6	26,7	27,3	33,3
Estatus alto	19,3	24,2	21,0	23,6	21,0
Estatus medio alto	18,8	20,6	27,0	23,0	23,2
Estatus medio medio	19,7	27,8	19,5	25,5	31,3
Estatus medio bajo	18,0	26,5	29,5	25,2	24,7
Estatus bajo	19,8	31,8	48,4	26,3	26,0
Españoles	20,0	25,7	25,3	24,6	25,8
Residentes no españoles	18,7	23,6	22,8	19,6	23,4
Tipología según frecuencia de juego recordada por el entrevistado (ver epígrafe 1.2.):					
Cotidianos	33,8	44,7	54,5	60,3	45,4
Semanales	30,2	42,5	40,4	44,5	40,4
Esporádicos	34,5	54,4	44,0	39,3	47,0
Infrecuentes	14,8	15,6	16,7	15,1	19,5
No jugadores	4,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Entrevistados que viven en hogares que tienen retrasos en ...					
...el pago de la hipoteca	24,6	33,3	34,9	25,7	25,6
...el pago de compras	30,2	44,4	48,6	70,6	32,0
...el pago de suministros hogar	18,1	39,9	39,3	22,9	23,7
Frecuencia de compra (Base: han comprado cupones de la ONCE durante el año pasado) (Los porcentajes suman en vertical)					
Todas las semanas	28,7	24,4	24,9	22,0	20,6
Cada dos o tres semanas	14,6	15,7	18,9	13,5	13,3
Una vez al mes	8,0	14,9	15,6	20,4	19,7
Alguna vez al año	43,3	44,3	40,1	44,1	46,4
Casi nunca	5,4	0,7	0,5	0,0	0,0

(*) Algunas series de datos tienen oscilaciones anuales por la pequeña dimensión de las muestras, es inevitable en la técnica de encuesta cuando se desciende a segmentos muy reducidos.

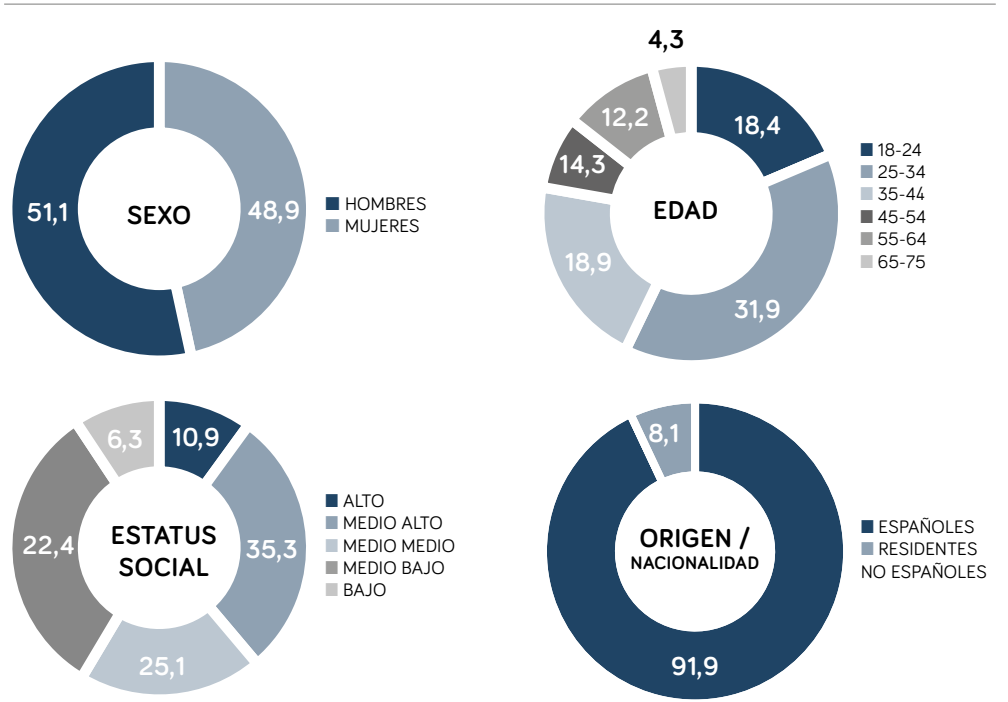
2.2.4.2. Los “rascas” de la ONCE (loterías instantáneas)

En el panorama del juego en España, los “rascas” de la ONCE son la gran novedad. Recuerda haber jugado alguno de sus juegos durante 2020 el 9,4% de la población entre 18 y 75 años, esto es, 3,3 millones de personas, en 2019 lo recordaban 3,5 millones, el 9,9%. Por tanto, puede decirse que pese al impacto de la covid 19 el recuerdo de haber comprado estos productos se sostiene sin erosión.

Casi **el 20% de quienes tienen entre 18 y 35 años recuerda haber comprado algún “rasca” en 2019 o 2020**. Sus compradores se dividen en dos segmentos con comportamientos diferentes. La mitad compra todas las semanas o con regularidad superior a una vez al mes. La otra mitad sólo alguna vez al año. Ejercen una elevada atracción entre quienes declaran jugar todos los días o varias veces a la semana. Tienen también una atracción sobre los **estatus sociales medios o bajos** y entre quienes declaran tener problemas en el pago de hipotecas, alquileres o consumos domésticos (tabla 7 siguiente).

El gráfico 11 muestra la estructura interna de estos compradores, así vistos, se refuerzan las ideas anteriores: equilibrio entre sexos y fuerte presencia de menores de 35 años y de personas de estatus sociales medio-bajo o bajo.

GRÁFICO 11 **COMPRADORES DE RASCAS Y LOTERÍAS INSTANTÁNEAS DE LA ONCE (PERFIL SOCIOLÓGICO) (%)**



2.2.4.3. Eurojackpot y 7/39 (juegos activos) de la ONCE

En la diversificación de productos de la ONCE están sus juegos activos. Recuerda haberlos jugado el 4,1% de los entrevistados, lo que equivale a **1,4 millones de compradores**. Supone un leve incremento sobre 2019. Son un tipo de juegos más bien masculinos y diversificados generacionalmente. También tienen una relevante cuota de mercado entre los residentes no españoles, igual que los “rascas”.

Presentan una mezcla de clientes estables, que recuerdan jugar todas las semanas (27,3%) o cada dos o tres semanas (15,4%), e infrecuentes, que juegan sólo alguna vez al año (23,7%). **Lógicamente, también tienen un elevado porcentaje de clientes que declaran jugar todas las semanas o varias veces a la semana cualquier juego (cotidianos)** (ver epígrafe 1.2) (gráfico 12 y tabla 7).

GRÁFICO 12 **COMPRADORES DE JUEGOS ACTIVOS DE LA ONCE**
(EUROJACKPOT, 7/39) (PERFIL SOCIOLÓGICO) (%)

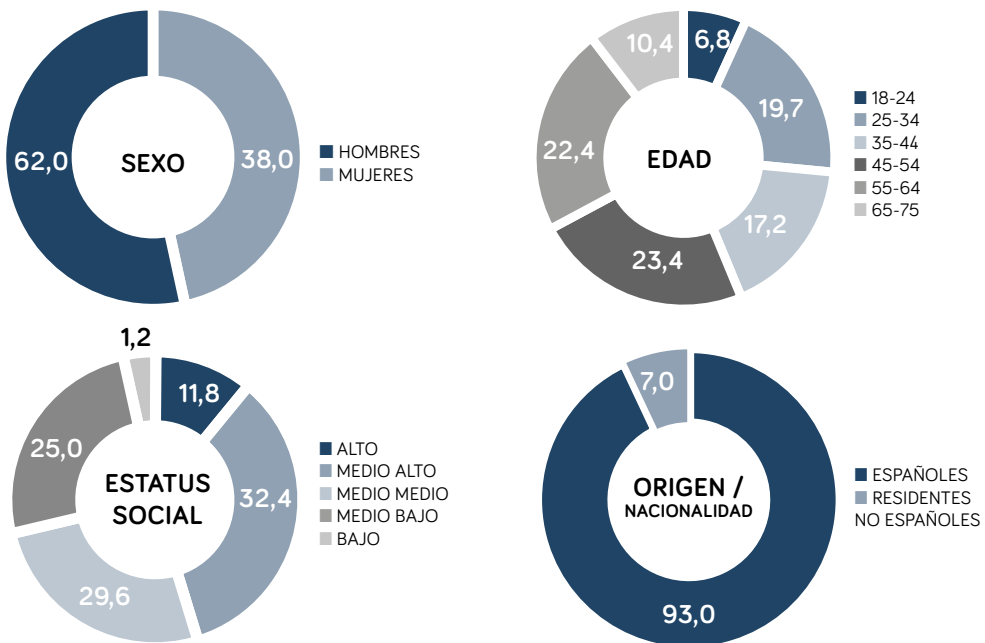


TABLA 7 PERFIL SOCIOLÓGICO DE LOS COMPRADORES DE JUEGOS DE LA ONCE (“RASCAS” Y ACTIVOS) (%)

	Rascas		Eurojackpot, 7/39	
	2019	2020	2019	2020
Total	9,9	9,4	3,7	4,1
Hombres	9,9	8,,2	4,2	5,6
Mujeres	9,8	10,5	3,3	2,6
De 18 a 24 años	22,1	15,6	4,9	0,9
De 25 a 34 años	14,9	20,8	4,0	6,1
De 35 a 44 años	9,3	7,0	23,0	3,4
De 45 a 54 años	7,6	7,8	3,1	5,5
De 55 a 64 años	7,8	6,5	6,8	3,3
De 65 a 75 años	3,3	2,3	2,1	3,5
Estatus alto	9,9	10,7	3,0	5,8
Estatus medio alto	10,8	10,3	4,3	2,9
Estatus medio medio	10,6	10,4	4,0	5,1
Estatus medio bajo	7,0	6,2	3,1	4,4
Estatus bajo	17,2	14,5	3,1	0,0
Españoles	9,7	8,9	3,6	4,1
Residentes no españoles	13,1	16,2	7,2	4,9
Tipología según frecuencia de juego recordada por el entrevistado:				
Cotidianos	18,1	20,2	17,6	8,1
Semanales	11,2	13,0	6,3	9,9
Esporádicos	23,1	19,2	5,8	7,6
Infrecuentes	7,6	6,5	1,5	1,,2
Declaran no jugar	0,0	0,0	8,9	12,1
Entrevistados que viven en hogares con problemas en...				
...el pago de la hipoteca	13,6	19,0	12,6	6,8
...el pago de compras	70,7	14,5	22,8	4,0
...el pago de suministros hogar	15,1	17,0	11,3	4,8
Frecuencia de compra (Base: compraron rascas o juegos activos de la ONCE) (Los porcentajes suman en vertical)				
Todas las semanas	12,1	18,4	29,6	27,3
Cada dos o tres semanas	23,5	11,7	11,6	15,4
Una vez al mes	21,3	19,0	14,9	23,6
Alguna vez al año	41,4	50,8	38,5	33,7
Casi nunca	1,7	0,0	5,3	0,0
(*) Algunas series de datos tienen oscilaciones anuales por la pequeña dimensión de las muestras, es inevitable en la técnica de encuesta cuando se desciende a segmentos muy reducidos.				

2.2.5. La Quiniela

Ha sido uno de los juegos gestionado por SELAE que más ha sufrido los efectos de la covid 19: ha pasado de 198 Mill. € a 143 Mill. €, es decir, un descenso del 27,8%. Pese a este descenso, el recuerdo de haber echado alguna quiniela durante el año anterior se mantuvo estable. Otra vez hay que conjeturar si se trata de un problema de inercia del recuerdo o las cantidades jugadas han descendido.

A mediados de 2021 recordaba haber echado quinielas en el último año un 6,9% de los comprendidos entre 18 y 75 años, es decir, **2,4 millones** de personas. Es obvio que el considerable descenso de las ventas de La Quiniela en 2020 se debió a la irregularidad del calendario de la Liga. En todo caso, enlaza con la tendencia declinante de fondo: lo cierto es que el descenso de la Quiniela se debe no tanto por la competencia de las apuestas como porque los clubes la han dejado de lado por el atractivo de los derechos de imagen que prolongan la jornada de Liga durante varios días haciendo imposible el seguimiento de la Quiniela y, con ella, el entretenimiento de los aficionados. **La Quiniela es una apuesta, pero también entretenimiento. Sin entretenimiento, la Quiniela decae.** Es posible que una parte relevante de quienes recuerdan jugar a la Quiniela lo hagan a través de peñas.

Los quinielistas son parte de los aficionados al fútbol, su descripción sociológica es estable. Atrae al 11,1% de los hombres y al 2,9% de las mujeres, menores de 45 años, de todos los estatus sociales. Dada su mecánica, juegan regularmente más de una vez al mes el 73,1% de sus clientes, y cada vez pesan más los que juegan todas las semanas, lo que quiere decir que el descenso en el juego de La Quiniela se produce entre quienes juegan con menor frecuencia, hasta abandonarlo (tabla 8). Sus clientes tienen el perfil de los **aficionados al fútbol: hombres menores de 45 años**, de todos los estatus sociales (gráfico 13).

Se juega a la Quiniela por la posibilidad de ganar dinero, pero está asociada a motivaciones secundarias como que es divertido, algo a hacer con la familia o los amigos (peñas) y que es un *hobby* o pasatiempo y permite **demostrar que se sabe de fútbol**. Es llamativa su elevada atracción sobre residentes no españoles y sobre españoles con dos nacionalidades.

“ La Quiniela decae porque la jornada de los domingos se ha desintegrado. Sin entretenimiento, pierde atractivo ”

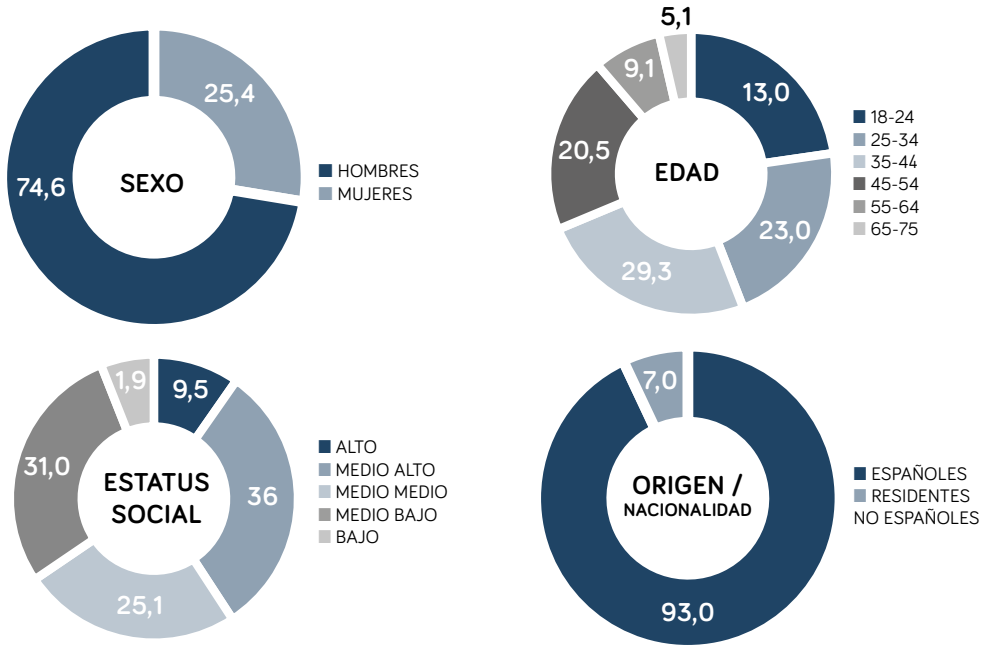
“ La Quiniela es un juego de aficionados al fútbol. Sus aficionados son muy estables ”

TABLA 8 PERFIL SOCIOLÓGICO DE QUIENES JUEGAN A LA QUINIELA (%)

	Recuerda haber jugado a la Quiniela				
	2016	2017	2018	2019	2020
Total	7,4	6,4	7,7	6,8	6,9
Hombres	12,2	8,4	10,7	10,4	11,1
Mujeres	2,7	4,4	4,6	3,3	2,9
De 18 a 24 años	10,6	10,5	8,9	9,9	10,6
De 25 a 34 años	11,0	10,7	14,6	7,7	9,2
De 35 a 44 años	10,1	9,1	11,9	9,1	8,3
De 45 a 54 años	3,7	4,5	6,7	6,1	7,4
De 55 a 64 años	3,7	2,2	2,2	3,9	4,9
De 65 a 75 años	7,7	2,7	0,6	5,1	1,7
Estatus alto	7,3	10,5	3,9	6,5	8,1
Estatus medio alto	7,0	5,5	7,4	7,1	8,1
Estatus medio medio	8,3	7,5	6,1	5,7	6,8
Estatus medio bajo	4,8	4,2	11,2	8,3	5,8
Estatus bajo	8,3	9,1	6,7	2,1	2,1
Españoles	7,7	6,3	7,1	6,7	6,9
Residentes no españoles	3,5	9,5	15,9	8,9	7,8
Tipología según frecuencia de juego recordada por el entrevistado (ver epígrafe 1.2.):					
Cotidianos	17,9	14,9	19,4	18,0	13,7
Semanales	15,2	9,8	13,2	14,3	15,1
Esporádicos	10,3	15,5	7,9	9,2	9,5
Infrecuentes	4,3	3,5	3,0	3,9	4,5
Declaran no jugar	1,3	0,0	0,0	0,0	0,0
Frecuencia de juego (Base: han jugado a la Quiniela durante el año pasado) (Los porcentajes suman en vertical)					
Todas las semanas	28,0	11,1	49,0	46,0	42,2
Cada dos o tres semanas	11,4	20,6	9,9	7,7	12,4
Una vez al mes	24,2	34,4	10,3	19,2	18,5
Alguna vez al año	29,5	29,3	26,2	27,1	26,9
Casi nunca	6,9	4,6	4,6	0,0	0,0

(*) Algunas series de datos tienen oscilaciones anuales por la pequeña dimensión de las muestras, es inevitable en la técnica de encuesta cuando se desciende a segmentos muy reducidos.

GRÁFICO 13 CLIENTES DE LA QUINIELA
(PERFIL SOCIOLÓGICO) (% MEDIA DE LOS TRES ÚLTIMOS AÑOS)



2.3. LOS JUEGOS DE ENTRETENIMIENTO

Se va a un casino, bingo o salón, se apuesta o se juega en una máquina en un bar por puro entretenimiento. Por un motivo distinto, para “ganar dinero” con un golpe de suerte, se juega a las loterías que ofrecen grandes premios: Navidad, primitivas o cupones (extraordinarios) de la ONCE. En ellos juegan incluso un elevado porcentaje de personas que viven en familias con problemas económicos. **El juego de entretenimiento es otra cosa: divertirse, relacionarse con personas que comparten una afición, sentirse tocado por la suerte en una partida o demostrar que se sabe apostando.**

La lógica administrativa española ha dejado los juegos de ilusión o suerte a los operadores públicos (SELAE y ONCE) y los de entretenimiento a los operadores privados, desde la óptica de los clientes y de la opinión pública tal distinción puede no ser relevante, aunque es conocida la mejor imagen que tienen en España las empresas públicas. De todos modos, cada juego atrae a sectores sociales distintos y se mueve por motivaciones diferentes.

Se puede afirmar que estos juegos **están hechos de tiempo**, no de codicia, retomando una frase de Borges acerca de lo que era el juego para los gauchos en sus largas noches en el campo. **Lo esencial en ellos es disfrutar de ellos, mostrar destreza, tener la oportunidad de pasar el tiempo con personas que compartan una afición y, llegado el caso, tener cierto reconocimiento entre ellos si se gana. Ganar o perder es secundario, ganar es una demostración de pericia.**

“ **Se va a un casino, bingo o salón de juego para hablar y encontrarse con amigos y conocidos, además de para jugar. La covid 19 ha dejado en cuarentena estos pequeños placeres** ”

¿Cuál es el valor del juego de entretenimiento? Las motivaciones que impulsan los juegos de lotería están a gran distancia del resto. Huizinga, en su clásico *Homo Ludens*, trazó la diferencia entre estos **juegos de suerte** y los demás ya que los primeros **“ninguna riqueza aportan ni al espíritu ni a la vida. Otra cosa ocurre cuando la porfía exige destreza, habilidad, conocimientos, valor y fuerza”** (Huizinga², 1976: 68), es decir, con juegos que **aportan enriquecimiento del ocio de quienes juegan o la vanagloria a los que ganan**, algo para lo que es difícil establecer un valor económico, pero que existe, porque **el juego es “fuente de alegría y de diversión”** y eso tiene valor (Caillois, 1986: 31).

La distinción entre juegos de gestión pública y de gestión privada en España estriba en que los primeros son loterías (y La Quiniela), que son juegos basados en la ilusión de ganar premios, mientras que **los de gestión privada son de entretenimiento**, que **no se practican buscando preferentemente grandes premios**, sino momentos de **esparcimiento, relación con personas con aficiones similares o demostrar que se sabe de algo**. Hay un componente de **habilidad y competición en el póquer o el black jack en los casinos o las apuestas**.

La crisis de la covid 19 y las restricciones necesarias para controlarla han afectado seriamente al juego de entretenimiento con **cierres de locales y limitaciones de aforos y horarios**. El resultado ha sido un sensible descenso en el “juego real”, diferencia entre las cantidades jugadas y los premios, derivado del **descenso de las visitas** a sus locales. Al revés que las loterías y La Quiniela, el juego de entretenimiento requiere ir a los locales y su objetivo primordial es relacionarse con los amigos o compañeros de entretenimiento. Al cerrarse materialmente esta posibilidad, el recuerdo de su práctica es mucho más preciso que en las loterías, la inercia queda cortada por el recuerdo del hecho de que no se ha podido asistir a los locales y ver los amigos con los que se comparte afición.

^{2/} Se cita a Huizinga porque estas referencias son pertinentes en este contexto, aunque “los juegos de azar, que son también juegos de dinero, prácticamente no tienen cabida” en su obra según la correcta apreciación de Caillois (1986: 30).

2.3.1. Los casinos

En 2020 los casinos estuvieron cerrados durante gran parte del año. El recuerdo de visita a los casinos ha quedado reducido a prácticamente la cuarta parte que en 2019. Sólo el 2,3% de los entrevistados recordaba haber ido a uno, mientras en años anteriores este porcentaje oscilaba entre el 6,5% y el 7,2%. Se puede estimar que el número de personas que visitaron casinos descendió de 2,2 millones a 800.000 entre 2019 y 2020.

En 2019 la media de visitas a los casinos era de 2,36 veces al año, con frecuencias muy diferentes. Lo normal es que las visitas a los casinos sean esporádicas, la mayor parte de sus clientes sólo los visitan alguna vez al año. Suscitan **curiosidad, sobre todo entre los jóvenes, pero no consiguen estabilizar más que a una fracción de sus visitantes.** Tal vez porque como afición puede catalogarse como cara la opción de visitar un casino queda para ocasiones relativamente excepcionales, algún tipo de celebración o salida con amigos. En 2020, como puede verse en la tabla 9 más del 90% solo fue alguna vez. Alrededor del **10% de sus clientes los visita con frecuencia, al menos, una vez al mes. Para ellos el casino es una**

GRÁFICO 14 **CLIENTES DE CASINOS**
(PERFIL SOCIOLÓGICO) (% MEDIA DE LOS TRES ÚLTIMOS AÑOS)

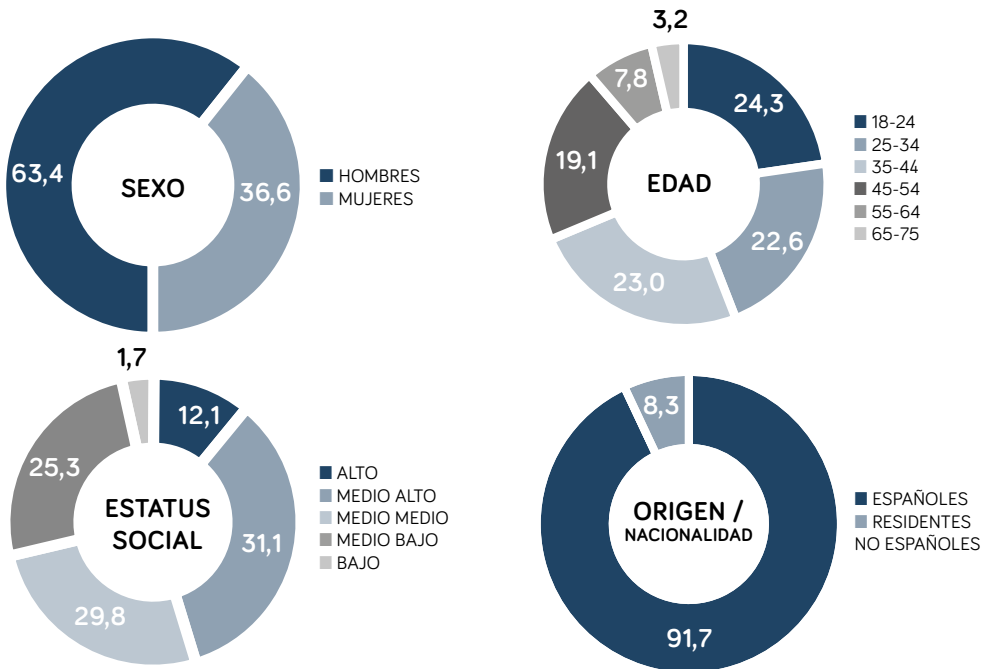


TABLA 9 PERFIL SOCIOLÓGICO DE LOS CLIENTES DE CASINOS (%)

	Recuerda haber ido a un casino				
	2016	2017	2018	2019	2020
Total	6,8	6,8	7,2	6,5	2,3
Hombres	6,4	10,6	9,0	8,8	2,8
Mujeres	7,2	3,1	5,5	4,3	1,9
De 18 a 24 años	28,3	16,3	30,3	21,8	9,9
De 25 a 34 años	8,0	18,1	17,1	14,5	5,1
De 35 a 44 años	0,9	5,7	3,7	6,0	0,9
De 45 a 54 años	3,4	2,9	2,2	0,7	1,1
De 55 a 64 años	1,4	0,7	2,0	2,5	1,1
De 65 a 75 años	0,0	3,2	0,6	2,3	0,0
Estatus alto	7,6	12,1	8,7	12,6	2,7
Estatus medio alto	2,4	9,8	7,6	8,1	2,7
Estatus medio medio	11,9	4,6	6,3	5,7	2,9
Estatus medio bajo	1,0	4,4	7,9	3,4	1,2
Estatus bajo	4,9	6,2	1,6	0,0	2,6
Españoles	6,8	6,6	6,9	6,3	2,3
Residentes no españoles	9,1	14,6	10,4	12,2	3,7
Tipología según frecuencia de juego recordada por el entrevistado (ver epígrafe 1.2.):					
Cotidianos	18,5	18,0	15,7	8,3	6,6
Semanales	3,5	10,3	8,1	4,6	0,9
Esporádicos	14,1	9,8	5,9	9,6	5,1
Infrecuentes	6,5	5,2	7,4	6,9	1,7
Declaran no jugar	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Frecuencia de visita (Base: han ido a un casino durante el año pasado) (Los porcentajes suman en vertical)					
Todas las semanas	4,8	6,5	0,0	0,0	8,6
Cada dos o tres semanas	1,6	1,9	2,4	3,5	0,0
Una vez al mes	1,6	10,2	4,5	8,5	0,0
Alguna vez al año	61,3	54,3	62,1	58,6	5,2
Casi nunca	30,7	27,1	31,0	29,4	86,2

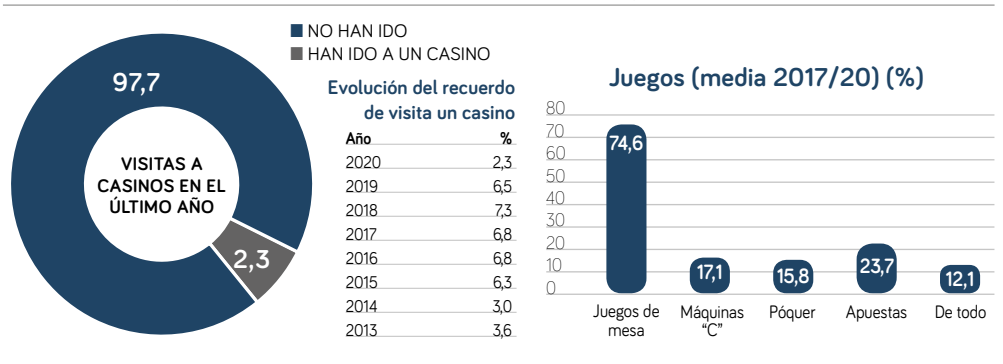
(*) Algunas series de datos tienen oscilaciones anuales por la pequeña dimensión de las muestras, es inevitable en la técnica de encuesta cuando se desciende a segmentos muy reducidos.

opción de ocio regular y habitual (tabla 9, página anterior). Lo excepcional de 2020 ha hecho que el perfil de los visitantes tienda a hacerse más interclasista que en años anteriores en los que el sesgo hacia los sectores de clases media alta y alta era más marcado.

La visita a los casinos es apreciablemente mayor entre los **hombres** que entre las mujeres y tiene un sesgo hacia **sectores sociales de estatus alto**. Estos rasgos se han acentuado en los últimos años, así como el incremento de clientes no españoles, pero, como se ha señalado, estos perfiles se difuminaron en medio de la crisis de 2020 (gráfico 14, página 46).

La mayor parte de los clientes juega juegos de mesa, algo menos del 20% máquinas “C” o un 15,8% al póquer -en una tendencia creciente-. Un 23,7% declara hacer apuestas. Parte de los clientes asiste sin una idea definida, tal vez a disfrutar del espectáculo del casino o probar suerte aquí y allá (gráfico 15).

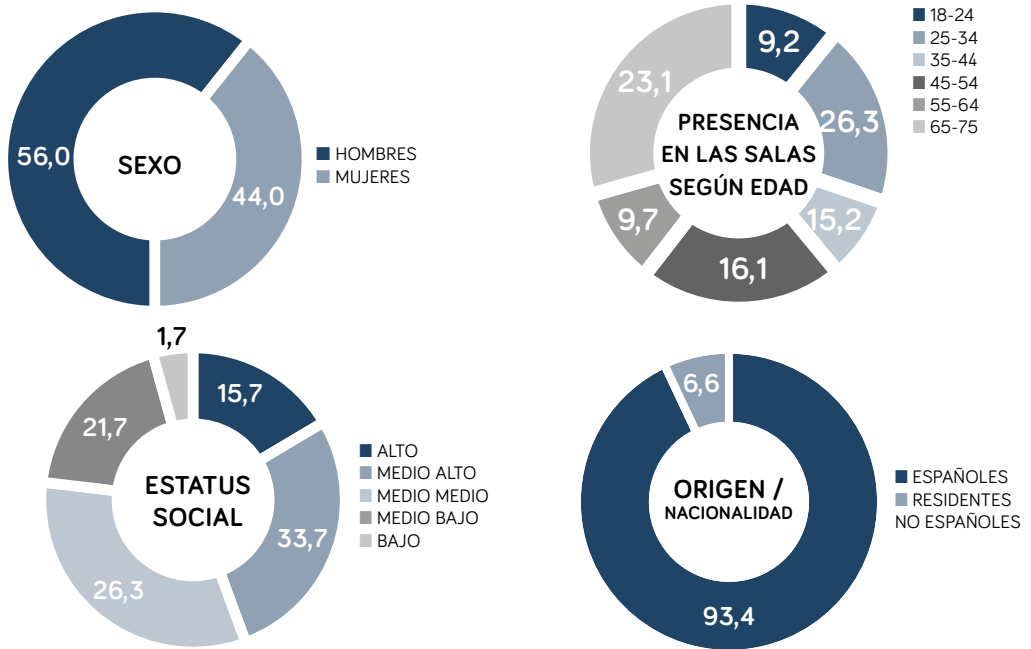
GRÁFICO 15 **JUEGOS EN LOS CASINOS**
(% DE CLIENTES EN EL ÚLTIMO AÑO)



2.3.2. Los bingos

Como los casinos y salones los bingos **estuvieron cerrados buena parte del 2020**, además se han visto muy afectados por la covid 19 dada la especial sensibilidad de sus clientes más habituales, personas de edad media alta que van a las salas. El bingo es un juego, pero sus salas son también un espacio de relación. Sus habituales van para **encontrarse con amigos que comparten la afición y “comentar la jugada” durante un par de horas**. Es un **pasatiempo sin complicaciones con costes moderados**. Una lotería a pequeña escala que permite la conversación, en la que la expectativa de premios se sabe limitada, y eso es lo divertido al permitir jugar muchas veces. La oferta de juegos de las salas se está diversificando, ofreciendo apuestas y máquinas B que sirven para atraer ocasionalmente a clientes más jóvenes.

GRÁFICO 16 **CLIENTES DE LOS BINGOS**
(PERFIL SOCIOLÓGICO) (% MEDIA DE LOS TRES ÚLTIMOS AÑOS)



Entre 2013 y 2019, el porcentaje de población adulta que acudía a los bingos se mantuvo estable entre el 6,9% y el 8,9%, es decir, entre 2,4 y 3,0 millones de clientes. Subyacía una leve tendencia al descenso, seguramente relacionada con la ralentización de la economía.

La frecuencia de asistencia es muy desigual, la mayor parte de los casos es esporádica (alguna vez en el año o sólo con familiares y amigos) pero alrededor de un 10% iba alguna vez al mes o con mayor frecuencia. Esto supone una **clientela estable y recurrente de unas 300.000 personas**. Los restantes visitantes no se estabilizan como clientes (tabla 10), se trata de jóvenes que visitan una sala de vez en cuando pero luego no enlazan una regularidad en sus visitas.

En 2020, la covid 19 redujo la cantidad de personas que recordaba haber visitado un bingo al 3,9% de los comprendidos entre 18 y 75 años, es decir, **1,4 millones de personas**. Su perfil se mantenía estable, era una versión comprimida de los asistentes habituales a las salas.

El perfil del conjunto de clientes es mucho más joven que el que se aprecia en las salas. Se debe a la **irregularidad y baja frecuencia de visita de los jóvenes y a la elevada frecuencia de la asistencia de los clientes de edades intermedias y**

TABLA 10 PERFIL SOCIOLÓGICO DE LOS CLIENTES DE SALAS DE BINGO (%)

	Recuerda haber ido a un bingo				
	2016	2017	2018	2019	2020
Total	8,2	7,1	8,9	6,9	3,9
Hombres	9,0	9,6	8,8	7,5	4,4
Mujeres	7,4	4,6	9,1	6,3	3,4
De 18 a 24 años	20,8	16,7	17,0	17,4	12,6
De 25 a 34 años	18,8	15,4	18,8	18,5	7,5
De 35 a 44 años	3,2	6,6	7,2	3,6	2,1
De 45 a 54 años	5,2	6,3	6,3	3,5	0,5
De 55 a 64 años	3,6	1,3	3,6	0,9	0,5
De 65 a 75 años	6,9	0,0	5,6	4,9	1,9
Estatus alto	8,8	12,2	8,5	13,6	0,9
Estatus medio alto	11,7	7,9	8,5	7,0	4,5
Estatus medio medio	11,1	7,9	11,6	4,5	4,7
Estatus medio bajo	8,5	4,4	8,4	6,1	3,6
Estatus bajo	2,6	6,0	1,5	6,6	2,4
Españoles	9,2	7,0	8,7	6,9	3,7
Residentes no españoles	9,9	16,6	10,2	7,0	7,3
Tipología según frecuencia de juego recordada por el entrevistado (ver epígrafe 1.2.):					
Cotidianos	24,7	22,4	19,4	18,5	3,7
Semanales	9,5	9,1	12,7	6,0	5,8
Esporádicos	15,3	8,0	8,6	7,0	9,1
Infrecuentes	5,6	5,9	8,6	8,0	2,9
Declaran no jugar	3,3	0,0	0,0	0,0	0,0
Frecuencia de juego (Base: Han ido a un bingo durante el año pasado) (Los porcentajes suman en vertical)					
Todas las semanas	7,1	0,0	3,4	3,9	5,3
Cada dos o tres semanas	3,5	1,4	1,8	1,5	0,0
Una vez al mes	1,8	2,9	5,5	6,5	5,0
Alguna vez al año	53,7	73,9	61,4	49,2	57,5
Casi nunca	33,9	21,8	27,9	38,9	32,1

(*) Algunas series de datos tienen oscilaciones anuales por la pequeña dimensión de las muestras, es inevitable en la técnica de encuesta cuando se desciende a segmentos muy reducidos.

altas, para quienes el bingo es una opción de ocio a la que asisten en función de su tiempo disponible o del presupuesto que asignen cada mes. **La combinación de estas dinámicas hace que la “población” habitual de las salas tenga una edad media elevada** (gráfico 16, página 49). Por otro lado, su perfil sociológico muestra un sesgo hacia sectores de clases media o media alta.

2.3.3. Los salones de juego

Como con los bingos, el recuerdo de haber visitado un salón en el último año se redujo prácticamente a la mitad de los años precedentes: un 4,6%, mientras que entre 2017 y 2019 superó el 8%. La estimación del número de visitantes pasó **de 3,0 millones a 1,6**. Su perfil se ha mantenido, sólo que reducido a la mitad.

Como muestran el gráfico 17 y la tabla 11, la composición de sus clientes está dominada por dos variables: hombres y menores de 35 años, de todos los estatus sociales, aunque con menor representación de los sectores de clases bajas, algo lógico, son quienes tienen menos recursos económicos para gastarlos en ocio y probablemente hay sectores entre sus clientes afectados por la reducción de ingresos provocada por la crisis covid 19. Hay una elevada presencia de inmigrantes que hace pensar que **los salones están operando como espacios de interacción e integración social**.

GRÁFICO 17 **CLIENTES DE SALONES DE JUEGO**
(PERFIL SOCIOLÓGICO) (% MEDIA DE LOS TRES ÚLTIMOS AÑOS)

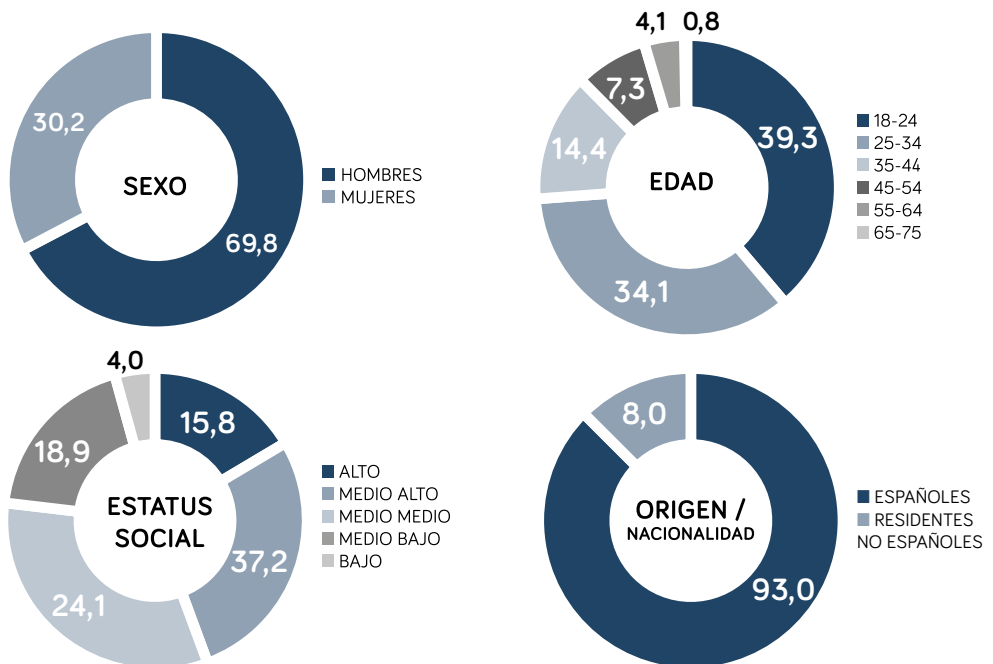


TABLA 11 PERFIL SOCIOLÓGICO DE LOS CLIENTES DE SALONES DE JUEGO (%)

	Recuerda haber ido a un salón de juego				
	2016	2017	2018	2019	2020
Total	5,4	8,4	8,2	8,1	4,6
Hombres	7,1	11,8	11,1	11,4	6,2
Mujeres	3,8	5,1	5,4	4,9	3,0
De 18 a 24 años	31,8	29,0	32,7	34,4	20,0
De 25 a 34 años	9,9	18,9	20,2	17,0	8,6
De 35 a 44 años	3,5	5,7	4,5	7,4	2,2
De 45 a 54 años	1,2	3,8	2,8	1,5	2,8
De 55 a 64 años	0,0	3,4	2,0	1,3	1,5
De 65 a 75 años	0,0	0,0	0,5	0,6	0,0
Estatus alto	5,4	11,7	8,6	12,6	8,0
Estatus medio alto	6,3	7,9	8,6	10,0	4,1
Estatus medio medio	4,8	9,9	6,7	8,1	5,6
Estatus medio bajo	0,9	7,2	7,0	4,5	3,5
Estatus bajo	10,7	6,2	20,5	0,0	0,0
Españoles	5,4	8,1	7,6	7,9	4,7
Residentes no españoles	12,4	22,5	16,0	13,0	3,7
Tipología según frecuencia de juego recordada por el entrevistado (ver epígrafe 1.2.):					
Cotidianos	13,7	27,8	12,7	9,1	8,6
Semanales	3,3	7,4	11,1	8,1	6,5
Esporádicos	6,8	11,9	14,0	12,7	7,1
Infrecuentes	7,8	7,4	5,9	7,8	3,6
Declaran no jugar	0,3	0,0	0,0	0,0	2,4
Frecuencia de juego (Base: Han ido a un salón de juego durante el año pasado) (Los porcentajes suman en vertical)					
Todas las semanas	10,8	5,5	4,9	3,3	6,7
Cada dos o tres semanas	8,9	2,5	8,2	2,2	0,0
Una vez al mes	10,7	11,6	8,0	9,0	7,3
Alguna vez al año	26,8	47,3	50,9	47,3	48,1
Casi nunca	42,8	33,1	28,0	38,2	37,9

(*) Algunas series de datos tienen oscilaciones anuales por la pequeña dimensión de las muestras, es inevitable en la técnica de encuesta cuando se desciende a segmentos muy reducidos.

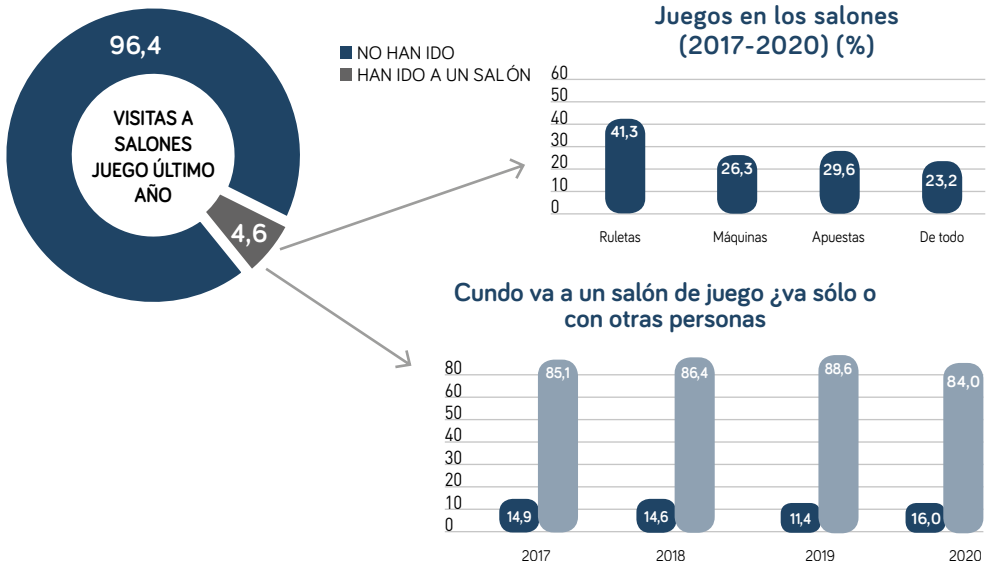
La frecuencia de visita no es elevada, lo que refleja un déficit de fidelización, algo más de dos tercios no pasan más que alguna vez al año. En compensación, los salones tienen una recurrencia de visita superior a los bingos y casinos, por ejemplo.

Sus **clientes van para pasar un rato con los amigos, porque son divertidos y como hobby, casi el 90% va con otras personas**, aunque en 2020 descendió al 84,0%, por el cambio de hábitos impuesto por la covid 19 (gráfico 18).

“ **Casi el 90% de los clientes de salones de juego va o se encuentra con otras personas. Esta proporción descendió un poco en 2020** ”

Casi la mitad juega a ruletas automáticas, la cuarta parte lo hace con máquinas B o va a apostar, otra quinta parte varía de juegos. Estos datos son la media de los últimos cuatro años (procedimiento necesario para corregir oscilaciones derivadas de la pequeña dimensión de las muestras anuales) pero en 2020 se observó una variación de comportamientos con menos juego declarado en ruletas y máquinas y más en apuestas. Seguramente, este **cambio estuvo impuesto por las precauciones alrededor de la covid 19**, lo que sugiere que los clientes fueron bastante **cautos y asumieron la necesidad de mantener distancias en los contactos personales**.

GRÁFICO 18 **JUEGOS EN LOS SALONES DE JUEGO**
(% DE CLIENTES EN EL ÚLTIMO AÑO)



Se puede afirmar, como **resumen de todos los juegos en sala**, que **sus clientes** tienen una mayor presencia de sectores sociales de clases alta, media alta y media, es decir, **quienes tienen recursos para financiar su afición**. Por otro, este perfil **deshace la idea preconcebida de que en estos juegos se busca esencialmente ganar dinero, ganar es sólo una parte del juego**. Lo esencial es demostrar que se sabe jugar, y contarlo:

“A mí me produce más felicidad el haber ganado jugando bien que la cantidad ... porque lo piensas y dices: ‘he sido más lista que estas cuatro personas’” (RG, mujeres, juegan ocasionalmente *online* o presencial, Sevilla, 2019. Macías: 37).

2.3.4. Las apuestas deportivas presenciales

Aunque las cantidades destinadas a apuestas han descendido por el corte de las competiciones durante el segundo trimestre de 2020, los clientes que recuerdan haber apostado se estabilizaron en el 3,7% de los comprendidos entre 18 y 75 años, es decir, **1,3 millones de personas** (gráfico 19 y tabla 12). Entre los hombres alcanza el 6,6%, y entre los 18 y 34 años el 12,2%. El público de las apuestas se agota en esas variables: **hombres menores de 35 años**, aficionados al deporte, obviamente,

GRÁFICO 19 **CLIENTES DE APUESTAS DEPORTIVAS PRESENCIALES**
(PERFIL SOCIOLÓGICO) (% MEDIA DE LOS TRES ÚLTIMOS AÑOS)

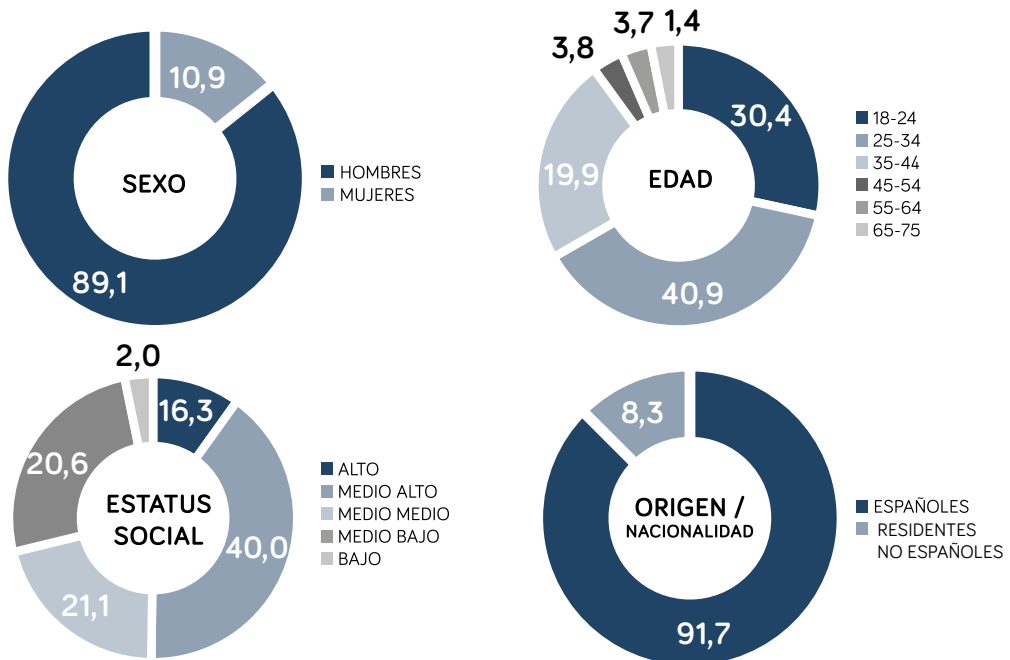


TABLA 12 PERFIL SOCIOLÓGICO DE LOS CLIENTES DE APUESTAS DEPORTIVAS PRESENCIALES (%)

	Han apostado. Frecuencia con que han apostado				
	2016	2017	2018	2019	2020
Total	5,1	4,5	4,2	3,7	3,7
Hombres	9,1	7,6	7,2	6,9	6,6
Mujeres	1,1	1,6	1,2	0,5	0,8
De 18 a 24 años	20,1	12,4	15,4	9,3	12,3
De 25 a 34 años	5,1	12,6	10,7	7,3	12,2
De 35 a 44 años	4,8	5,5	3,1	4,7	2,9
De 45 a 54 años	7,1	0,0	0,5	1,5	0,0
De 55 a 64 años	0,0	0,0	1,4	1,0	0,0
De 65 a 75 años	0,0	1,6	0,0	1,1	0,0
Estatus alto	7,4	0	4,6	5,7	6,5
Estatus medio alto	2,3	6,6	4,0	4,5	4,9
Estatus medio medio	6,0	3,1	4,1	3,1	2,7
Estatus medio bajo	5,7	5,3	4,0	2,6	2,4
Estatus bajo	3,7	3,2	5,5	0,0	0,0
Españoles	5,1	4,6	5,8	3,4	3,3
Residentes no españoles	6,6	5,9	9,1	8,9	10,9
Tipología según frecuencia de juego recordada por el entrevistado (ver epígrafe 1.2.):					
Cotidianos	4,8	15,3	14,0	8,8	8,7
Semanales	12,5	6,2	6,4	5,6	4,3
Esporádicos	8,5	16,6	5,4	9,2	6,7
Infrecuentes	2,6	0,7	2,5	1,9	2,9
Declaran no jugar	0,6	0,0	0,0	0,0	0,0
Frecuencia con que han apostado (Base: han apostado durante el año pasado) (Los porcentajes suman en vertical)					
Todas las semanas	12,2	38,6	15,9	11,1	21,4
Cada dos o tres semanas	26,6	10,2	16,5	13,6	8,2
Una vez al mes	29,8	31,7	20,5	32,1	13,9
Alguna vez al año	5,8	9,0	35,9	43,2	50,5
Casi nunca	25,6	10,5	11,2	0,0	6,0

(*) Algunas series de datos tienen oscilaciones anuales por la pequeña dimensión de las muestras, es inevitable en la técnica de encuesta cuando se desciende a segmentos muy reducidos.

con predisposición a pensar que saben de deportes lo suficiente como para apostar con seguridad razonable para ganar si se proponen amarrar la apuesta.

Sus clientes se componen en un 89,1% de hombres y en un 71,3% de 18 a 35 años, de todos los estatus sociales aunque en 2020 se aprecia un sesgo hacia los alto o medio alto mayor que en años anteriores. Otra vez hay que pensar en el impacto de la vertiente económica de la crisis del covid 19. Además, es un juego regular, con elevados porcentajes de clientes que declaran apostar todas las semanas o alguna vez al mes.

2.3.5. Las máquinas “B” en hostelería³

En los datos sobre juego en máquinas B en bares y cafeterías se mezclan dos factores. Por un lado, la reducción de las oportunidades de jugar dadas las restricciones de acceso y aforos en la hostelería. Por otro, la tendencia al descenso que se observa en los últimos años. El recuerdo de haber jugado en ellas en **2019 se situó en el 4,4% de la población adulta, que supone que aproximadamente 1,5 millones de personas.** En 2020 se redujo a 1,3 millones.

“ Las máquinas “B” permiten un tiempo de relajación, de evasión y de probar suerte, a un premio mínimo y premios muy pequeños ”

No obstante, ambos recuerdos son muy reducidos para la entidad de esta actividad (casi 150.000 máquinas instaladas en hostelería). Esto, y el perfil conocido del juego, que gravita sobre las horas del aperitivo, café y antes de la cena, hace pensar que **hay que se juegan cantidades poco relevantes:** se echan monedas para probar suerte como se deja una propina por costumbre y quienes lo hacen no le dan importancia por ser una acción de escaso coste y baja implicación. Por tanto, **el porcentaje real de población que prueba suerte en estas máquinas es mayor de lo que refleja el dato de la encuesta por fallo en el recuerdo de una parte de los entrevistados.** Los fallos de memoria recogidos en las encuestas son frecuentes, son una de las causas principales de los errores de esta técnica de investigación, ocurren, por ejemplo, en el recuerdo de compras en supermercados. El perfil de quienes juegan a las máquinas es muy marcado. el 89,9% son **hombres**, esto es, el 6,6% de los hombres juega mientras que sólo lo hace el 1,0% de las mujeres. Su sociología ofrece algo contradictorio: declara jugarlo el 6,3% de los comprendidos entre 18 y 24 años y el 6,9% de los que están entre 25 y 34. Pero entre ellos el juego es muy esporádico. Los clientes habituales son mayores de 35 años y el mayor olvido de haber echado alguna moneda se produce también en estas franjas de edad (tabla 13). Su perfil se completa con varios rasgos:

3/ Máquinas instaladas en hostelería que ofrecen a sus clientes un tiempo de juego a cambio de una cantidad jugada (0,20€) por la que pueden obtener un premio que no puede exceder de 500 veces la cantidad jugada, es decir, 100 €.

TABLA 13 PERFIL SOCIOLÓGICO DE LOS CLIENTES DE MÁQUINAS “B” EN HOSTELERÍA (%)

	Recuerda haber jugado en máquinas “B” en bares				
	2016	2017	2018	2019	2020
Total	5,6	5,9	5,2	4,4	3,8
Hombres	9,3	10,8	8,7	7,5	6,6
Mujeres	2,4	1,1	1,7	1,3	1,0
De 18 a 24 años	11,2	22,0	9,6	6,8	6,3
De 25 a 34 años	9,1	10,8	13,0	6,2	6,9
De 35 a 44 años	9,0	3,3	3,0	8,3	3,1
De 45 a 54 años	3,1	3,7	3,8	2,5	3,4
De 55 a 64 años	0,6	2,9	2,7	2,0	2,5
De 65 a 75 años	6,3	0,9	2,1	0,6	1,9
Estatus alto	6,8	4,5	3,8	5,5	4,0
Estatus medio alto	4,8	4,3	3,5	4,8	3,6
Estatus medio medio	5,2	5,2	4,2	5,5	3,6
Estatus medio bajo	5,1	8,7	8,4	2,8	4,0
Estatus bajo	5,1	6,2	4,9	0,0	4,7
Españoles	5,4	6,2	4,9	3,9	3,6
Residentes no españoles	8,7	10,7	8,1	14,5	7,7
Tipología según frecuencia de juego recordada por el entrevistado (ver epígrafe 1.2.):					
Cotidianos	13,7	18,3	12,2	13,1	9,8
Semanales	7,4	7,2	7,2	7,8	5,6
Esporádicos	10,8	12,1	7,7	6,0	5,2
Infrecuentes	5,2	4,1	4,2	2,9	3,0
Declaran no jugar	0,5	1,2	0,0	0,0	0,0
Frecuencia de juego (Base: han jugado en máquinas “B” en bares durante el año pasado) (Los porcentajes suman en vertical)					
Todas las semanas	16,7	23,1	29,9	24,5	24,5
Cada dos o tres semanas	9,5	17,7	5,4	9,3	13,2
Una vez al mes	14,3	8,2	15,2	8,5	9,0
Alguna vez al año	38,1	26,8	31,7	29,7	27,7
Casi nunca	21,4	24,2	17,8	28,0	25,6

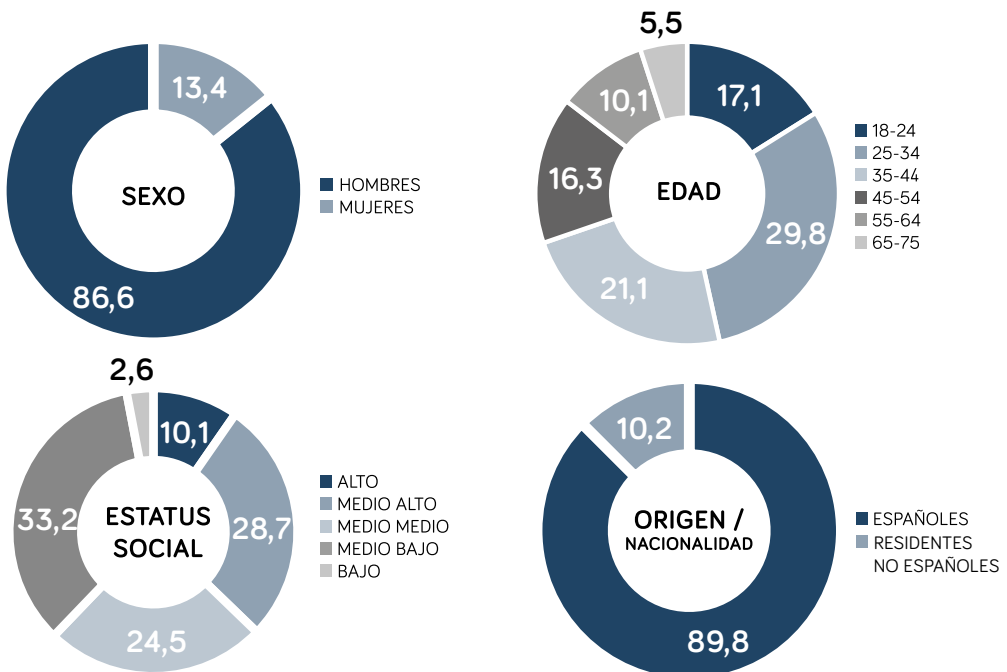
(*) Algunas series de datos tienen oscilaciones anuales por la pequeña dimensión de las muestras, es inevitable en la técnica de encuesta cuando se desciende a segmentos muy reducidos.

- Atrae a **aficionados a jugar**, los que recuerdan jugar todos los días o varias veces a la semana.
- **Atraen poco a quienes juegan con menos frecuencia.**
- Se puede decir que **repelen a quienes se consideran no jugadores**, lo que seguramente activa el resorte de su aversión al juego que se traduce en un ácido discurso contra estas máquinas.
- Las frecuencias de juego son muy dispares, lo que refuerza la idea de que **es un juego esporádico al que casi no prestan atención** buena parte de sus clientes. Más de la mitad declara sólo alguna vez al año o casi nunca.

El bajo coste de este juego hace que las tres cuartas partes de sus clientes se puedan clasificar en **clases media, media baja o baja**.

Los datos sugieren que es correcta la conclusión de Daley (1987) en su estudio sobre este juego en Estados Unidos, en **las máquinas, en realidad, se compra tiempo de distracción**. Se trata de un pasatiempo al que se puede dedicar tiempo a **precio módico** y sin mayores complicaciones, una forma de alejarse de los problemas cotidianos (gráfico 20).

GRÁFICO 20 **CLIENTES DE MÁQUINAS “B” EN HOSTELERÍA**
(PERFIL SOCIOLÓGICO) (% MEDIA DE LOS TRES ÚLTIMOS AÑOS)



El tiempo de distracción sin preocupaciones compensa más allá del dinero gastado, que suele ser poco, y se puede consumir en solitario, sin complicaciones y apenas sin conversación, aunque se esté rodeado de amigos (Walker, 1988; Gobierno Vasco, 2009: 28-30). El 40,4% de quienes juegan en máquinas en hostelería echa la vuelta de las consumiciones, “algo más del 70%... dedican menos de 10€ en cada acto de juego”, de ellos el 35,2%, 2€ o menos, y el 42,9% jugaba menos de cinco minutos en la máquina, sin incluir en estas cuentas las elevadas tasas de devolución en premios, por tanto, el juego real era inferior (Gobierno Vasco, 2009: 28-30, estudio mediante observación del comportamiento de los clientes de máquinas en bares).

2.3.6. Las timbas informales en bares o similares

Recuerdan haber jugado en timbas informales en bares, restaurantes o similares entre el 1,6% y el 3,4% en los últimos años. El recuerdo en 2020 se sitúa en un punto elevado en esta horquilla: 3,1%. Es decir, **un millón de personas**. Entre 2014 y 2016 estas partidas estuvieron afectadas por la crisis con recuerdos inferiores al 2%, **a partir de 2017 se reactivaron**. Es una forma de ocio “nicho”, con características acusadas: **hombres** en más del 80% de los casos, **menores de 35 años**. Fuera de ese perfil, apenas hay participantes, acaso hombres jubilados. Tiene un cierto sesgo hacia los sectores sociales medio y alto, ya que seguramente en este tipo de timbas se juegan cantidades elevadas. Es una práctica de ocio para quienes juegan, en general, a todos los juegos, con cierta regularidad, jugadores **cotidianos o semanales** (tabla 14).

TABLA 14 PERFIL SOCIOLÓGICO DE LOS QUE HAN PARTICIPADO EN TIMBAS (%)

	Recuerda haber jugado en alguna timba durante				
	2016	2017	2018	2019	2020
Total	3,4	1,9	2,8	3,0	3,1
Hombres	5,5	2,9	4,4	5,4	4,9
Mujeres	1,3	0,9	1,3	0,5	1,3
De 18 a 24 años	10,9	3,9	10,6	11,8	11,0
De 25 a 34 años	9,6	7,1	9,4	8,1	9,1
De 35 a 44 años	2,5	1,0	0,4	2,0	2,6
De 45 a 54 años	0,6	1,0	1,2	0,7	0,0
De 55 a 64 años	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5
De 65 a 75 años	1,7	0,0	0,0	0,0	0,0
Estatus alto	3,2	2,6	1,7	9,9	7,5
Estatus medio alto	2,0	2,2	3,5	3,3	3,3
Estatus medio medio	7,0	1,7	2,8	1,1	3,2
Estatus medio bajo	0,6	1,9	2,3	1,6	1,4
Estatus bajo	1,8	0,0	5,0	0,0	0,0
Españoles	3,3	1,9	2,2	2,9	3,1
Residentes no españoles	4,8	3,8	11,3	3,9	4,0
Tipología según frecuencia de juego recordada por el entrevistado (ver epígrafe 1.2.):					
Cotidianos	10,8	3,0	4,4	3,3	3,8
Semanales	4,8	1,2	3,3	1,4	1,6
Esporádicos	5,9	4,7	4,1	6,0	4,6
Infrecuentes	2,6	1,9	2,9	3,5	4,2
Declaran no jugar	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0
Frecuencia con que ha jugado (Base: han jugado en timbas durante el año pasado) (Los porcentajes suman en vertical)					
Todas las semanas	2,9	0,0	6,8	3,2	0,0
Cada dos o tres semanas	6,0	0,0	5,6	3,9	0,5
Una vez al mes	0,0	8,9	15,4	8,1	7,3
Alguna vez al año	64,5	84,1	72,2	73,6	87,2
Casi nunca	26,6	7,0	0,0	11,2	5,0

(*) Algunas series de datos tienen oscilaciones anuales por la pequeña dimensión de las muestras, es inevitable en la técnica de encuesta cuando se desciende a segmentos muy reducidos.



3

RACIONALIDAD DEL JUEGO

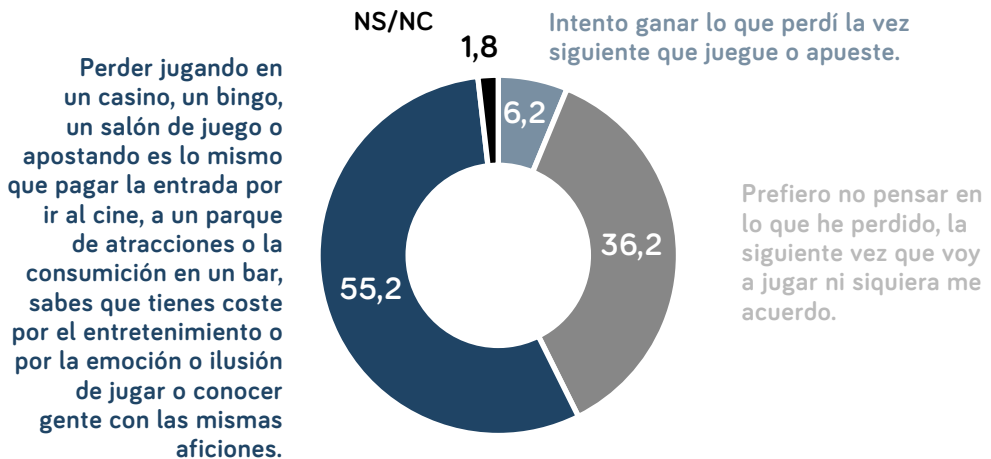
Los clientes del juego de entretenimiento buscan **distracción** (máquinas en bares o cafeterías), **demostrar que se sabe de algo** (apuestas), **compañía de personas que comparten una afición** (bingo, salones), cierto **reconocimiento de los demás**, aunque sea el momentáneo e ingenuo de sentirse tocado por la suerte en un bingo y provocar cierta admiración o pequeña envidia en los compañeros de mesa, etc. Son **pequeños placeres que tienen su precio**. Los clientes **lo saben y muestran un comportamiento muy racional**. Como todo el mundo, saben que en el juego se puede ganar o perder. Lo habitual es perder, esa es la lógica de los juegos organizados por el Estado o por empresas privadas que ofrecen salas y una logística que garantiza la infraestructura necesaria. Lo asumen. Al contrario del estereotipo que se ha acuñado del jugador como alguien que no sabe controlar sus impulsos, la inmensa mayoría mantiene una **actitud de control sobre sus gastos**, establecen rígidos umbrales sobre sus costes de juego, en un estudio cualitativo reciente se recogían estas ideas:

- *“... en ningún momento pongo en peligro mi capacidad económica, ni personal ni mucho menos de terceras personas”* (RG, mujeres, juegan con frecuencia online o presencial, 22-24 años, Madrid, 2019; Megías: 49).
- *“Yo siempre he tenido claro el dinero que tenía para gastar y el que me iba a gastar. Se queda y no me sobrepaso. A menos que me salga un partido y me lleve una cuota increíble, que haya triplicado beneficios. Digo: ‘bah, pues venga’. Pues igual sí me permito hacer una apuesta rentable. Pero porque ya estoy en positivo y sé que tengo ese dinero”* (RG, hombres, juegan con frecuencia presencial, 22-24 años, Madrid, 2019; Megías: 42).

Los datos procedentes de encuestas, inciden en la misma idea: los clientes racionalizan que las pérdidas son **el precio por un rato de entretenimiento y disfrute de unas instalaciones**, como la entrada a un espectáculo (55,2%). Para otros, es algo que **no gravita sobre sus decisiones de juego para la siguiente vez que jueguen** (36,2%). Ambas actitudes mueven a la inmensa mayoría (91,4%) de los clientes de juego presencial. A la inversa, sólo el 6,2% se plantea intentar ganar lo que perdió la vez anterior. Esto equivale al 0,84% de la población entre 18 y 75 años (gráfico 21).

“ Lo que se interpreta como pérdidas es visto por los clientes como el coste de la entrada a un espectáculo o entretenimiento ”

GRÁFICO 21 ACTITUDES ANTE LAS PÉRDIDAS DE LOS CLIENTES DE JUEGOS EN SALA Y APUESTAS (2017-2020) (N=610) (%)



Media ponderada de las respuestas de quienes jugaron en casinos, bingos, salones, apuestas o máquinas B entre 2017 y 2020.

La conclusión es clara. Al contrario de lo que se supone desde la distancia, **las ganancias no son una motivación para jugar por entretenimiento. El juego es la vía para disfrutar y pasar un rato con emociones controladas.** Esta perspectiva es menos interesante que la que suelen proponer la literatura o el cine (o buena parte de la literatura académica), pero es la que adoptan millones de personas que juegan con normalidad, como un **pasatiempo**. Para ellos, el juego implica un **alejamiento de sus actividades cotidianas ligadas al trabajo**, incluso la **apertura a otros círculos de relaciones** con los que comparten su afición y puede suponer una **fuentes de reconocimiento y valor social**, y un **componente añadido al disfrute del deporte como afición**. Esto se puede explicar con citas extraídas de una reciente estudio cualitativo en España:

“ Los clientes de juego mantienen el control sobre sus gastos. Su comportamiento es racional ”

- “A mí me produce más felicidad el haber ganado por haber jugado bien que la cantidad que estoy ganando, porque ahí lo piensas y dices: ‘he sido más lista que a lo mejor cuatro personas’” (RG, mujeres, juegan ocasionalmente online o presencial, 18-20 años, Sevilla, 2019; Macías: 37).
- “Cuando ganas, no es solo ganar para ti, al final se lo cascás a todo el mundo. Ayer una apuesta de 9€ y gané 18€” (Entrevista personal, Madrid, 2019)
- “Me gusta el deporte, y meto unos euros y así pues tiene más emoción, y si ganas pues eso que te llevas” (Entrevista personal, Madrid, 2019)

Valorar el juego, o el turismo, desde las ópticas propias del trabajo y la productividad -el *homo economicus*- carece de sentido y lleva a errores en su comprensión. El *homo ludens* existe y trata de convivir pacíficamente con otros planos de la vida, para muchas personas, el juego es una actividad liberadora, que les permite llenar su tiempo de ocio y dedicarse a actividades que les divierten o entretiene saliendo de sus rutinas. Su coste se puede definir como un coste de oportunidad: al elegir jugar a cambio de las emociones, relaciones y satisfacciones descritas se renuncia a otros bienes o consumos, ese sería su valor. **Quienes juegan saben que esas experiencias tienen un precio y nada más, que, por añadidura, controlan. Como todo gasto en ocio.**

“ El *homo ludens* existe y trata de convivir pacíficamente con otros planos de la realidad humana. No siempre le dejan ”

Se podría decir que el *homo ludens* existe, pero el *homo economicus* y las facetas radicales del *zoon politikon* y del integrista religioso no siempre le dejan vivir en paz.



4 SOCIOLOGÍA DE LOS JUEGOS *ONLINE*

Un conjunto difuso: cuántos,
quiénes y a qué juegan *online*

Los datos sobre el juego *online* proceden de los informes de la DGOJ sobre “Perfil del jugador *online*”^{4/}, de manera complementaria se añadirán algunos datos procedentes de ediciones anteriores de este estudio y de otras fuentes (AIMC).

El juego *online* no es homogéneo, aunque se hable de él globalmente, en realidad **son varios mercados que comparten el canal** pero que se mueven con **dinámicas diferentes y atraen a clientes distintos**. Tienen poco que ver las apuestas, en las que participa más del 70% de quienes juegan *online*, con el bingo, en el que participa menos del 10%. Además, su composición por sexo, edad y cantidades jugadas es muy diferente. A medio camino entre ambos quedan el póquer y los juegos de casino.

Definir quién juega *online* remite a la lógica difusa. **Sus contornos son desvaídos y las intensidades con las que sus integrantes forman parte de él son muy variadas**. En apariencia sería fácil describirlo como quien juega *online* durante un periodo de tiempo, el problema estriba en que esa denominación genérica encubre niveles de implicación muy distintos: desde quienes juegan esporádicamente arriesgando sólo los bonos que ofrecen las webs y, por tanto, aparecen como activos una o escasas veces al año, hasta quienes juegan con frecuencia.

“ **Juegan *online* cada mes entre 500.000 y 600.000 personas, de media: el 1,6% de la población adulta** ”

Los datos de la DGOJ permiten extraer algunas dimensiones de este conjunto difuso. Entre 2016 y 2020, quienes **jugaron alguna vez *online*** se estabilizaron entre **500.000 y 600.000** y quienes jugaron **alguna vez al año algo por debajo de 1,5 millones** (tabla 15 y gráfico 22). Esto muestra que “la intensificación de **la inversión publicitaria... no ha ensanchado la base de clientes**” (Ministerio de Consumo, Memoria del Proyecto de RD de comunicaciones comerciales de las actividades de juego: 22). Hay, además, una alta rotación en su captación debido a la **deserción de clientes** que habían estado activos en años anteriores (*ib idem*: 23).

En una perspectiva más amplia, durante **2020** se conectó alguna vez a Internet para jugar *online* el **3,6% de la población** mayor de 18 años, que alcanzó el 6,3% entre los hombres. Por edades hay grandes diferencias: entre los comprendidos entre 18 y 25 años se conectó el 10,7% para descender a un 0,2% entre los mayores de 65 años. Estos datos son muy estables, apenas presentan diferencias respecto a los registrados en 2016, sólo un leve aumento. Quienes acceden a webs de juego *online* son muy mayoritariamente hombres (82,3% en 2020) menores de 35 años, que representan el 61,4% (tabla 15).

4/ <https://www.ordenacionjuego.es/es/informe-jugador-online>

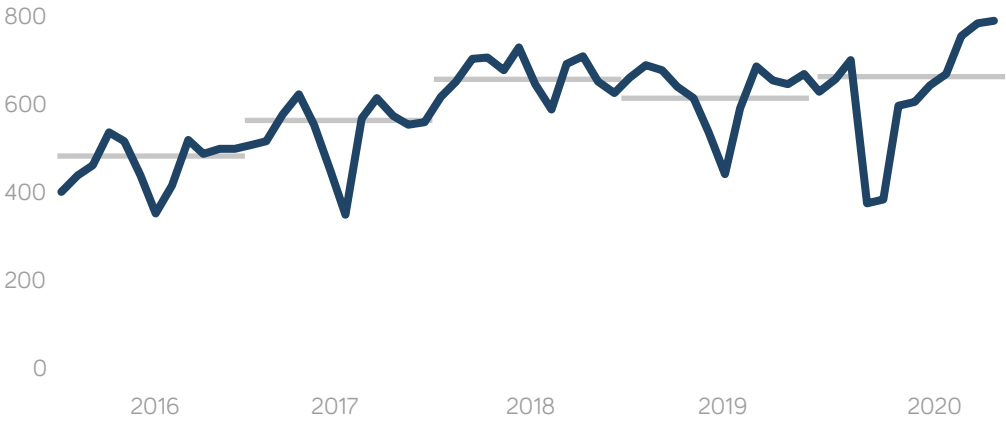
TABLA 15 PERFIL SOCIOLÓGICO DE LOS CLIENTES DE JUEGO ONLINE

	Individuos				Gasto medio (€)				Tasa Población (%) ^(*)			
	2016	2017	2018	2019	2020	2016	2017	2018	2019	2020	2016	2020
Activos en el año (1)	1.303.513	1.394.949	1.476.385	1.367.444	1.481.807	312	391	450	512	533	3,3	3,6
Activas 1 mes medio	475.127	522.777	606.833	580.508	584.854	26,0	32,6	37,5	42,7	44,4	1,2	1,4
Activos durante el año:												
Hombres	1.107.085	1.184.775	1.229.094	1.141.864	1.220.072	84,9	82,3	84,9	82,3	84,9	5,8	6,3
Mujeres	196.428	210.174	247.291	225.580	261.735	15,1	17,7	15,1	17,7	15,1	1,0	1,2
Edad:												
18 a 25 años	348.670	353.169	397.570	379.250	406.683	26,7	27,4	26,7	27,4	26,7	9,6	10,7
26 a 35 años	452.998	476.504	508.058	471.880	503.372	34,8	34,0	34,7	34,2	34,2	7,8	9,3
36 a 45 años	282.539	309.149	326.578	302.271	329.867	21,7	22,3	21,7	22,3	21,7	3,6	4,5
46 a 55 años	135.649	153.378	154.150	136.720	156.063	10,4	10,5	10,4	10,5	10,4	1,9	2,1
55 a 65 años	56.095	68.823	64.834	54.955	61.708	4,3	4,2	4,3	4,2	4,3	1,0	1,0
Más de 65 años	27.562	33.926	25.195	22.368	24.112	2,1	1,6	2,1	1,6	1,43	0,3	0,2
Activos por juego (se han conectado alguna vez en el año)												
Apuestas	977.776	1.077.834	1.142.487	999.761	1.046.481	75,0	70,6	75,0	70,6	75,0	2,5	2,6
Casino	405.070	476.994	574.862	570.797	642.406	31,1	43,4	31,1	43,4	31,1	1,0	1,6
Póquer	389.592	337.098	360.658	384.456	443.596	29,9	29,9	29,9	29,9	29,9	1,0	1,1
Bingo	72.926	92.360	101.686	103.628	109.349	5,6	7,4	5,6	7,4	5,6	0,2	0,3

(*) Tasa de acceso sobre la población mayor de 18 años incluida en cada segmento.

Fuente: DGOJ.

GRÁFICO 22 EVOLUCIÓN DE LOS ACTIVOS EN WEBS DE JUEGO (MILES)



Fuente: DGOJ

Los gráficos 22 B, C, y D. muestran la **estabilidad del número de personas que se conectan a webs de juego online, desde todos los puntos de vista: juegos que practican, sexo o edad.** La suavidad de las tendencias contrasta con los mensajes que sugieren violentos crecimientos con cada acontecimiento. Lo más llamativo, es que **durante los meses de confinamiento y de restricciones de acceso a los locales de hostelería o de juego, el número de personas que jugó online se mantuvo estable.** En realidad, el número de clientes activos se mantuvo estable respecto a 2019 y descendió respecto a 2018.

Apostó *online* en 2020 el 2,6% de la población mayor de 18 años, pero el acceso a estas webs fue superior en 2018. El acceso alguna vez durante el año a webs de juegos de casino, de póquer y de bingo representa fracciones de población muy reducidas; 1,6%, 1,1% y 0,3%, respectivamente. Estas proporciones se mantienen con muy bajo crecimiento desde 2016. En suma, por el **número de clientes y de sus hábitos y juegos** practicados, puede decirse que el juego *online* es un **mercado consolidado, con un lento crecimiento.**

“ Durante el confinamiento no aumentaron quienes juegan online ”

GRÁFICO 22B EVOLUCIÓN DE LOS ACTIVOS EN WEBS DE JUEGO SEGÚN JUEGO (MILES AÑO)

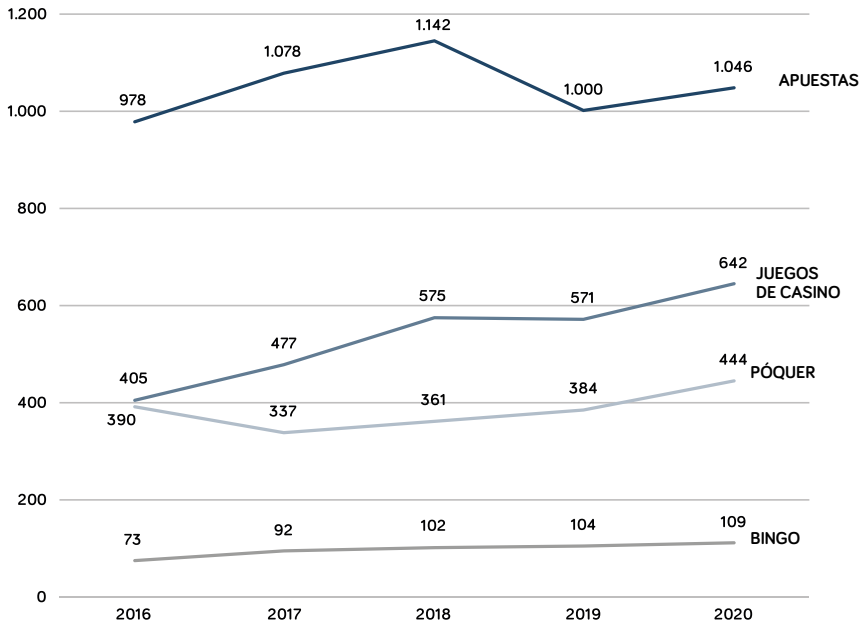


GRÁFICO 22C EVOLUCIÓN DE LOS ACTIVOS EN WEBS DE JUEGO SEGÚN SEXO (MILES AÑO)

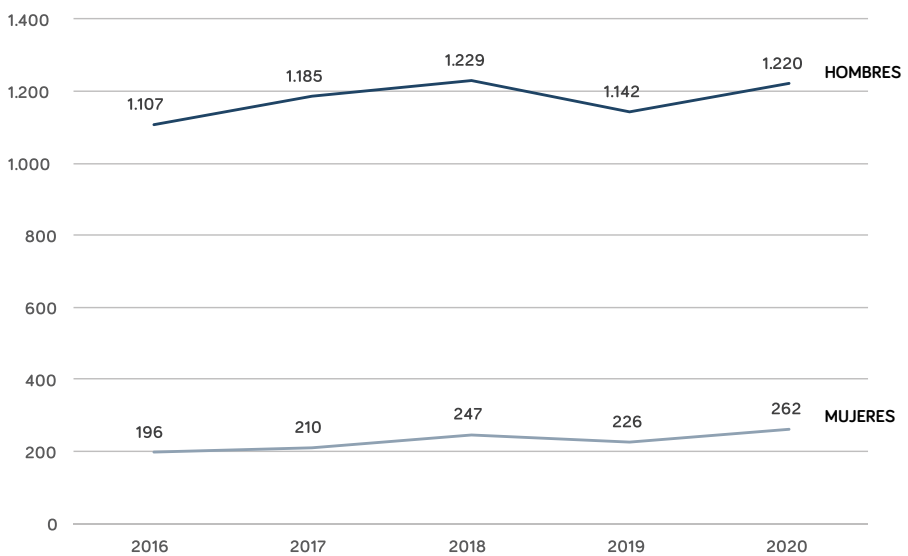
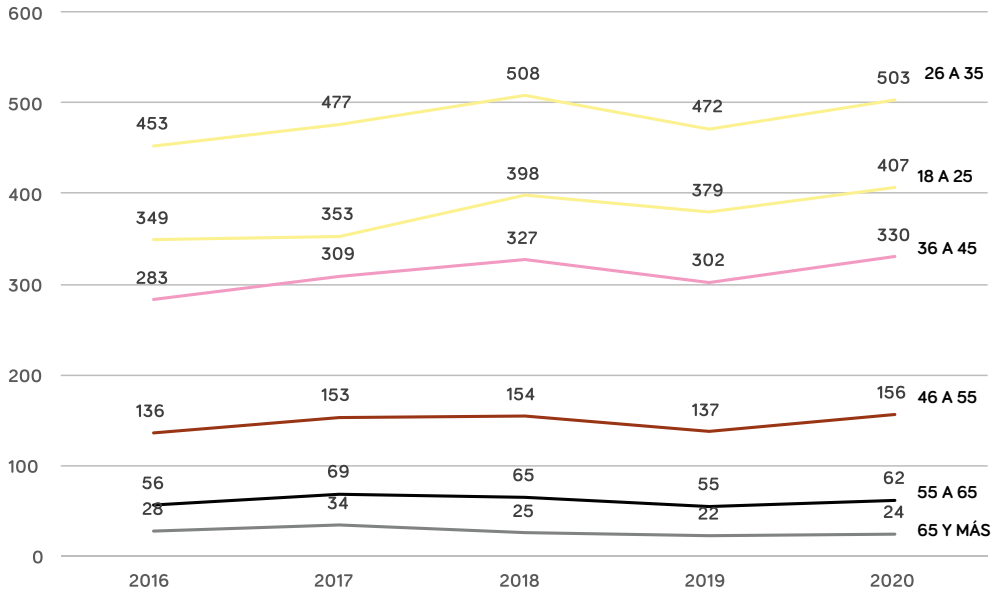


GRÁFICO 22C EVOLUCIÓN DE LOS ACTIVOS EN WEBS DE JUEGO SEGÚN EDAD (MILES AÑO)

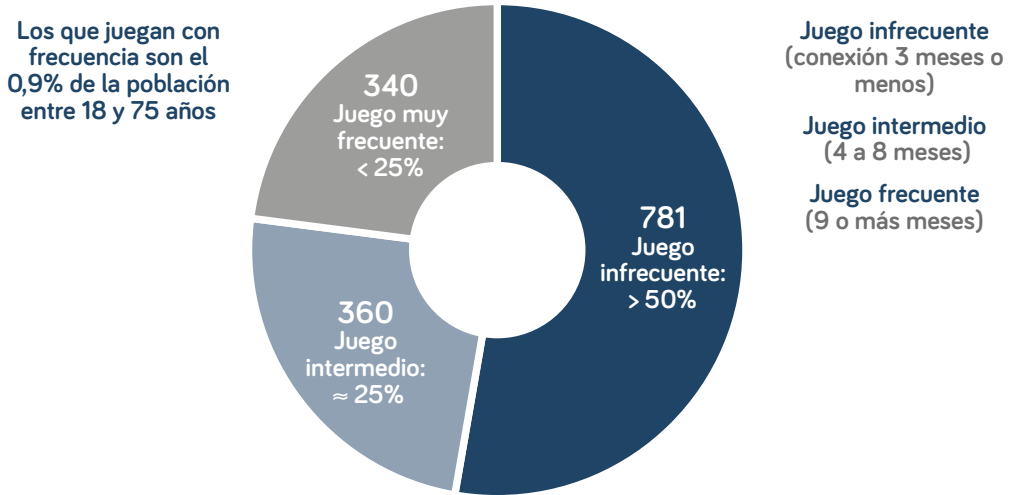


La frecuencia de conexión es muy dispersa. Hay un patrón estable que se repite con escasa variación desde 2016: la **cuarta parte** de quienes acceden a webs lo hace sólo **alguna vez durante un mes**. Entre dos y nueve meses accede la mitad y **otra cuarta parte accede alguna vez durante más de nueve meses**. Estos son los **intensivos**, pero suman sólo **340.000 individuos**, es decir, apenas el **0,8% de la población mayor de 18 años** (gráfico 23). En realidad, el tiempo medio de actividad de quienes se conectan a webs de juego es muy estable y refleja una escasa capacidad de “enganche” de estas webs. La tenue tendencia al crecimiento que aparecía entre 2016 y 2020 se cortó en 2020:

- 2016: 4,46 meses
- 2017: 4,54 meses
- 2018: 4,94 meses
- 2019: 5,09 meses
- 2020: 4,75 meses

Internet es un hábitat favorable para las apuestas *online*, establemente apuesta más del 70% de quienes acceden a webs de juego *online*. Los juegos de casino han pasado del 31,1% en 2016 al 43,4% en 2020, desde la autorización de las *slots*. El póquer está estabilizado en el filo del 30%.

GRÁFICO 23 INSCRITOS EN WEBS DE JUEGO, SEGÚN NÚMERO DE MESES EN LOS QUE JUGÓ (MILES)



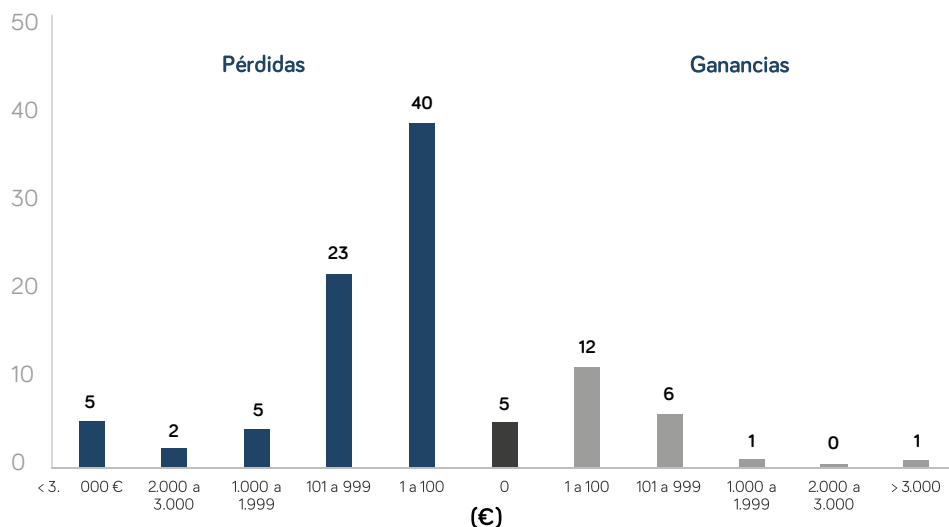
Fuente: DGOJ.

Un aspecto relevante es el incremento del gasto medio en juego *online* por parte de sus clientes: desde 312 €/año en 2016 a 533 €/año en 2020, es decir, un incremento del 70,8% en tres años. En términos mensuales el gasto es el típico de cualquier afición: 44,4€/mes, o sea, 10,2€/semana. Se puede extraer la conclusión de que **el esfuerzo publicitario de las webs de juego se traduce en un incremento de las cantidades jugadas**, pero no en un incremento del número de clientes.

Lo más destacado el gasto medio en juego *online* es la desigualdad entre sus clientes (gráfico 24):

- El 5,3% no obtiene ganancias ni pérdidas.
- El 20,3% consigue ganancias, aunque en su mayoría inferiores a 100 €/año.
- El 56,7% mantiene un gasto moderado, inferior a 100 €/año. Es decir, como máximo, 8,5€/mes.
- El 34,7% tiene un gasto superior a los 100 €/año. De ellos, un 5,4% superior a 3.000 €/año. Como ocurre en todos los mercados, “el gasto del grupo de jugadores que más gasta es responsable de la parte mayoritaria de los ingresos de los operadores” (Ministerio de Consumo, *ib idem*, 24). En todo caso, por encima de los datos más o menos llamativos, lo relevante es que de 1,4 millones de clientes de webs de juego *online*, 838.593 **se desenvuelven en unas pérdidas o ganancias de 100 €/año, es decir, el 56,7%**, en el nivel de pasatiempo o distracción.

GRÁFICO 24 BALANCE DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS (% INDIVIDUOS)



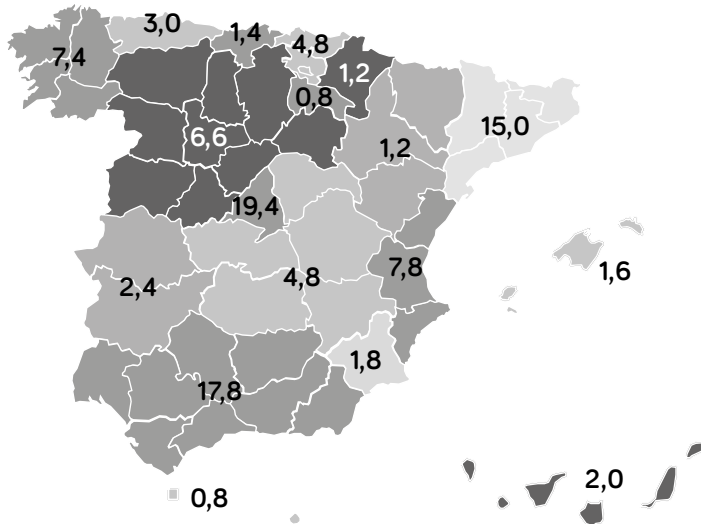
Fuente: DGOJ

En años anteriores se observaron varias características del juego *online* que se mantienen dada la estabilidad de los datos proporcionados por la DGOJ:

- **Los clientes de juego *online* se sitúan en los estatus sociales medio y alto.**
- Se ha consolidado un “mapa”. En su mayoría quienes juegan *online* se concentran en Madrid (19,4%), Andalucía (18,0%), Cataluña (15,0%), Valencia (7,8%) y con escasas oscilaciones anuales. Obviamente, estas son las cuatro comunidades en la que destaca cualquier tema relacionado con la demografía (gráfico 25).
- Quienes juegan *online* no excluyen el juego presencial, sistemáticamente, en números redondos, **el 90% declara que juega juegos presenciales en las salas de juego o comprando boletos.**
- La frecuencia de conexión a Internet para jugar varía dependiendo del estatus social. Según datos de 2019, el 41,2% de quienes se pueden identificar con el estatus alto se conecta todos los días o varias **veces** a la semana, esta frecuencia desciende en paralelo al estatus social, hasta el 24,2% entre quienes se pueden clasificar con de estatus medio bajo.
- Hay una tendencia al incremento del juego *online* en días laborables, las respuestas estos días pasaron del 75,6% en 2016 al 86,0% en 2019. A la inversa, las respuestas en días festivos se redujeron del 24,4% al 14,0%.

GRÁFICO 25

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LOS CLIENTES DE WEBS DE JUEGO ONLINE EN 2019 (%)



Fuente: Gómez Yáñez, J. A. Lalanda C. (2019): *Juego y Sociedad X*. Madrid: Instituto de Política y Gobernanza, Universidad Carlos III.

- Otro signo de normalización del juego *online* es la **reducción de la duración de las sesiones de juego**, al menos en la apreciación subjetiva de los entrevistados. A principios de 2019 son **exactamente de media hora**.

En los laborables el acceso a estas webs se destina a las apuestas deportivas, bingo, juegos de casino y a los juegos de SELAE: loterías primitivas y adquirir lotería nacional.

Si se comparan estos tiempos con la media destinada a las redes sociales entre sus usuarios, se observa que es casi la mitad: poco más de media hora frente a casi una hora (54' en 2017 y 52,9' en 2018)⁵. Lo que es evidente es que las actividades canalizadas a través de Internet ocupan cada vez más tiempo, porque se han convertido en parte integrante de la vida individual.

5/ Fuente: Estimación propia a partir de AIMC (2018 y 2019): *Navegantes en la red*.



5

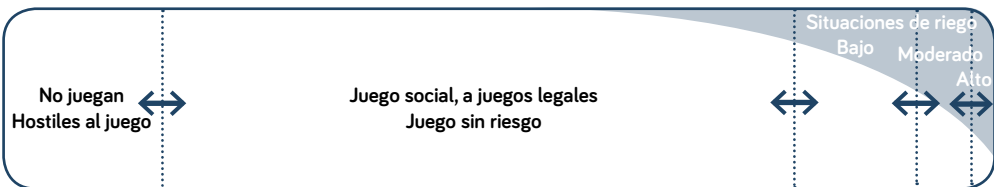
**EL JUEGO
PROBLEMÁTICO**

5.1. ENFOQUE DEL PROBLEMA

Como en ediciones anteriores se incluyeron en el cuestionario las baterías de preguntas utilizadas internacionalmente (**PGSI y DSM-IV⁶**) para detectar la incidencia del juego problemático. En la edición de **2015** de este estudio se describieron sus antecedentes. Desde entonces esta **publicación mantiene la información actualizada anualmente sobre este tema.**

Baste recordar que el trastorno de juego fue reconocido como un desorden mental en la tercera edición del *Diagnostic and Statistical Manual* (DSM III) de la Asociación Americana de Psiquiatría, en 1980. El núcleo de esta definición es la pérdida de control del individuo sobre sí mismo y su conducta respecto al juego, no la frecuencia o las cantidades que juegue. El juego problemático se puede mostrar gráficamente como el final de una pendiente en la que el individuo pierde progresivamente el control sobre sus actos. Se pueden distinguir niveles operativos que comienzan en el punto 0 de indiferencia u hostilidad ante el juego hasta la pérdida de control que requiere atención clínica. Aunque la definición sugiere una progresión, el proceso no es irreversible ni irremediable, simplemente hay niveles, y el sujeto podría retroceder en ellos incluso por propia iniciativa.

En esta escala los grados se distinguen cualitativamente, las distinciones son relativamente arbitrarias. El gráfico trata de representar esta idea.



5.2. LOS INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN

El problema operativo de discernir entre las personas que juegan por entretenimiento de quienes han desarrollado un problema que puede llegar a requerir atención clínica, es diseñar y aplicar instrumentos de medida que permitan discriminarlos. En la investigación clínica se utilizan test que diagnostican individuo a individuo, que se manejan como material complementario de otros instrumentos de diagnóstico. En la investigación sociológica el problema se plantea de diferente manera: determinar qué fracción de la población puede estimarse en cada punto del arco “normalidad”-“juego problemático”.

6/ Se ha preferido conservar la escala DSM-IV para mantener las series estables, la más moderna DSM-V puede ser más precisa, pero tiene el inconveniente de que puede producir alguna discontinuidad con la serie de estudios anteriores, problema que se ha preferido evitar.

En 1994, la Asociación Americana de Psiquiatría desarrolló un cuestionario (denominado convencionalmente DSM-IV) que desglosaba distintos indicadores sobre pérdida de control ante el juego. Consiste en diez preguntas dicotómicas (Sí/No), que más tarde se convirtieron en una escala (de Likert) de cuatro puntos sobre la frecuencia con la que el entrevistado se encontraba con un problema vinculado al juego (casi siempre, con frecuencia, algunas veces, nunca). Este cuestionario ha dado lugar a varias explotaciones estadísticas convencionales para situar a los entrevistados en el continuum antes descrito. La que se utilizará en este estudio será la explotación “*Continuous Scoring*”, empleada por la British Gambling Commission en sus estudios anuales, que asigna la siguiente escala de puntos:

- 0 para las respuestas “nunca”
- 1 para “alguna vez”
- 2 para “con frecuencia”
- 3 para “casi siempre”

Esta escala sitúa a cada entrevistado en un punto entre 0 y 30. La clasificación de los casos depende de su puntuación:

- 0 “sin problema”
- 1 – 2 “bajo riesgo”
- 3 – 7 “riesgo moderado”
- 8 y más “jugador problemático”.

Las versiones del DSM-IV están diseñadas desde la psiquiatría, su aplicación práctica a grandes muestras sociológicas se comprobó que producía a veces resultados extraños. Por tanto, se buscaron alternativas que desembocaron en un nuevo cuestionario que se ha ido imponiendo en la práctica, el PGSI (Program Gambling Severity Index), desarrollado inicialmente por el Canadian Centre of Substance Abuse (en su primera versión se denominó CPGI). Su aplicación es similar al anterior: se pide a cada entrevistado que señale con qué frecuencia experimenta algún síntoma de pérdida de control ante el juego, a cada respuesta se le asigna una puntuación, de 0 a 3, desde 0 a la respuesta “nunca” hasta 3 a “casi siempre”. La suma de respuestas sitúa a cada entrevistado en un punto entre 0 y 27 (9 preguntas por una puntuación máxima de 3) que lo clasifica en cuatro tipologías desde “sin problema de juego”, hasta “jugador problemático”.

Los cuestionarios DSM-IV y PGSI, estructurados como escalas de Likert de cuatro respuestas, se han utilizado aquí como base para determinar los niveles de implicación en el juego en la población residente en España comprendida entre 18 y 75 años. La utilización de dos sistemas es frecuente, con la consecuencia de que den resultados ligeramente diferentes, algo que hay que asumir como inevitable en este terreno de investigación⁷.

^{7/} Se procedió así en Wardle, H; Moody, A; Spence, S; Orford, J; Volberg, R; Jotangia, D; Griffiths, M; Hussey, D; Dobbie, F (2010): *British gambling prevalence survey*, National Centre for Social Research. El estudio británico sobre este tema es una referencia. Se ha mantenido este criterio en las ediciones posteriores.

La incidencia del juego problemático se acotó a los doce meses anteriores a la encuesta, localizando esta variable a partir de las respuestas de los entrevistados a los juegos a los en que habían participado en ese periodo. Esta es la forma convencional de manejar estas escalas a efectos comparativos y de evolución.

5.3. EL JUEGO PROBLEMÁTICO EN LA POBLACIÓN ENTRE 18 Y 75 AÑOS

5.3.1. Datos globales

Los niveles de juego problemático entre la población entre de 18 a 75 años observados en España desde 2015 son estables. En el nivel de “juego problemático” o de “trastorno de juego” se sitúa en 2021 entre **0,3% aplicando el cuestionario PGSI y el 0,2% con el DSM-IV-CS**. Se mantienen en la línea de lo registrado desde 2015. No obstante, se aprecia un ligero incremento de los casos clasificables como “bajo riesgo” o “riesgo moderado” (tabla 16).

“ El juego problemático se mantiene entre el 0,2% y el 0,3% entre los 18 y los 75 años ”

En octubre de 2020 se realizó un estudio en el País Vasco, a cargo del Observatorio Vasco del Juego, que dio resultados convergentes: el 0,2% de la población mayor de 18 años se clasifica en el nivel de mayor riesgo (García Rabadán y otros, 2020: 48-49). La serie de estudios realizada en el País Vasco en los últimos años (Labrador, 2013; Consejería de Salud, 2017 y el citado de 2020) muestran también una tendencia al descenso, simultánea al conjunto de España.

5.3.2. La evolución desde 1990

Los datos de 2021 siguen la serie de las **tres últimas décadas** a partir de estudios nacionales, autonómicos o locales. La conclusión global es que **en España el “juego problemático” ha descendido regularmente, situándose en el 0,3% o menos desde hace década y media**, así lo confirman nuestros estudios anuales, los de la DGOJ, SELAE y el Ministerio de Sanidad (EDADES) y los realizados en algunas comunidades como Cataluña, País Vasco, Asturias y Galicia. El gráfico 26 refleja esta evolución descendente (Gómez Yáñez, 2017 y las fuentes citadas en la tabla 18).

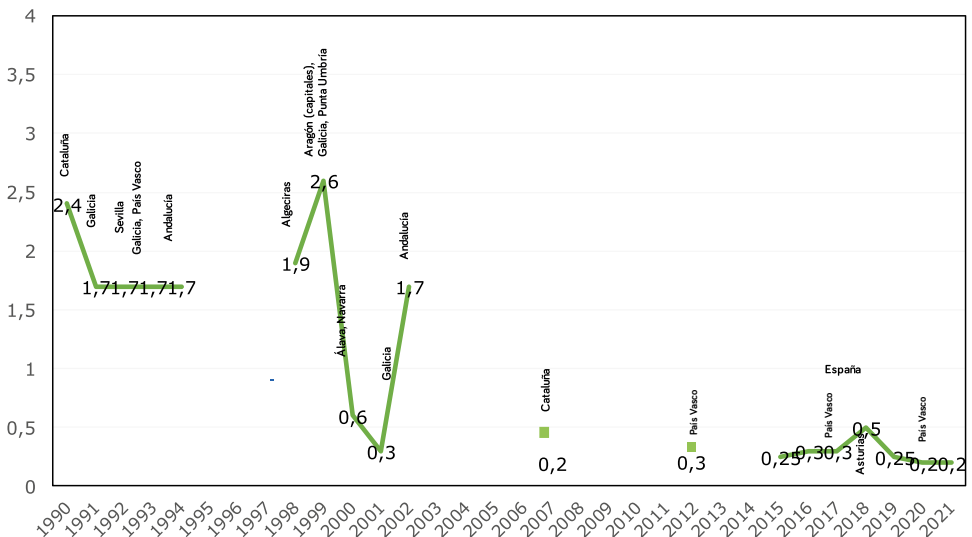
Conviene **ampliar esta reflexión hasta los primeros estudios sobre el juego problemático en España, a comienzos de los noventa**, porque hay alguna similitud con el clima de presión de opinión sobre el juego en los dos últimos años. El enfoque “informativo” dominante incide en que “este sería un país de ludópatas que alberga millones de jugadores a punto de extravío total, amenazado por un diluvio

TABLA 16 INCIDENCIA DEL JUEGO PROBLEMÁTICO EN LA POBLACIÓN RESIDENTE EN ESPAÑA (18-75 AÑOS) (%)

	PGSI				
	2016	2017	2018	2019	2020
No jugadores	14,6	14,8	15,2	14,0	19,1
Sin problema	80,8	81,4	77,9	79,9	75,2
Bajo Riesgo	3,4	2,2	5,3	4,6	4,0
Riesgo moderado	0,9	1,1	1,4	1,4	1,4
Juego problemático	0,3	0,5	0,2	0,1	0,3
(n)	(1.002)	(801)	(1.002)	(1.007)	(1.003)

	DSM - IV (Continous Scoring)				
	2016	2017	2018	2019	2020
No jugadores	14,6	14,8	15,2	14,0	19,1
Sin problema	73,5	74,5	73,1	75,3	68,3
Bajo Riesgo	10,8	6,9	8,2	6,6	7,3
Riesgo moderado	0,9	3,1	3,2	3,9	5,1
Juego problemático	0,3	0,7	0,3	0,3	0,2
(n)	(1.002)	(801)	(1.002)	(1.007)	(1.003)

GRÁFICO 26 EVOLUCIÓN DE LA INCIDENCIA DEL JUEGO PROBLEMÁTICO EN LA POBLACIÓN ADULTA RESIDENTE EN ESPAÑA (1990 - 2020) (%)



Fuente: Actualización de Gómez Yáñez, J. A. (2017).

de suicidios, divorcios y quiebras en cadena derivados de la ludopatía” (González Seara, 1998: 361), lo que sirve de excusa para la intervención de “algún funcionario o directivo publico queriendo limitar o regular a su libre arbitrio una serie de aspectos del juego o del ocio” (González Seara, 1998: 231). Este clima parece haber revivido. El gráfico 26 muestra los resultados de los estudios sobre juego problemático hechos en España desde 1990.

Sobre los estudios publicados en los 90, sobre todo de ámbito local, González Seara (1998, 263-264) afirmaba que “las investigaciones que se han hecho sobre la afición al juego de azar de los españoles y sus posibles adicciones patológicas son escasas, muy limitadas en su alcance y objetivos, orientadas en una dirección preferentemente clínica y personal ... pero ... no pueden tomarse como guías seguras de lo que acontece realmente ... y mucho menos para adoptar, en vista de ello, decisiones de tipo administrativo que pueden afectar a los derechos y libertades de los ciudadanos” ... “las cifras de ludópatas que suelen aparecer en los medios informativos no tienen fundamentos sólidos ni contrastes fiables. No son serias” (González Seara, 1998: 271). **Sería indeseable que este clima de confusión retornara.**

“ Es indeseable un clima informativo basado en cifras alarmistas e infundadas sobre el trastorno de juego ”

En la información sobre la incidencia del trastorno de juego en España se produjo un **corte en 2000**, cuando comienzan a publicarse estudios autonómicos y nacionales (tabla 17). Es llamativo que los estudios que arrojan resultados “normales” sean omitidos en parte de una bibliografía académica que pretende mostrar la recaída reiterada de los españoles en la ludopatía cuya repercusión en los medios se asegura por dar malas noticias⁹. Aliño imprescindible en la estrategia de construcción de un discurso negativo sobre el juego es utilizar adjetivos “efervescentes” o psiquiátricos (patológico, ludopatía, prevalencia) que inducen a pensar en la urgente necesidad de intervención médica o administrativa, **no es un desenfoque exclusivamente español**. Varios autores han mostrado este proceso de construcción de un discurso negativo sobre el juego que tiene su origen en investigaciones psiquiátricas

8/ “A nivel europeo, la Recomendación de la Comisión Europa de 2014 menciona en su Considerando 11, con base en datos comparativos recogidos en el Documento de Análisis de Impacto Regulatorio, que entre el 0,1% y el 0,8% de la población adulta sufre algún tipo de trastorno asociado con el juego y que entre el 0,1% y el 2,2% muestra una relación con él potencialmente problemática” (pág. 10).

TABLA 17 ESTUDIOS SOBRE EL JUEGO REALIZADOS EN ESPAÑA (POBLACIÓN ADULTA)

Orden	Autor	Año Campo	Ámbito	Muestra n	Cuestionario Metodología	(%) Juego Problemático	(%) Riesgo moderado	Ámbito Temp.	Campo	Apoyo institucional
1	Gómez Yáñez y Lalanda	2021	España	1.003	PGSI / DSM IV	0,3 / 0,2	1,4 / 5,1	Último año	CATI (telefónica)	Univ. Carlos III - CEJuego
2	García Rabadán y otros	2020	País Vasco	2.000	NODS	0,2	0,1	Último año	Personal hogar	Observatorio Vasco Juego
3	Gómez Yáñez y Lalanda	2020	España	1.007	PGSI / DSM IV	0,1 / 0,3	1,4 / 3,9	Último año	CATI (telefónica)	Univ. Carlos III - CEJuego
4	Cases	2019	Galicia	1.006	PGSI / DSM IV	0,2 / 0,2	1,7 / 3,0	Último año	CATI (telefónica)	AGEO
5	Gómez Yáñez y Lalanda	2019	España	1.002	PGSI / DSM IV	0,2 / 0,3	1,4 / 3,2	Último año	CATI (telefónica)	Univ. Carlos III - CEJuego
6	Gómez Yáñez	2018	Asturias	1.002	PGSI / DSM IV	0,0	0,1 / 2,8	Último año	CATI (telefónica)	Inst. Política y Gobernanza. Univ. Carlos III.
7	Gómez Yáñez y Lalanda	2018	España	801	PGSI / DSM IV	0,5	1,1	Último año	CATI (telefónica)	Univ. Carlos III - Fundación Codere
8	Min. Sanidad (EADDES)	2018	España	21.249	DSM V	0,3	0,4	Último año	Personal hogar	Ministerio de Sanidad
9	Cons. Salud Gob. Vasco	2017	País Vasco	2.013		0,2	0,4	Último año	Personal hogar	Gobierno Vasco
10	Gómez Yáñez et al.	2017	España	1.002	PGSI / DSM IV	0,3 / 0,1	0,9 / 0,9	Último año	CATI (telefónica)	Univ. Carlos III - Fundación Codere
11	Gómez Yáñez et al.	2016	España	1.012	PGSI / DSM IV	0,3 / 0,1	0,3 / 2,8	Último año	CATI (telefónica)	Univ. Carlos III - Fundación Codere
12	Labrador et al.	2015	España	7.121	NODS	0,3	0,6	Último año	Mall intercept	Dir. Gral. Ordenación Juego - MHAP.
13	Gómez Yáñez et al.	2015	España	1.002	PGSI / DSM IV	0,1 / 0,4	0,7 / 3,2	Último año	CATI (telefónica)	Univ. Carlos III - Fundación Codere
14	Labrador et al.	2013	España	3.000	NODS / DSM IV	1,1	1,0	Toda la vida	Mall intercept	SELAE
15	Cons. Salud Gob. Vasco	2012	País Vasco			0,3	0,1	Último año	Personal hogar	Gobierno Vasco
16	González Ibañez, Volberg	2007	Cataluña	3.000	PGSI	0,2	0,5	Último año	CATI (telefónica)	Dep. Salut Generalitat Cataluña
17	Salinas	2002	Andalucía	4.997	SOGS	1,7	4,2	Toda la vida	Personal hogar	FEJAR, Uh. Granada. Cons. As. So. J. And.
18	Becoña	2001	Galicia	1.624	NODS / DSM IV	0,3	0,3	Último año	Personal hogar	Sec. Investigación y Desarrollo Xunta Galicia.
19	Plan Foral Drogodép.	2000	Navarra	1.504	DSM IV	0,8	1,6	Último año	Personal hogar	Gobierno de Navarra
20	Append	2000	Álava	1.118	SOGS	0,3	0,5	Último año	CATI (telefónica)	ASAJER (Asoc. Alavesa Jugadores Reh.)
21	Arbinaga	1999	Punta Umbria (Huelva)	486	SOGS	3,5	4,9	Toda la vida	Personal hogar	Concejalia de Bienestar Social.
22	Ramírez et al.	1999	Andalucía	3.000	SOGS	1,6	1,4	Toda la vida	Personal hogar	
23	López Jiménez et al.	1999	Aragón (capitales)	500	SOGS	2,6	6,6	Toda la vida	Personal hogar	Diputación General de Aragón
24	Tejeto	1998	Algeciras (Cádiz)	419	SOGS (modif)	1,9	3,8	Toda la vida	Personal hogar	JARCA. Cons. Asu. Sociales J. Andalucía.
25	Irruñeta	1994	Andalucía	4.977	Cuest. propio	1,7	3,3	Toda la vida	Personal hogar	FAJER
26	Echeburúa et al.	1993	País Vasco		SOGS	2,0				
27	Becoña y Fuentes	1993	Galicia	1.028	SOGS	1,4	2,0	Toda la vida	Personal hogar	
28	Legarda et al.	1992	Sevilla (ciudad)	598	SOGS	1,7	5,2	Toda la vida		
29	Becoña	1991	Galicia (siete ciudades)	1.815	DSM III		1,7	1,6	Último año	Personal hogar
30	Labrador y Becoña	1990	Cataluña (Jugadores)			2,34				Casinos de Cataluña.
31	Cayuela	1990	Cataluña	1.230	SOGS	2,5		Toda la vida	Personal hogar	

Fuente: Actualización de Gómez Yáñez (2017) Ver bibliografía.

que extendieron sus conclusiones al conjunto de los aficionados al juego con el apoyo de ciertos sectores ideológicos (Rosecrance, 1985; Cohen, 2000; Room, 2004; Reinerman, 2005; Catenaccio, 2015).

5.3.3. El trastorno de juego diagnosticado

Conviene resaltar las precauciones con que deben tomarse los datos procedentes de encuestas. **Una encuesta sólo puede detectar los umbrales de un problema en una población determinada, algo así como su superficie**, pero no es un diagnóstico consistente. La angustia y desorden de comportamiento que caracterizan una adicción sólo pueden diagnosticarse individualmente, mediante pruebas clínicas o psicológicas apoyadas en técnicas más consistentes que un cuestionario.

Los datos sobre pacientes diagnosticados en tratamiento sugieren que el **límite máximo** de personas con trastorno al juego **no excede de 6.500/7.000 en España**, según se deduce de las **Memorias del Plan Nacional contra las Drogas del Ministerio de Sanidad** entre 2014 y 2018, a partir de la información facilitada por los servicios de salud de las comunidades. Esto equivale a un **0.02% de la población entre 18 y 75 años** (tabla 18). Sin embargo, como muestra la misma tabla, el número de personas atendidas por drogadicciones ha crecido en más de 60.000 en cinco años.

Visto de otra manera, **el porcentaje de personas en tratamiento por trastorno de juego representa una proporción cada vez menor del conjunto de individuos en tratamiento por drogadicciones**, descendente hasta el 2,8% en 2018. Como se indica en la tabla 18, los datos no abarcan a todas las comunidades, algunas informan al Ministerio de Sanidad con irregularidad. Los datos faltantes se han estimado a partir del porcentaje que representa el trastorno de juego entre el conjunto de adicciones en las comunidades de las que el ministerio dispone de información cada año.

España tiene una relación sana y normal con el juego aunque sea un grave problema individual para los afectados, que requiere atención pública y el compromiso del sector empresarial. Su limitada dimensión cuantitativa, que roza los límites de la enfermedad rara, **obliga a plantear políticas públicas muy enfocadas a los**

“ Los estudios que muestran tasas de juego problemático bajas son omitidos en una literatura académica alarmista ”

9/ Un caso reciente financiado por una fuente oficial: Pérez Camarero, Santiago y otros (2019). *Juventud y juegos de azar. Una visión general del juego en los jóvenes*. Madrid: Instituto de la Juventud. Para mostrar a España entre los países con una “prevalencia del juego problemático” más elevada (1,9%) echa mano de un estudio sobre Galicia datado en 2004, del contenido del trabajo se desprende que los autores disponen de información actualizada que prefirieron no utilizar: tabla 5, pág. 63.

TABLA 18 **INDIVIDUOS EN TRATAMIENTO POR DROGADICCIONES Y TRASTORNO DE JUEGO EN ESPAÑA (2014-2018)**

	Atendidos por drogadicciones	Atendidos por trastorno de juego (****)	Estimación (2014-2018) (% de población...)		
			Individuos	Tratamiento adicciones	Población entre 18 y 75 años
2014 (*)	176.975	5.608	7.750	4,4	0,022
2015 (**)	169.981	5.367	6.600	3,9	0,019
2016 (***)	205.171	5.657	6.400	3,1	0,018
2017 (****)	225.528	5.035	6.650	3,0	0,019
2018 (*****)	238.690	6.292	6.730	2,8	0,019

(*) Los datos sobre trastorno de juego comprenden Andalucía, Aragón, Baleares, Canarias, Cantabria, Castilla La Mancha, Extremadura, Galicia, Murcia, Navarra, La Rioja, Comunidad Valenciana, Ceuta y Melilla.

(**) Las anteriores más Asturias y Cataluña.

(***) Las anteriores más Castilla y León y el País Vasco.

(****) No reportan datos: Castilla y León, Cataluña, Madrid, Murcia y País Vasco.

(*****) Trastorno de juego u otras denominaciones similares.

(2018) No reportan datos: Baleares, Cantabria, Castilla y León, Castilla La Mancha, Madrid y País Vasco.

Fuente: Ministerio de Sanidad. Memorias Anuales del Plan Nacional contra las Drogas 2014 a 2018.

sectores de riesgo, ya que las de alcance global e indiscriminado serían ineficaces, sus resultados serán ineficientes para los recursos destinados. Se requieren políticas de precisión enfocadas a sectores muy precisos vulnerables ante el juego. El riesgo sobredimensionar el problema es patente dada la precisión que se requiere al diseñar las políticas orientadas a sectores muy concretos de la población.

Las tablas 19 y 20 muestran el perfil sociológico de los distintos niveles de sensibilidad ante el juego con los dos cuestionarios (PGSI y DSM-IV). Las conclusiones son convergentes y coinciden con las de los años anteriores. **El juego problemático en España afecta a una población muy limitada mayoritariamente masculina, menor de 35 años, aunque haya algunos casos entre los 35 y los 44 años, de todos los estratos sociales.**

La incidencia entre las mujeres es sensiblemente menor, algo que se produce sistemáticamente en todos los países, pero su presencia empieza a ser relevante en los niveles de riesgo moderado. Como se comprobó en una edición anterior de este estudio, entre las mujeres la incidencia de este tipo de problemas de comportamiento se desplaza hacia las compras compulsivas (Gómez Yáñez y otros, 2018: 65-75).

“ **Las políticas de prevención del trastorno de juego deben orientarse a colectivos muy precisos, no a sectores indiscriminados o definidos de manera vaga e imprecisa** ”

TABLA 19 PERFIL SOCIOLÓGICO POR TIPOLOGÍAS DE JUGADORES SEGÚN EL MODELO PGSI (%)

	Problemático		Riesgo moderado		Bajo riesgo		Sin problema		No juegan		(n)	
	2015/20	2021	2015/20	2021	2015/20	2021	2015/20	2021	2015/20	2021	2015/20	2021
Total	0,3	0,3	0,9	1,4	3,3	4,0	80,0	75,2	15,5	19,1	(5.826)	(1.003)
Hombres	0,5	0,3	1,5	2,2	4,7	6,8	77,8	72,6	14,9	17,9	(2.894)	(495)
Mujeres	0,0	0,3	0,4	0,7	2,1	1,5	81,4	76,8	16,1	20,8	(2.930)	(505)
De 18 a 24 años	0,7	1,5	3,6	1,9	9,1	10,4	57,7	42,6	29,0	43,6	(517)	(94)
De 25 a 34 años	0,8	0,8	1,7	4,7	5,1	10,4	72,5	57,4	19,8	26,7	(946)	(155)
De 35 a 44 años	0,1	0,0	0,7	1,3	2,9	2,8	82,6	80,6	13,5	15,3	(1.370)	(211)
De 45 a 54 años	0,0	0,0	0,5	0,8	2,2	2,1	85,4	85,0	12,0	12,0	(1.248)	(217)
De 55 a 64 años	0,1	0,5	0,4	0,0	2,5	0,5	85,4	85,2	11,6	13,8	(928)	(179)
De 65 a 75 años	0,0	0,0	0,3	0,6	1,7	2,8	83,9	77,2	14,2	19,3	(817)	(144)
Estatus alto*	0,1	0,3	0,8	1,5	3,3	5,0	82,8	73,1	12,9	20,1	(2.123)	(433)
Estatus medio	0,4	0,3	1,2	1,6	3,4	4,5	80,7	78,5	14,2	15,2	(1.733)	(258)
Estatus medio bajo	0,3	0,3	0,8	0,7	4,1	5,9	75,9	68,8	18,9	24,3	(1.969)	(310)

TABLA 20 PERFIL SOCIOLOGICO DE LAS TIPOLOGÍAS DE JUGADORES, SEGÚN EL MODELO DSM-IV (CONTINUOUS SCORING) (%)

	Problemático		Riesgo moderado		Bajo riesgo		Sin problema		No juegan		(n)	
	2015/20	2021	2015/20	2021	2015/20	2021	2015/20	2021	2015/20	2021	2015/20	2021
Total	0,4	0,3	2,9	5,1	8,3	7,3	72,7	68,2	15,8	19,1	(5.826)	(1.003)
Hombres	0,6	0,3	3,8	6,1	9,1	9,6	71,7	66,1	14,7	17,9	(2.894)	(495)
Mujeres	0,2	0,1	1,9	4,4	7,4	5,4	73,7	69,3	16,9	20,8	(2.930)	(505)
De 18 a 24 años	1,7	1,5	6,2	8,3	11,8	10,9	51,3	35,7	29,1	43,6	(517)	(94)
De 25 a 34 años	0,8	0,5	3,7	9,1	11,9	12,8	63,5	50,9	20,1	26,7	(946)	(155)
De 35 a 44 años	0,1	0,0	3,2	4,5	7,9	8,5	74,6	71,7	14,2	15,3	(1.370)	(211)
De 45 a 54 años	0,0	0,0	1,8	3,6	7,8	5,5	78,0	78,9	12,4	12,0	(1.248)	(217)
De 55 a 64 años	0,3	0,0	1,8	2,7	7,5	6,9	78,3	76,6	12,1	13,8	(928)	(179)
De 65 a 75 años	0,1	0,0	1,9	5,7	4,9	1,9	79,5	73,1	13,6	19,3	(817)	(144)
Estatus alto*	0,1	0,2	2,6	4,7	8,3	8,8	76,1	67,1	12,9	19,1	(2.123)	(433)
Estatus medio	0,7	0,3	3,0	7,9	8,8	8,5	72,5	68,1	15,1	15,2	(1.733)	(258)
Estatus medio bajo	0,6	0,3	3,3	3,8	9,9	4,8	66,9	68,0	19,3	23,2	(1.969)	(310)

TABLA 21 **CONSISTENCIA DE LAS CLASIFICACIONES PGSI Y DSM-IV (CS)**
(%)

		PGSI				Total DSM-IV (CS)	
		No jugador	Sin problema	Bajo Riesgo	Riesgo Moderado		Problemático
DSM-IV (CS)	No jugador	19,1				19,1	
	Sin problema		66,8	1,2	0,3	68,3	
	Bajo Riesgo		5,5	1,6	0,1	7,3	
	Riesgo Moderado		2,9	1,1	1,0	5,1	
	Alto riesgo			0,1		0,1	0,2
Total PGSI		19,1	75,2	4,0	1,4	0,3	100

5.3.4. La consistencia entre las distintas metodologías

La tabla 21 muestra la consistencia de las dos clasificaciones entre sí ($\chi^2=35,905$ y $p=0,00004121$). Esta es la sexta ocasión en que se replican estas metodologías, en todas ellas **la consistencia de los resultados es elevada**.

Las tablas 22 y 23 reflejan las respuestas a las escalas PGSI y DSM-IV acumulados para el periodo 2015-18 y las recogidas en 2019.

5.3.5. Comparación internacional

Los datos adquieren sentido por comparación, por tanto, ¿en qué posición se sitúa España respecto a otros países? Es uno de los cinco que muestran una **incidencia más baja en Europa**, al nivel de **Dinamarca** (0,3%), **Alemania** (0,4%), **Finlandia** (0,6%), **Francia** (0,5%), **Gran Bretaña** (0,4%, retornando a sus niveles normales en el primer trimestre de 2021) o **Suecia** (0,4%). Fuera de Europa está a un nivel similar a Australia, Estados Unidos (0,6%), Nueva Zelanda (0,7%). Está ligeramente por debajo de Argentina (0,8%), Canadá (0,8%), Suiza (0,8%), Italia (1,04%) y, desde luego, varios países asiáticos (tabla 24 y gráfico 2 del Resumen Ejecutivo).

En general, en Europa Occidental, con la excepción de Italia, el juego problemático está en descenso.

TABLA 22 RESPUESTAS A LOS ITEMS DEL CUESTIONARIO PGSI (% HORIZONTALES)

	Casi siempre		Con frecuencia		Alguna vez		Nunca		No juegan	
	2015/20	2021	2015/20	2021	2015/20	2021	2015/20	2021	2015/20	2021
En los últimos doce meses:										
¿Ha vuelto para intentar ganar el dinero que perdió?	0,2	0,3	0,8	0,0	1,5	0,6	82,1	80,0	15,5	19,1
¿Ha jugado o apostado más dinero del que se podía permitir perder?	0,1	0,1	0,1	0,3	1,2	0,7	83,1	79,8	15,5	19,1
¿Ha habido gente que le ha criticado lo que juega, o le ha dicho que tiene un problema con el juego, con independencia de que usted piense que es verdad o no?	0,1	0,2	0,2	0,1	0,9	2,7	83,4	77,9	15,5	19,1
¿Ha sentido que el juego le ha provocado problemas económicos a usted o a su familia?	0,1	0,0	0,3	0,1	0,5	0,3	83,7	80,5	15,5	19,1
¿Se ha sentido culpable sobre la forma en que juega y lo que sucede cuando juega?	0,2	0,1	0,7	0,0	0,6	1,1	83,0	79,7	15,5	19,1
¿Ha necesitado jugar más dinero para conseguir la misma emoción?	0,0	0,2	0,1	0,0	0,5	0,5	83,9	80,2	15,5	19,1
¿Ha sentido que usted podía tener un problema con el juego?	0,1	0,1	0,4	0,0	0,4	2,1	83,6	78,7	15,5	19,1
¿Ha tomado dinero prestado o vendido algo para conseguir dinero para jugar?	0,0	0,1	0,5	0,0	0,3	0,4	83,7	80,4	15,5	19,1
¿Ha sentido que el juego le ha producido problemas de salud, incluyendo estrés o ansiedad?	0,1	0,2	0,1	0,1	0,3	1,2	84,0	79,4	15,5	19,1

TABLA 23 RESPUESTAS A LOS ITEMS DEL CUESTIONARIO DSM-IV (% HORIZONTALES)

	Cada vez que pierdo		La mayor parte de las veces		Alguna vez, más o menos la mitad de las veces que pierdo		Nunca		No juega	
	2015/20	2021	2015/20	2021	2015/20	2021	2015/20	2021	2015/20	2021
Cuando usted juega., ¿con qué frecuencia vuelve a jugar para ganar lo que perdió otro día?	0,6	2,1	0,9	1,2	6,0	4,6	77,3	73,0	15,3	19,1
	Con frecuencia		Algunas veces		Ocasionalmente		Nunca		No juega	
¿Con cuanta frecuencia se ha encontrado usted mismo pensando sobre el juego, es decir, volviendo sobre partidas anteriores, planificando la próxima vez que jugará o pensando formas para tener dinero para jugar?	0,5	0,6	1,1	0,7	3,4	4,3	79,6	75,3	15,3	19,1
¿Tiene necesidad de jugar más y más dinero para conseguir la emoción que desea conseguir jugando?	0,2	0,1	0,2	0,1	1,0	0,2	83,2	80,5	15,3	19,1
¿Se siente usted irritable cuando intenta dejar de jugar?	0,2	0,0	0,4	0,0	0,6	1,1	83,5	79,8	15,3	19,1
¿Ha jugado para escapar de sus problemas o cuando está deprimido, ansioso o mal consigo mismo?	0,1	0,0	0,3	0,0	1,1	1,6	83,2	79,3	15,3	19,1
¿Ha mentido a su familia o a otros para esconder el tiempo que dedica a jugar?	0,1	0,0	0,1	0,0	0,4	0,3	84,2	80,6	15,3	19,1
¿Ha intentado controlar o recortar lo que juega o dejar de jugar?	0,5	0,7	0,7	0,6	1,8	2,1	81,7	77,5	15,3	19,1
¿Ha cometido una falta o un delito para conseguir financiar el juego o pagar deudas de juego?	0,0	0,0	0,1	0,0	0,3	0,1	84,3	80,8	15,3	19,1
¿Se ha arriesgado a perder relaciones importantes, trabajo u oportunidades de trabajo o estudio a causa del juego?	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,2	84,4	80,7	15,3	19,1
¿Ha pedido dinero a otros para ayudarle con una situación financiera desesperada provocada por el juego?	0,0	0,0	0,1	0,0	0,2	0,1	84,3	80,8	15,3	19,1

TABLA 24 TASAS DE JUEGO PROBLEMÁTICO ENTRE LA POBLACIÓN ADULTA. ESTUDIOS RECIENTES

País	Estado / Comunidad	Año	Tipo de entrevista	Muestra (n)	(% pobl. afectada)	Sistema estimación	Población	Ámbito temporal
Alemania		2015	Telefónica	11.501	0,4	SOGS	16 - 70	Último año.
Argentina	Buenos Aires, Á. M.	2015	Personal	1.000	0,8 / 1,2 / 1,0	PGSI/DSM-IV/SOGS	> 18	Último año.
Australia	ACT (Au. Cap. Terr)	2009	Telefónica	5.500	0,5	CPGI	> 18	Último año.
	New South Wales	2010	Telefónica	10.000	0,8	PGSI	> 18	Último año.
	Queensland	2011 -12	Telefónica	15.000	0,5	CPGI	> 18	Último año.
	South Australia	2012	Telefónica	9.508	0,6	PGSI	> 18	Último año.
	Victoria	2012	Telefónica	12.474	0,9	PGSI	> 18	Último año.
		2010		3.007	1,0	DSM-IV		Último año.
Brasil		2007	Telefónica	8.496	0,8 / 0,9 / 1,0	CPGI/DSM-IV/SOGS	> 18	Último año.
Canadá	Corea del Sur	2011		4000 - 4000	1,0	CPGI	> 19	Último año.
Dinamarca		2016	Telefónica/Internet	10.900	0,3	NODS	18-74	Último año
España		2021	Telefónica	1.003	0,2 / 0,3	PGSI/DSM IV	18 - 75	Último año.
Estados Unidos		2008	Telefónica	3.435	0,6	DSM-IV	> 18	Último año
Finlandia		2016	Telefónica	7.400	0,57 / ,3	PGSI/SOGS	15 - 74	Último año.
Francia		2014	Telefónica	15.636	0,5	CPGI	18 - 75	Último año.
Gran Bretaña	Inglaterra	2021	Telefónica	4.000	0,4	PGSI/DSM IV	> 16	Último año
	Gales	2015	Personal	4.048	1,1	PGSI/DSM IV	> 16	Último año
Hong Kong		2011	Telefónica	2.024	1,4	DSM-IV	15 - 64	Sin referencia temporal
Hungría		2007	Personal. Autoadm.	2.710	1,4	SOGS	18 - 64	Toda la vida.
Islandia		2011	Telefónica	3.227	0,8	CPGI	18 - 70	
Italia		2019	Personal	2.000	1,0	CPGI	18 - 64	Último año.
Macao		2003	Telefónica	1.121	4,3		15 - 64	
Noruega		2019	Web	9.248	1,4	CPGI	16 - 64	Último año
Nueva Zelanda		2012	Personal	6.251	0,7	PGSI	> 18	Último año
Singapur		2011	Personal	3.315	1,4		> 18	Último año.
Sudáfrica		2008	Personal	3.000	3,0	CPGI	> 18	
Suecia		2015	Telefónica-Postal	21.000	0,4	PGSI	16 - 84	Último año.
Suiza		2007	Personal	4.497	0,8	NODS	> 14	Último año.
Singapur		2011	Personal	3.315	1,4		> 18	Último año.
Sudáfrica		2008	Personal	3.000	3,0	CPGI	> 18	
Suecia		2009	Telefónica-Postal	9.917	0,3 / 0,8	CPGI/SOGS	16 - 84	Último año.
Suiza		2007		4.497	0,8	NODS	> 14	Último año.

Fuente: Actualización a partir de Gómez Yáñez, JA. (2017). Las referencias a las fuentes están en la bibliografía.



6

EL TRASTORNO DE JUEGO: LA POBLACIÓN AFECTADA

6.1. ANTECEDENTES

Los datos más recientes sobre la dimensión del trastorno de juego, vistos antes, hablan de algo **menos de 7.000 personas en tratamiento** en 2018, según los últimos datos publicados por el Ministerio de Sanidad. Es decir, el **0.02% de la población entre 18 y 75 años**.

Dada esta dimensión, este capítulo tiene una lógica de **microscopio**: analiza en detalle un fragmento de población muy pequeño, al que se puede aplicar el “efecto Ana Karenina”: “todas las familias felices son iguales, pero las infelices lo son cada una a su manera”, como comenzaba Tolstoi su novela. **Los casos infelices son más interesantes desde el punto de vista psicológico, psiquiátrico, literario o periodístico que los casos normales**. Además, este caso constituye una población de fácil acceso a través de los centros de tratamiento, por ello, son objeto de atención de una desproporcionada cantidad de trabajos científicos. Esto hace que **la literatura científica proyecte una imagen distorsionada** cuantitativamente **sobre el juego** al incidir sobre un aspecto que, en realidad, afecta a una proporción muy reducida de sus aficionados y se desentiende de sus aspectos de normalidad¹⁰.



© Javier Olivares. El Mundo, 06-08-2017

Algunos académicos han descrito el proceso por el que **el discurso de la adicción ha terminado arrojando sobre el juego y sus aficionados una sombra negativa**, otras actividades han experimentado procesos similares de “negativización” mediante la acumulación de conceptos imprecisos propulsados por colectivos que han conseguido inscribir sus problemas en el marco de los *problemas mentales* con el apoyo de los medios y de fragmentos de la profesión médica (Cohen, 2000; Room,

^{10/} Los motivos para jugar como una actividad normal fueron tratados en la edición el año pasado: Gómez Yáñez y Lalanda, 2020: 75-85.

2004: 226; Reineman, 2005: 313; Catenaccio, 2015; en España, Matute, 2016: 31-32 ha descrito este proceso para la denominada “adicción a Internet”). Hay acuerdo en la literatura científica en que la adicción al juego es un **trastorno multicausal** (Blaszynski y Nower, 2002) **y múltiple** en el que intervienen factores psicológicos, ambientales y biológicos individuales, con **componentes obsesivo-compulsivos** y adictivos (Blanco et al. 2001; Rotgers y Christner, 2005; Reilly y Smith, 2013) y de **descontrol de los impulsos**, con afinidades con las compras impulsivas (Black et al. 2010), en el que la **herencia genética** tiene una influencia determinante (Potenza et al. 2005) así como los **factores familiares** que vendrían a explicar entre el 35% y el 55% de los síntomas que determinan el trastorno de juego (Eisen et al. 1998), los **aspectos neurobiológicos** individuales (Sáiz e Ibáñez, 1999), la **búsqueda de sensaciones fuertes y emotividad** (Jiménez-Murcia et al. 2012), **déficit en las estrategias de afrontamiento y solución de conflictos**, comorbilidad con otros **trastornos mentales** o **alteraciones neuropsicológicas** (Fagundo et al., 2014; Mallorquí-Baqué et al., 2016; Savvidou et al., 2017; Dowling et al. 2015). **En suma, un complejo entramado de características de la personalidad**, factores biológicos, de aprendizaje, déficits cognitivos, etc. (Dominguez, 2009: 9-16; Jiménez Murcia, 2012).

6.2. EL TRASTORNO DE JUEGO: UN TRASTORNO MÚLTIPLE Y MULTICAUSAL

En España, el único estudio de alcance nacional sobre población de personas con trastorno de juego (*Gambling Disease*) se publicó por la DGOJ en 2017 (Jiménez Murcia et al. 2017). Se basa en una muestra de 512 individuos procedentes de 28 centros asistenciales o asociaciones, con una fuerte presencia de pacientes del Hospital de Bellvitge (Barcelona) (132, el 25,8%), cuyas características se recogen en la tabla adjunta. Hay otros estudios disponibles que basados en muestras y ámbitos geográficos más limitados, pero sus conclusiones son convergentes (se citarán en su momento). Este punto va a tomar como referencias los estudios publicados en España sobre el tema, la bibliografía internacional es abrumadora y toda ella coincidente.

Conviene insistir en que este fragmento del informe es una inmersión en el complejo mundo de los afectados, 7.000 individuos. De ninguna manera sus datos y conclusiones son extensibles a los millones de personas que juegan con normalidad.

El perfil de la muestra evidencia aspectos significativos de esta población tanto en el plano sociodemográfico como de salud, biografía y antecedentes familiares:

Es predominantemente **masculina** (92,4%), rasgo que se repite en todos los estudios disponibles. Hay una **tasa altísima**, para su edad, de personas que **viven solas** (o

no tienen pareja) (solteros, divorciados, viudos, separados) (51,2%). Lo que sugiere problemas de convivencia muy extendidos y de **desestructuración familiar**. Es relevante también porque el estudio muestra que los pacientes solteros o separados juegan más que los casados o que viven en pareja. En otro estudio, cualitativo, basado en reuniones de grupo, los entrevistados señalaban la **soledad**, el **aburrimiento** o la necesidad de liberarse como los factores que les impulsaban al juego (Dpto. Interior País Vasco, 2009: 61). Su **nivel socioeconómico** es **medio bajo** (21,1%) o **bajo** (56,4%). En esto, esta población se separa de las personas que se pueden clasificar en las encuestas como “juego problemático” cuya posición social no está por debajo de la media.

Sexo	(n)	(%)
Masculino	39	7,6
Femenino	473	92,4
Origen		
España	491	95,9
Otro país de Europa	7	1,4
Sudamérica	6	1,2
África	5	1,0
Otro lugar	3	0,6
Estado civil		
Soltero	186	36,3
Casado/a o con pareja	245	47,9
Separado/a o divorciado/a	69	13,5
Viudo/a	7	1,4
No desea contestar	5	1,0
Nivel socioeconómico		
Alto	8	1,6
Medio-alto	31	6,1
Medio	76	14,8
Medio-bajo	108	21,1
Bajo	289	56,4

Los integrantes de esta población presentan **biografías salpicadas por problemas** acumulados que pueden alterar la vida de cualquiera. Hay una **tasa muy elevada de personas que han vivido acontecimientos vitales estresantes** como perder familiares o amigos por muerte (53,3%), problemas económicos (45,3%), enfermedades graves o importantes de familiares (36,3%), problemas en el trabajo (26,6%), despidos propios o de la pareja (22,3%), separación o divorcio (22,3%), problemas con el alcohol o con otras drogas ya fuera el sujeto o sus amigos (20,3%), enfermedades propias graves o importantes (16,2%), problemas con la ley (12,7%), etc. (Jiménez Murcia et al. 2017: 30).

Un aspecto **fundamental** del trastorno de juego es que **se presenta** normalmente **asociado a otros trastornos**. Por ejemplo, en 2019 los Centros de Atención al Drogodependiente de la ciudad de Madrid atendieron 255 casos, de ellos (218) el **85,5%** se presentaban asociados a **otras adicciones** y **sólo el 14,5%** se **presentaba** de forma **exclusiva** como “trastorno de juego”¹¹.

Otro rasgo determinante de esta población es que presenta un elevado consumo de **sustancias tóxicas** (72,6%): el 54,9% fuma regularmente, el 40,2% toma bebidas alcohólicas con asiduidad, el 10,1% toma fármacos no prescritos, el 7,9% usa drogas ilegales. El 27,7% no toma ninguna sustancia de este tipo (Ji-

11/ <https://www.efe.com/efe/espana/sociedad/el-juego-no-tiene-glamur/10004-4185291>

ménez Murcia et al. 2017: 37). Esto se confirma en otros estudios o fuentes. Entre los asociados de LARPA (Ludópatas Anónimos Rehabilitados del Principado de Asturias) el 30,9% consume alcohol y el 61,8% tabaco (GICA-UniOvi, 2016: 43). En Murcia, el 47% de los pacientes integrados en la asociación La Nueva Esperanza consume alcohol, el 35% cocaína y el 5% marihuana (Benito, 2017: 22). En un estudio del Consorci Sanitari del Maresme, el 46% de los pacientes de este trastorno por juego *online* consume este tipo de sustancias, entre ellos, el 50% tabaco, 12% alcohol, 12% algún tipo de droga, 5% marihuana. En el caso de los pacientes por máquinas tragamonedas, el 62% consume este tipo de sustancias, de ellos el 74% tabaco, 23% alcohol, 9% drogas (Martínez Viana, 2018). Como se deduce, la **poliadicción** está muy extendida, es una característica común asociada.

En todos los estudios disponibles se observan **elevadas tasas de ansiedad, depresión y otros trastornos**. En el estudio nacional de la DGOJ, el 32,4% está en tratamiento o va a consulta por problemas de ansiedad (13,3%), depresión (10,5%), trastorno obsesivo compulsivo (3,3%) y abuso o dependencia de sustancias tóxicas (2,9%), el resto se desglosa en una variedad de problemas (Jiménez Murcia et al., 2017). En Asturias, entre los asociados de LARPA, el 14,7% presenta niveles de depresión grave y el 27,9% moderada, “las tasas de ansiedad son sensiblemente más elevadas que las del grupo normativo” (GICA-UniOvi, 2016: 43-44). En el Hospital del Maresme, el 15% de los pacientes por juego *online* padece ansiedad y el 12% depresiones, entre los pacientes por máquinas de juego los porcentajes se elevan al 14% y al 21%, respectivamente (Martínez Viana, 2018).

Una elevada proporción reporta **antecedentes familiares de trastornos de comportamiento**. En el estudio nacional de la DGOJ, el **32,8% declara tales antecedentes familiares** con tratamiento: depresión (18,0%), ansiedad (8,6%), abuso de sustancias (4,7%), etc. (Jiménez Murcia et al. 2017: 39). En otro estudio, el 46% de los pacientes con trastorno de juego derivado del juego *online* muestra antecedentes familiares psiquiátricos y el 55% entre los derivados de las máquinas (Martínez Viana, 2018).

Hay **una significativa proporción de personas con tendencia o tentativas al suicidio**: el 15% entre los pacientes por juego *online* y el 17% por máquinas, y con tentativas el 7% y el 13% (Martínez Viana, 2018).

Es muy **elevada la autopercepción de salud precaria**. En la escala PHQ (de apreciación subjetiva del estado de salud) el 54,4% se sitúa en niveles de quebranto: leve (24,4%), moderado (15,0%), importante (6,6%) y severo (8,4%). En suma, es un colectivo que ha acumulado un deterioro físico apreciable o que percibe que lo ha acumulado (Jiménez Murcia et al. 2017: 37).

Componentes habituales en esa fase son los **razonamientos distorsionados sobre la realidad**, un **optimismo irracional** y el **pensamiento supersticioso** (Ochoa y Labrador, 1994; Domínguez, 2009).

En el cuestionario del estudio patrocinado por la DGOJ se incluyeron dos escalas para medir la tendencia a las actitudes vitales de repliegue ante la vida y los demás (escala de evitación del daño) y el comportamiento autodirectivo, para medir la capacidad de los individuos para tomar decisiones y orientar su vida. La tabla siguiente muestra un colectivo muy sensible a ambas dimensiones:

	Evitación del daño	Comportamiento autodirectivo
Muy bajo	0,0	21,7
Bajo	3,1	25,4
Medio-Normal	68,9	42,6
Alto	21,7	6,6
Muy alto	2,9	0,8
No se puede valorar	3,3	2,9
(n)	(512)	(512)

Fuente: Jiménez Murcia *et al.* (2017: 41).

La escala de evitación del daño refleja que **la mitad** de este colectivo tiene **tendencia a mostrar preocupación, ansiedad, temor o inseguridad ante lo incierto, incluso ante situaciones cotidianas**, lo que lleva a comportamientos de aversión al cambio y a mantenerse en lo conocido. Esto es compatible con la elevada respuesta a **“olvidar los problemas”** que se registra a partir de los 45 años y, sobre todo, de los 65, así como, entre **las mujeres**, con el 47,7% que daba esta respuesta como motivo para jugar en otro estudio realizado en León (Fernández Rodríguez et al. 2006: 242)

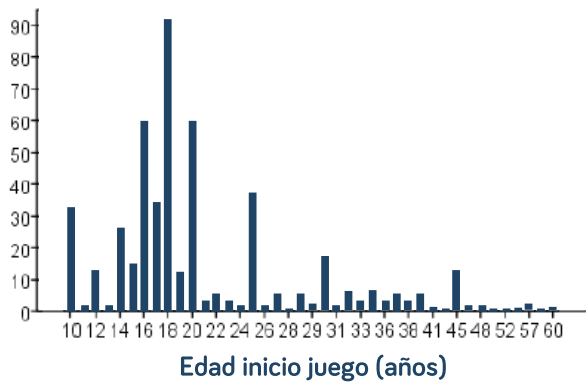
Casi la mitad del colectivo muestra **niveles bajos o muy bajos de comportamiento autodirectivo**, es decir, baja capacidad de **planificación de sus actos, tomar decisiones, orientar su comportamiento hacia objetivos** y metas, baja ambición, **baja autoestima** de sus cualidades personales y escasa perseverancia para mantener sus propósitos. Estos datos se confirman en el estudio del Consorci del Marisme, el índice de autoestima es muy bajo: 27,5% y 26,9% entre los pacientes por juego *online* y por máquinas (Martínez Viana, 2018).

La combinación de las dos escalas muestra un colectivo en el que muchos de sus miembros tienen serias **limitaciones para centrarse en objetivos o tareas que requieran esfuerzo o implicación personal**, tendencia a no prever o desconocer las consecuencias de sus actos, **inclinación a dejarse ir hacia conductas de riesgo que requieran poco esfuerzo si a cambio producen altos niveles de estimulación o excitación**. Lo cotidiano, en la medida en que exige mantener las rutinas y el empeño, les frustra con facilidad, necesitan salir de las rutinas por

aburrimiento, aún sin prever los riesgos derivados de las nuevas situaciones que crean. Como se señala en uno de los informes, un **elemento llamativo de estos rasgos de carácter es su elevada heredabilidad** (Jiménez Murcia et al. 2017: 39 y ss). Esta última conclusión sugiere, otra vez, que el **juego no es el desencadenante del cuadro que se describe, hay factores previos al “encuentro” con el juego.**

La **impulsividad** es también un ingrediente de estas conductas adictivas, entendida como falta de perseverancia y de premeditación, urgencia de evitar el esfuerzo y evasión de emociones negativas como ansiedad, estrés, pesimismo o tristeza, asociado a la demanda de gratificación inmediata, estos rasgos han sido hallados por Jiménez Murcia et al. (2017: 100) y Martínez Viana (2018).

La elevada proporción de hombres en esta población (94%, en el caso que se cita más abajo), así como “puntuaciones más altas en ansiedad, síntomas afectivos e impulsividad” que la población general también se han observado entre los asociados a FEJAR (GICA-UniOvi, 2016: 4)



En relación con el juego se detecta una **edad de inicio muy temprana** (gráfico derecha), lo que parece **difícil de separar** de la **elevada presencia de antecedentes familiares por trastorno de juego**: los hay en el 25% de los miembros de LARPA (GICA-UniOvi, 2016) y el 31% de los pacientes derivados del juego *online* y el 39% entre los derivados de máquinas en el estudio del Hospital del Maresme (Martínez Viana, 2018). Más de un tercio declara que comenzó antes de los 18 años y otro tercio entre los 18 y 20, esto también se observó en la población atendida en el Centro de Orientación Familiar de León entre 1991 y 2004 (Fernández Rodríguez et al. 2006: 245), en el citado estudio del Consorci Sanitari del Maresme la edad media de inicio es más elevada: 24 años, con el comienzo del trastorno a los 28 entre los pacientes por juego *online* y a los 34 en los pacientes por juego con máquinas (Martínez Viana, 2018).

El **comportamiento** de este colectivo en relación con el **juego contradice lo que se cree saber** sobre su preferencia por los juegos de satisfacción inmediata, sus gustos o consumos de juego son más generales y hay una **elevada presencia** de loterías (de SELAE y de la ONCE), es decir, de **juegos de ilusión que requieren un tiempo para su resolución**. Dado el fuerte consumo de estos juegos no parece consistente la idea de que la rápida resolución de la incertidumbre derivada del

juego sea un resorte fundamental para este trastorno, al menos, para buena parte de los afectados. Efectivamente hay una elevada presencia de personas que juegan a **máquinas** (74,2%) y **loterías instantáneas** (rascas de la ONCE) (33,4%, dato de 2016), que efectivamente responden al perfil de **satisfacción inmediata en soledad**. Pero también hay una elevada proporción de quienes juegan **juegos de ilusión de satisfacción a plazo**, que requieren paciencia, un comportamiento pasivo y **no impulsividad**: **loterías** nacional y primitivas de SELAE y **cupones** de la ONCE (61,1%) y **quiniela** (48,2%) (Jiménez Murcia et al. 2017, pág. 32).

Otro conjunto relevante asiste a salas de juego, lo que indica que el juego convive con un **comportamiento de sociabilidad o de búsqueda de relaciones**: van a bingos (36,7%), salas de juego (35,7%) o casinos (24,2%). Finalmente, otro fragmento de esta población juega **juegos de habilidad**: cartas con dinero (26,2%) y apuestas deportivas (14,5%) o carreras de caballos (6,8%).

“ **Afecta a personas con biografías traumáticas y personalidades complejas** ”

Los datos expuestos hasta ahora, procedentes de los estudios disponibles en España, muestran **biografías salpicadas de acontecimientos estresantes, desestructuración familiar, elevadas tasas de soledad y, plausiblemente, aburrimiento, ansiedad, depresión, tentativas de suicidio y otros trastornos similares, elevado consumo de sustancias tóxicas y autopercepción de salud quebrantada, antecedentes familiares de trastornos del comportamiento y de trastorno de juego**. También muestran un temprano inicio en el juego, seguramente facilitado, tal vez propiciado,

por su entorno familiar. Ahora bien, **ninguno de los estudios citados hace referencia alguna a que el trastorno de juego sea anterior a los inicios del cuadro descrito**. Es más, hay elementos como la fuerte presencia de problemas familiares y dificultades de encaje en el entorno laboral que hacen pensar en **déficits de socialización anteriores a que apareciera el trastorno de juego en estos individuos**. Desde una óptica muy crítica con el juego se afirma: **“las sobreexigencias de la vida cotidiana actual y la sociedad pueden actuar como factores desencadenantes”** del abuso del juego (Echeburúa, 2016: 252), la frase establece claramente el **orden de causalidad, el abuso del juego más parece una salida equivocada a la presión de problemas de personalidad, de entorno familiar, de socialización desviada, sociales y laborales más que la causa previa de ellos. El orden de los factores altera el producto**. El gráfico siguiente trata de sintetizar los antecedentes, peripecias vitales y familiares y los factores individuales que desembocan en trastornos de comportamiento, entre ellos, llegado el caso, el de juego, pero se hace difícil concluir que el juego fuera el desencadenante o causante de tales cuadros.

Sintetizando, se puede decir que son rasgos característicos de estos individuos:

- Fuerte presencia en sus personalidades de **impulsividad y aversión al esfuerzo y a la rutina**, y elevados niveles de **ansiedad y depresión** (algo también coincidente con otros estudios: Black y Moyer, 1998; Crockford y El Guebaly, 1998; Petry et al. 2005). También una elevada presencia de **personalidades disfuncionales y distorsiones cognitivas** (impulsividad, baja actitud para encarrilar los acontecimientos de su vida, aversión a los riesgos, al cambio y al esfuerzo, etc.) (Jiménez Murcia et al. 2017: 65, 67, 100-105; Martínez Viana, 2018).
- Elevada incidencia de **acontecimientos traumáticos** en sus biografías, quizá resultado de sus complejas personalidades que puede generar problemas de convivencia.
- Fuerte presencia de **personas que viven solas**. La **soledad** es un elemento que inclina a comportamientos adictivos para rellenar lagunas de tiempo. Las **rupturas familiares** se producen por la “desconfianza que surge en las relaciones familiares como consecuencia de las mentiras de los jugadores (ludópatas diagnosticados), creando situaciones de angustia e inseguridad” (Fernández Rodríguez et al. 2006: 245)
- En **las mujeres** hay una elevada proporción que considera que vive en un **barrio inseguro**. También registran un número de acontecimientos vitales estresantes más elevado que los hombres. Entre las mujeres que viven solas la adicción se desencadena tardíamente, pero evoluciona con rapidez (Jiménez Murcia et al. 2017).
- Percepción, seguramente real, de **salud quebrantada**, como resultado de los avatares que se derivan de la combinación de estas variables y de que se abatan sobre ellos acontecimientos vitales estresantes o negativos, esto también es coincidente con otros estudios (Potenza et al. 2011).

Hay evidencia de una **temprana edad de inicio en el juego**, seguramente **condicionada por la elevada tasa de antecedentes familiares** problemáticos y de **trastorno de juego**, pero dado el cuadro descrito no se puede demostrar que el juego sea el desencadenante y que no existieron problemas anteriores a acercarse al juego.

“ Hay evidencia de una **temprana edad de inicio en el juego, condicionada por la elevada tasa de antecedentes familiares problemáticos y de trastorno de juego** ”

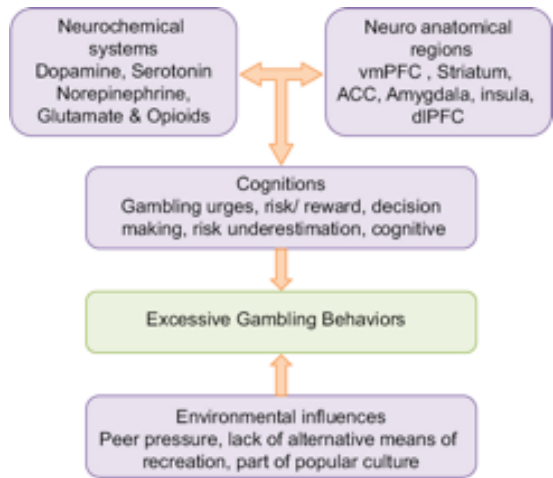
6.3. CONCLUSIONES

El análisis de la población diagnosticada de trastorno de juego, a partir de estudios publicados en España en los últimos años, lleva a conclusiones convergentes:

- **Suele formar parte de una compleja sintomatología de trastornos de la personalidad** como depresión, dificultades en las relaciones personales y sociales, etc. que en combinación con las exigencias de la vida social pueden operar como desencadenantes del trastorno de juego (Echeburúa, 2016: 252) y no necesariamente al revés.
- **Hay una elevada presencia de antecedentes familiares de trastornos de comportamiento, obviamente anteriores a su inicio en el juego. También los patrones de comportamientos conflictivos que condicionan soledad y problemas de relación familiar o laboral parecen ser anteriores a su inicio en el juego, acaso reforzados por los problemas derivados de esta adicción a partir de cierto momento.**
- Suele formar parte de cuadros **poliadictivos**, pero tal vez podría afirmarse lo contrario: una serie de trastornos poliadictivos desemboca o refuerza el trastorno de adicción al juego, u otras adicciones. **No están claras en las trayectorias biográficas de los pacientes que fue lo primero**, pero parece razonable pensar que los antecedentes familiares desencadenaron estos procesos y distorsiones del comportamiento.
- Los datos anteriores **no muestran correlación con ninguna variable sociológica que permita detectar grupos de riesgo**. Los datos inducen a pensar que son las **trayectorias personales** las que desembocan en este tipo de problemas. Las evidencias apuntan a que las adicciones (en general) se presentan en quienes tienen algún tipo de vulnerabilidad y se acumulan a trastornos mentales.

En suma, el trastorno de juego se presenta acompañado de **otros trastornos** de la personalidad, antecedentes familiares y rasgos disfuncionales. La coincidencia en un individuo de estos factores indica una **vulnerabilidad**. Pero, **no se encuentra evidencia empírica que sitúe al juego como desencadenante de estos cuadros poliadictivos y de personalidades problemáticas**, sólo aparece como un componente más de ellos, posiblemente incidental o lateral, pero no determinante ni desencadenante. De hecho, los **estudios** parecen desenvolverse en una **tautología**: como se analizan personas con trastorno de juego se concluye que está tras todos sus síntomas, pero tal cosa no se demuestra, se da por sentado como un **a priori** (como un espejismo inducido por el objeto investigado). Los problemas de fondo que evidencian estos trastornos de personalidad podrían desembocar en otras adicciones si las vidas de los sujetos discurrieran por otras trayectorias.

Blaszczynski y Nower (2002) señalaron que **hay una fuerte tendencia a asumir que los afectados por trastorno de juego son una población homogénea, pero no es así.** De hecho, estos autores plantean distintos caminos que desembocan en el trastorno de juego, pero **todos ellos desencadenados por rasgos personales que anidan en cada individuo.** Un estudio reciente sintetizaba esta complejidad un gráfico en el que trata de enlazar elementos individuales (neuroquímica, cognitivos, neuroanatómicos, predisposición genérica, inadaptaciones cognitivas) en combinación con los aspectos ambientales, quedando estos en una posición secundaria en el desencadenamiento del problema (Singh, Mallaram, Sarkar, 2017).



En síntesis, la **“ludopatía no es una enfermedad, hay matices muy importantes.** Una persona cuando contrae la diabetes no tiene ninguna capacidad voluntaria para tenerla. La ludopatía, como cualquier otra adicción es un trastorno de la conducta, en la cual se mezclan **lo ambiental** y, en algunos casos, **lo biológico”** (Rubio Larrosa¹², 2017).

La conclusión, desde una óptica política es que esta **variedad de causas observadas** por la psiquiatría y la psicología y **tasas tan reducidas sobre la población** como las citadas sólo pueden **significar** que **los factores individuales son determinantes**, es posible que permanezcan latentes en algunos sujetos y se puedan desencadenar por causas ambientales o incidentes dramáticos, pero **no hay variables sociológicas que aparezcan asociadas** a estos problemas, ni siquiera como variables en las que el trastorno de juego aparezca claramente. Sólo la fuerte asociación a los hombres y la temprana edad de inicio en quienes llegan a fases clínicas parecen tener alguna incidencia, pero son colectivos demasiado grandes y heterogéneos para definir con ellos grupos de riesgo.

Para el diseño de las políticas públicas esto es un problema porque pueden dirigirse a colectivos demasiado grandes y vagamente definidos, siendo ineficaces. El desafío estriba en **detectar estos factores de vulnerabilidad que operan sobre individuos independientes, tal vez, aislados.**

^{12/} Jefe del Servicio de Psiquiatría Sector Zaragoza I, Unidad de Trastornos de Personalidad, Hospital Provincial Nuestra Señora de Gracia.

EL TRASTORNO DE JUEGO. DIMENSIONES

UN **0,02%**
DE LA
POBLACIÓN
de 18 a 75 años

Se mide a través de los registros de las consejerías de salud.

Sólo el 15% de los casos de trastorno de juego se presenta aislado de otros problemas de comportamiento.

Forma parte de una patología múltiple.

Somos el segundo país con **menor incidencia** del juego problemático.

En el trastorno del juego se combinan:

- **Elementos individuales** (la neuroquímica de nuestro cerebro, elementos neuro-anatómicos, predisposición genética, inadaptaciones cognitivas).
- **Aspectos ambientales.**

Se mide a través de encuestas representativas de la población adulta. En España es el 0,3%.



Los afectados por el trastorno del juego **no son una población homogénea**. No hay variables sociológicas que aparezcan asociadas a estos problemas.

Mientras otros trastornos del comportamiento se incrementan, **el juego problemático se mantiene estable** desde hace quince años.

EL TRASTORNO DE JUEGO. UN CÍRCULO CONFLICTIVO

- **Desestructuración familiar**
- **Problemas laborales**
- **Salud quebrantada**

- **Frecuencia de acontecimientos estresantes**

ES EL RESULTADO DE UN CÍRCULO CONFLICTIVO QUE DESEMBOCA EN PROBLEMAS DE COMPORTAMIENTO



- **Trastornos del comportamiento**

- **Soledad**
- **Aburrimiento**
- **Olvidar problemas**

Hay distintos caminos que desembocan en el trastorno de juego, siendo los factores individuales determinantes, se puede desencadenar por incidentes dramáticos.

EL TRASTORNO DE JUEGO. UN TRASTORNO MULTICAUSAL

PERSONALIDADES PROPENSAS COMPORTAMIENTOS IMPULSIVOS



- Aversión al esfuerzo y a la rutina, impulsividad, inseguridad ante lo cotidiano, optimismo irracional.
- Incapacidad para fijar objetivos o afrontar problemas, búsqueda de emociones fuertes, pensamiento supersticioso.
- Legal: alcohol, tabaco, compras, comida.
- Ilegal: fármacos no prescritos, drogas ilegales.
- **Perfiles de riesgo:**
Heredabilidad
Personalidad problemática
antecedentes familiares
- **Esto se acumula con problemas de** desestructuración familiar, cuadros depresivos y otros condicionantes ambientales.
- **Suelen ser personas con un elevado** número de acontecimientos traumáticos en sus vidas.
- **Un porcentaje muy elevado han vivido acontecimientos vitales estresantes:** perder familiares o amigos por muerte, problemas económicos, enfermedades graves o importantes de familiares, problemas en el trabajo, separación o divorcio, enfermedades graves propias.
- **En resumen, puede pasar lo mismo con:** las compras por internet, compra compulsiva de ropa, videojuegos, comida, el abuso del tabaco o alcohol.

Condiciones previas: una personalidad disfuncional y distorsiones cognitivas (impulsividad a la rutina, impulsividad, baja actitud para encarar los acontecimientos de su vida, aversión a los riesgos, al cambio y al esfuerzo, etc.).

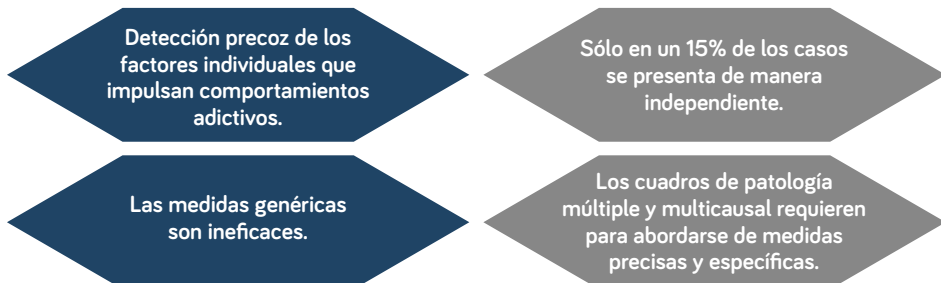
Desencadenantes: las reacciones personales y sociales en combinación con las exigencias de la vida social.

Patrones de comportamientos: conflictos que generan conductas que favorecen la soledad y los problemas de relación familiar o laboral.

Esta cadena no desemboca necesariamente en "trastorno de juego" puede hacerlo en otros problemas de comportamiento.

EL TRASTORNO DE JUEGO. EL ENFOQUE DE LAS POLÍTICAS

EL ENFOQUE NECESARIO DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS





**ANEXOS
BIBLIOGRAFÍA Y
CUESTIONARIOS**

Referencias bibliográficas

Ayuntamiento de Madrid (2019). *Informe sobre los CAD*.

Benito, P. (2017): Dependencias, *La Opinión de Murcia*, 24 de Septiembre, 22-23.

Black, D.W.; Moyer, T. (1998). Clinical features and psychiatric comorbidity of subjects with pathological gambling behavior, *Psychiatric Serv.* 49(11), 1434-1439.

Black, D.W.; Shaw, M. y Blum, N. (2010). "Pathological gambling and compulsive buying: do they fall within an obsessive-compulsive spectrum", *Dialogues Clin. Neuroscience*, 2010, 12 (2), 175-185.

Blanco, C.; Moreyra, P.; Nunes, E.V.; Sáiz-Ruiz, J.; Ibáñez, A. (2001). "Pathological gambling; addiction or compulsión?", *Semin. Clin. Neuropsychiatry*, Jul. 6 (3), 167-76.

Blaszczynski, Alex y Nower, Lia (2002). A pathways model of problem and pathological gambling. *Addiction*, 487-499.

Caillois, Roger (1986). *Los juegos y los hombres. La máscara y el vértigo*. México: Fondo de Cultura Económica.

Catenaccio, Paola (2015). "The representation of gambling in gambling awareness campaigns: the discursive construction of addiction." En Gotti, M.; Maci, S.; Sala, M. *Insights into Medical Communication*, Bern: Peter Lang, 269-292.

Cohen, P. (2000). "Is the addiction doctor the voodoo priest of western man?" *Addiction Research and Theory*, 8: 589-598.

Crockford, D.N.; El Guebaly, N. (1998). "Psychiatry comorbidity in pathological gambling. A critical review". *The Canadian Journal of Psychiatry*, 43(1), 43-50.

Daley, K. (1987). "Encouraging 'habitual' gambling on poker machines". En Walker, M. B. (ed), *Faces of gambling*. Sydney: National Association for Gambling Studies.

Dirección General de Ordenación del Juego (2020): *Análisis del perfil del jugador online*, Ministerio de Hacienda, Madrid. <https://www.ordenacionjuego.es/es/informe-jugador-online>

Domínguez Álvarez, A.M. (2009). "Epidemiología", en *Guía clínica: actuar ante el juego patológico*, Consejería para la Igualdad y el Bienestar Social. Sevilla: Junta de Andalucía.

Dowling, N.A.; Cowlishaw, S.; Jackson, A.C.; Merouis, S.S.; Francis, K.L.; Christensen, D.R. (2015). Prevalence of psychiatric co-morbidity in treatment-seeking problema gamblers: a systematic review and meta-analysis, *Australian New Zealand Journal of Psychiatry*, 49(6), 519-539.

- Echeburúa, E. (2016). “Juego patológico y juego controlado (responsable)”, en Echeburúa, E. (coord.) (2016): *Abuso de Internet*, Madrid: Pirámide, 252-268.
- Eisen, S.A., Lin, N., Scherrer, J.F., Griffith, K., True, W.R., Goldberg, J., Tsuang, M.T. (1998). Familiar influences on gambling behavior: an analysis of 3359 twin pairs, *Addiction*, 93,(9), 1375-84.
- Fagundo, A.B., Fernández Aranda, F., Torre, R. de la, Verdejo-García, A., Granero, R., Penelo, E., Jiménez Murcia, S. (2014): Dopamine DRD2/ANKKI Taq1Q and DAT1 VNR polymorphisms are associated with a cognitive flexibility profile in pathological gamblers, *Journal of Psychopharmacology*, 28(12), 1170-1177.
- Fernández Rodríguez, M.; Rodríguez García, L.; Blanco Melón, P. (2006). Perfil de los ludópatas atendidos en el Centro de Orientación Familiar de León desde 1991 hasta 2004, *Humanismo y Trabajo Social*, Vol. 5, 231-248.
- Garvía, Roberto (2008). *Lotería. Un estudio desde la nueva sociología económica*, Madrid: CIS.
- GICA. Grupo de Investigación en conductas adictivas. Departamento de Psicología de la Universidad de Oviedo (2016). *Estudio de Evaluación del impacto del juego patológico en Asturias*.
- Gobierno Vasco. Consejería de Interior (2009). *Estudio Sociológico sobre el juego y sus patologías y conductas adictivas en la Comunidad Autónoma de Euskadi*. Vitoria.
- Gómez Yáñez, J. A. (2017). “La transformación del juego problemático en España”. *Revista Española de Sociología*, 26.1 (<http://dx.doi.org/fes/res.2017.1>) (ISSN: 1578-2824).189-199.
- Gómez Yáñez, J. A.; Cases, J.I.; Gusano, G.; Lalanda, C. (2018): *Percepción Social sobre el juego de azar en España IX*, Madrid: Universidad Carlos III.
- Gómez Yáñez, J.A.; Lalanda, C. (2019). *Juego y Sociedad*, Madrid: Universidad Carlos III.
- Gómez Yáñez, J.A.; Lalanda, C. (2020). *Juego y Sociedad*, Madrid: Universidad Carlos III.
- Gonzalez Seara, L. (1998). *El laberinto de la fortuna*, Madrid: Biblioteca Nueva, 2018.
- Huizinga, Johan (1972). *Homo ludens*. Madrid: Alianza.
- Jiménez Murcia, S., Fernández Aranda, F., Santamaría J., Granero, R., Penelo, R., Gómez Peña, M., Aymami, N., Moragas, L., Soto, A., Menchón, J.M. (2012). *XXV Jornada de terapia del comportamiento y medicina conductual en la práctica clínica*, Barcelona.

Jiménez Murcia, S.; Granero, R.; Fernández Aranda, F.; Menchón, J.M. (2017). *Estudio y análisis de los factores de riesgo del trastorno de juego en la población clínica española*, DGOJ.

Mallorquí-Bagué, N.; Fagundo, A.B.; Jiménez-Murcia, S.; Torre, R. de la, Baños, R.M.; Botella C.; Fernández Aranda, R. (2016): Decision making impairment: a shared vulnerability in obesity. Gambling Disorder and substance use disorders?, *Plos One*, 11(9)

Martínez, Viana, Cristina (2018): “Diferències entre els jugadors patològics *online* y els jugadors patològics de màquines escurabutxaques”, tesis doctoral. Versión resumida: “Diferències entre els jugadors patològics *online* i els jugadors presencial de màquines tipus B”, Consorci Sanitari del Maresme, *Jornadas ACENCAS*, Barcelona, febrero.

Matute, Helena (2016). ¿Adicción, abuso o uso problemático de Internet”, Echeburúa Oriozola, Enrique (coord): Abuso de Internet, ¿antesala para la adicción al juego de azar *online*?, Madrid: Pirámide-Fundación Codere, 32-50.

Megías Quirós, Ignacio (2020). *Jóvenes, juegos de azar y apuestas. Una aproximación cualitativa*. Madrid: Centro Reina Sofía.

Ministerio de Sanidad: Memorias anuales del Plan Nacional sobre drogas. <https://pnsd.sanidad.gob.es/pnsd/memorias/home.htm>

Petry, N.M.; Stinson, F.S., Grant, B.F. (2005). Comorbidity of DSM-IV pathological gambling and other psychiatric disorders: results from the National Epidemiologic Survey on Alcohol related conditions, *Journal of Clinic Psychiatry*, 66(5), 564-574.

Potenza, M.N., Xian, H. Shah, K., Scherrer, J.E., Eisen, S.A. (2005). “Shared genetic contributions to pathological gambling and major depression in men”, *Archives of General Psychiatry*, 62, 1015-1021.

Reilly, C. Smith, Nathan (2013). *The evolving definition of pathological gambling in the DSM-5*, National Center for Responsible Gaming, White Paper.

Reinerman, Craig (2005). *Addiction Research and Theory*, 13(4): 307-320.

Room, R. (2004)., The cultural framing of addiction. *Janus Head*, 6(2): 221-234.

Rosecrance, John (1985a). Compulsive gambling and the medicalization of deviance. *Social Problems*, 32(3): 175-184.

Rosecrance, John (1985b). (1985b). *The degenerates of Lake Tahoe. A study of persistence in the social world of horse race gambling*. New York: Peter Land Publishing.

Rotgers, F., Christner, R.W: “Addictive behavior-Nonsubstance abuse”, en Freeman, A., Felgoise, S.H., Nezu, A.M., Nezu, C.M, Reinecke, M.A. (2005). *Encyclopedia of Cognitive Behaviour Therapy*, Springer, NY, 4 -8.

Rubio Larrosa, Vicente (2017): II Foro sobre Juego Responsable de AZAJER, 11 de Octubre.

Sáiz Ruiz, J., Ibáñez, A. (1999). “Las bases neurobiológicas del juego patológico”, *Anales de Psicología*, vol. 30, 4, 47-65.

Singh, S.; Mallaram, G.K.; Sarkar, S. (2017). Pathological gambling: An overview. *Med J DY, Patil Univ.* <https://www.mjdrdypu.org/text.asp?2017/10/2/120/202105>

Tierno Galván, Enrique (1988): *Los toros, acontecimiento nacional*, Turner, Madrid.

Volberg, Rachel A.; Abbott, M.W.; Rönnerberg, S, y Munck, I.M.E. (2001). “Prevalence and risk of pathological gambling in Sweden”, *Acta Psychiatrica Scandinavica*, 104, 250-256.

Williams, R.J.; Volberg, R.A.; Stevens, R.M.G. (2012). *The Population prevalence of problem gambling. Methodological influences, standardized rates, jurisdictional differences, and worldwide trends*, Rapport prepared for the Ontario Problem Gambling Research Centre and The Ontario Ministry of Health and Long Time Care.

Wardle, H; Moody, A; Spence, S; Orford, J; Volberg, R; Jotangia,, D; Griffiths, M; Hussey, D; Dobbie, F (2010). *British gambling prevalence survey*, National Centre for Social Research.

Referencias del cuadro comparativo internacional (tabla 24)

Gómez Yáñez, J.A. (2017). La transformación del juego problemático en España. *Revista Española de Sociología*, 26.1 (<http://dx.doi.org/fes/res.2017.1>) (issn: 1578-2824). La tabla 26 procede de esta fuente. Se han actualizado los datos de los siguientes países a partir de los estudios más recientes publicados:

Alemania (2015). Has, W; Lang, P. (2018). *Glücksspielverhalten und Glücksspielsucht in Deutschland. Ergebnisse des Surveys 2015 und Trends*. Forschungsbbericht der BZgA. Köln: Bundeszentrale für gesundheitliche Afklärung.

Francia: Costes, J.M.; Pousett, M.; Eroukmanoff, V., Richard, J-B.; Tovar, M-L. (2011). *Les jeux d'ardent et de hasard en France en 2014*. Observatoire des jeux. Inpes. París.

Italia (2018). Benedetti, E.; Molinaro, S.; Resce, G.; Lagravinese, R. (2019). *Italian Population Survey on Alcohol and other drugs*, Istituto di fisiologia clinica del CNR. Roma.

Noruega (2020). Pallesen, Ståle; Mentzoni, Rune Aune; Torsheim, Tortjorn; Erevik, Eilin; Mölde, Helge; Morken, Arne Magnus (2020): *Omfang av penge og dastaspillproblemer I Norge 2019*, Universitetet I Bergen, Institut for samfunnspsychologi.

Dinamarca, Finlandia, Islandia, Suecia: Pallesen, Ståle (2017). *Prevalence of gambling problems in the Nordic Countries*. Odense, Univ. Bergen.

Reino Unido (Inglaterra) (2021). *British gambling prevalence survey*, National Centre for Social Research, London. I Trimestre 2021.

Referencias del cuadro de estudios sobre el juego realizados en España sobre la población adulta (tabla 19)

Por el orden de la tabla.

Gómez Yáñez, J.A.; Lalanda, C. (2021): *Juego y Sociedad-XII*, Madrid, Universidad Carlos III-Instituto de Política y Gobernanza.

García Rabadán, J.; Fernández Aragón, I.; Shershneva, J. (2020). Prevalencia, hábitos y perfiles de las personas jugadoras en Euskadi 2020. Observatorio Vasco del Juego. Universidad del País Vasco.

Gómez Yáñez, J.A.; Lalanda, C. (2020): *Juego y Sociedad-XI*, Madrid, Universidad Carlos III-Instituto de Política y Gobernanza.

Cases, J.I. (2019). *Ponencia en el VI Encuentro AGEO*, Santiago de Compostela, 18 de octubre.

Gómez Yáñez, J.A.; Lalanda, C. (2019): *Juego y Sociedad-X*, Madrid, Universidad Carlos III-Instituto de Política y Gobernanza.

Gómez Yáñez, J.A. (2019): “El juego en Asturias”, *IV Jornadas de Juego Responsable*, Consejería de Presidencia del Principado de Asturias, Oviedo, 18 de febrero.

Gómez Yáñez, J.A.; Cases, J.I.; Gusano, G.; Lalanda, C. (2018): *Percepción social sobre el juego de azar en España IX*, Madrid: Universidad Carlos III-Instituto de Política y Gobernanza.

Ministerio de Sanidad (2019): *EDADES 2017. Encuesta sobre alcohol y drogas en España*, Madrid.

Comunidad Autónoma de Euskadi (2017): *Encuesta de adicciones*, Vitoria: Consejería de Salud.

Gómez Yáñez, J.A.; Cases, J.I.; Gusano, G.; Lalanda, C. (2017): *Percepción social sobre el juego de azar en España VIII*, Madrid: Universidad Carlos III-Instituto de Política y Gobernanza.

Gómez Yáñez, J.A.; Cases, J.I.; Gusano, G.; Lalanda, C. (2016): *Percepción social sobre el juego de azar en España VII*, Madrid: Universidad Carlos III-Instituto de Política y Gobernanza.

Labrador, F.J.; Becoña, E.; Crespo, M.; Echeburúa, E.; Labrador, M. (2016): *Estudio sobre prevalencia, comportamiento y características de los usuarios de juegos de azar en España 2015*, Madrid: DGOJ-MHAP.

Gómez Yáñez, J.A.; Cases, J.I.; Gusano, G.; Lalanda, C. (2015): *Percepción social sobre el juego de azar en España VI*, Madrid: Universidad Carlos III-Instituto de Política y Gobernanza.

Labrador, F.J.; Becoña, E.; Crespo, M.; Echeburúa, E.; Labrador, M. (2013): *El juego en España 2013*, estudio realizado para SELAE. Presentación en power point.

Comunidad Autónoma de Euskadi (2013): *Encuesta de adicciones*, Vitoria: Consejería de Salud.

González Ibáñez, A.; Volberg, R.A. (2010): *Estudi epidemiològic de prevalença del joc patològic a la població adulta de Catalunya (2007-2008)*, Barcelona: Departament de Salut de la Generalitat de Catalunya.

Salinas, J.M. (dir) (2002): *II Estudio sobre prevalencia de los jugadores de azar en Andalucía*, Granada: Federación Andaluza de Jugadores de Azar Rehabilitados.

Becoña, E. (2004): “Prevalencia del juego patológico en Galicia mediante NODS. ¿Descenso de la prevalencia o mejor evaluación del trastorno?”, *Adicciones*, 6,3, 173-184.

APPEND (2001): *Estudio sobre la prevalencia de la adicción al juego en Álava*, Vitoria: ASAJER, Vitoria. Estudio dirigido por José Miguel Silgo, con una relevante introducción sobre los antecedentes entonces disponibles.

Arbinaga Ibarzabal, Félix (200): “Consumo de drogas y juego patológico en Punta Umbria (Huelva)”, *Revista Española de Drogodependencias*, 25 (3), pág. 301-320.

Ramírez, J.N.; Cabanes, M.; Carbonero, M.; Castilla, R.; Duarte, J.; Gutiérrez, B. y otros (1999): *Análisis del sector de las máquinas recreativas tipos A y B. Estimación y análisis de la proporción de ludópatas en Andalucía*, Córdoba: Anmare.

López Jiménez, A.; Elboj Saso, C.; Lorente Tomás, A. (1999): Los juegos de azar. Juego social y ludopatía, Universidad de Zaragoza y Diputación General de Aragón. [http://bases.cortesaragon.es/bases/NDocumen.nsf/0/bd00e58ea4c2715ec12576500032bbd0/\\$FILE/JUEGO+Y+LUDOPAT%C3%8DA.pdf](http://bases.cortesaragon.es/bases/NDocumen.nsf/0/bd00e58ea4c2715ec12576500032bbd0/$FILE/JUEGO+Y+LUDOPAT%C3%8DA.pdf)

Tejeiro, R. (1998); “El juego de azar en Algeciras (España): prevalencia y características sociodemográficas”, *Revista Española de Drogodependencias*, 23, 53-74.

Irurita, I.M. (1996): *Estudio sobre la prevalencia de los jugadores de azar en Andalucía*, Sevilla, Comisionado para la Droga, Consejería de Asuntos Sociales, Junta de Andalucía.

Echeburúa, E.; Báez, C.; Fernández, J.; Páez, D. (1994): “Cuestionario de juego patológico de South Oaks (SOGS), Validación española”, *Análisis y Modificación de Conducta*, 20, 769-791. Becoña, E.;

Fuentes, M.J. (1995): “El juego patológico en Galicia evaluado con el South Oaks Gambling Screen”, *Adicciones*, 7, 423-440.

Legarda, J.J.; Babiola, R.; Abreu, J.M. (1992): “Prevalence estimates of pathological gambling in Sevilla”, *British Journal of Addictions*, 87, 767-770.

Becoña, E. (1993): *El Juego compulsivo en la Comunidad Autónoma Gallega*, Santiago de Compostela: Consejería de Sanidade da Xunta de Galicia.

Becoña, E. (1993): *El juego compulsivo en la comunidad autónoma gallega*, Santiago de Compostela, Consellería de Sanidade da Xunta de Galicia. Versión en inglés: (1993). “The prevalence of pathological gambling in Galicia”, *Journal of Gambling Studies*, 9, 353-369.

Cayuela, R. (1990): “Characteristics and situation of gambling adiction in Spain: epidemiological and clinical aspects”, Londres, *VIII International Conference of Risk and Gambling*.

Cayuela, R.; Guirado, J.L. (1991): “Characteristics and situation of gambling addiction in Spain”, en Eadington, W.R.; Cornelius, J.A. (eds): *Gambling and public policy: International Perspectives*, Reno (Nevada), University of Nevada.

RECOGIDA DE INFORMACIÓN. FICHA TÉCNICA

La información que sirve de base a esta investigación procede de dos muestras, a las que se aplicó un cuestionario estructurado.

Muestra representativa de la población residente en España

- Universo Residentes en España de 18 a 75 años
- Dimensión de la muestra 1.003 individuos.
- Margen de error $\pm 3,5 \%$.
- Cuestionario 10,6 minutos.
- Aplicación Telefónica.
46% de la muestra a móviles.
- Muestreo Proporcional a la población,
por zonas geográficas y hábitat
Cuotas de edad, sexo y actividad.
- Fecha de realización 5 / 16 de mayo de 2021.
- Red de campo IMOP Insights.
13 entrevistadoras y una supervisora.
- Dirección del trabajo de campo David Moreno.
Carolina Santos.

CUESTIONARIO

ACTITUDES Y COMPORTAMIENTO SOBRE JUEGO 2020

1. De los juegos que le voy a mencionar, ¿puede decirme a cuál ha jugado alguna vez durante el último año, arriesgando dinero, de forma **presencial**, es decir, comprando boletos o yendo a un local? (**SUGERIDA**)

	P. 1. Presencial
Lotería de Navidad, la que se sortea el 22 de diciembre	1
Lotería del Niño, la que se sortea el 6 de enero	2
Los sorteos semanales de Lotería Nacional, de los jueves o los sábados	3
La Grossa, la Lotería de Cataluña, en Navidad, en Sant Jordi o en Sant Joan (SOLO EN CATALUÑA)	4
Euromillones, Lotería Primitiva, Bonoloto o El Gordo de la Primitiva	5
Los cupones de la ONCE (sólo los cupones, no otros juegos de la ONCE	6
Rascas de la ONCE, loterías instantáneas	21
Juegos de la ONCE como el Eurojackpot o el 7/49, en los que se eligen los números a jugar	22
Los cupones de organizaciones de discapacitados, como la OID, que dan premios con el sorteo de la ONCE	7
Quiniela	8
Juega al póquer con amigos, en bares o timbas informales, no en casinos ni por internet	9
Ha ido a jugar a algún casino, ya sea a jugar juegos de casino, póquer o máquinas	10
Ha ido a algún bingo, para jugar o para entretenerse	11
Echa dinero a las máquinas tragamonedas de bares o cafeterías	13
Ha ido a jugar a algún salón de juego, donde hay máquinas para jugar a distintos juegos	14
Apuesta a resultados de deportes en locales de apuestas o en salones de juego	15
Juega por televisión, por la noche, a juegos de casino, como ruletas, póquer, etc.	17
No juega ninguno (por exclusión: se codifica 99).	99

JUEGO POR INTERNET

3.1. Durante el año pasado, ¿compró boletos de alguna lotería Nacional, primitiva o de la ONCE o de la Quiniela por internet?

- Sí 1 Hacer P. 3.2.
No 2

3.2 SI EN 3.1. Cód. 1:

¿Compró por Internet boletos para alguno de los siguientes sorteos? (**SUGERIDA**)

	Boletos <i>online</i>
Lotería de Navidad o Nacional	1
La Grossa, la Lotería de Cataluña (SOLO EN CATALUÑA)	2
Euromillones, Lotería Primitiva, Bonoloto o El Gordo de la Primitiva	3
Los cupones y otros juegos de la ONCE	4
Quiniela	5
No juega ninguno (por exclusión: se codifica 99).	99

A TODOS

3.3. Durante el año pasado, ¿accedió a jugar por Internet, arriesgando dinero, a alguna web para jugar al póker, al bingo, a algún juego de casino o apuestas deportivas?

Sí 1 Hacer P. 3.4./3.5.
No 2

SI EN P.3.2 cód. 1

3.4. Y, en el año pasado, ¿jugó usted por Internet a alguno de los siguientes juegos? (**SUGERIDA**)

	P. 3.1. Juegos Internet
Póquer	1
Juegos de casino: ruleta, Black Jack, etc.	2
Hizo apuestas sobre deportes	3
Máquinas de juego por Internet	4
No juega ninguno (por exclusión: se codifica 99).	99

3.5. ¿Se ha registrado en alguna web de juego online, por Internet en algún momento?, es decir, ¿se ha apuntado a jugar en alguna web para tener una cuenta en ella y poder jugar? (Entrevistador: nos referimos a juegos online de póker, juegos de casino como ruleta, black jack, etc., apuestas deportivas tipo BWIN, BET365 y máquinas de juego por internet. Se excluye la web de Primitiva, Euromillones, Lotería Nacional y de la ONCE)

Sí 1 Ir a P3.6
No 2 Ir a P4

SI P 3.5 CÓD. 1

3.6. ¿Recuerda si la página o páginas web en la que usted está apuntado termina en .es; .com; .net; .org, .eu., u otras terminaciones?, ¿En cuál? **(POSIBLE RESPUESTA MÚLTIPLE)**

.es	1
.com	2
.net	3
.org	4
.eu	5
Otras terminaciones (especificar)	6

TODOS

4. Pensando en general, ¿con qué frecuencia suele usted jugar a cualquier tipo de juego de azar con premio, es decir, a cualquiera de los juegos que hemos ido mencionando? **(LEER)**

- Todos los días	1
- Varias veces a la semana	2
- Una vez a la semana	3
- Una vez cada dos o tres semanas	4
- Una vez al mes	5
- Alguna vez al año	6
- Sólo en reuniones familiares o de amigos	7
- Nunca (NO LEER)	8

SI P 4 CÓD. 8

5. ¿Cuándo dejó de jugar a juegos de azar arriesgando dinero? **(LEER)**

- Nunca ha jugado	1
- Hace menos de un año	2
- Hace entre uno y dos años	3
- Hace entre dos y cinco años	4
- Hace más de cinco años	5
- Ns/Nc (NO LEER)	6

PREGUNTAS DE REPESCA PARA JUEGOS EN SALA

**TODOS EXCEPTO SI EN P. 1. CÓD. 13 (MÁQUINAS DE JUEGO EN HOSTELERÍA)
O EN P. 4 cód. 8**

6.1. ¿Con qué frecuencia visita bares, cafeterías o restaurantes? (LEER)

- | | | |
|------------------------------------|---|--------------------------------|
| - Todos los días | 1 | |
| - Varias veces a la semana | 2 | |
| - Una vez a la semana | 3 | |
| - Una vez cada dos o tres semanas | 4 | |
| - Una vez al mes | 5 | |
| - Alguna vez, con menos frecuencia | 6 | |
| - Nunca (NO LEER) | 7 | PASAR A P. 7.1. si corresponde |

SI EN P 6.1. CÓDS. 1 A 6

6.2. ¿Recuerda si en alguno de estos bares, restaurantes o cafeterías que ha visitado recientemente había máquinas de juego, es decir, máquinas en las que se echan monedas y, de vez en cuando, salen premios?

- | | | |
|------|---|---|
| - Si | 1 | PASAR A 6.3. |
| - No | 2 | PASAR A P. 7.1 si corresponde o posteriores |

SI EN P 6.2. CÓD. 1.

6.3. ¿Ha echado monedas en alguna ocasión a estas máquinas, aunque fuera para probar suerte echando la vuelta de alguna consumición o para pasar un rato?

- | | | |
|------|---|---|
| - Si | 1 | HACER 6.6. |
| - No | 2 | PASAR A P. 7.1 si corresponde o posteriores |

6.4. ¿Suele dejar propinas a los camareros después de una consumición en un bar o restaurante?

- | | | |
|------|---|---|
| - Si | 1 | HACER 6.5. |
| - No | 2 | PASAR A P. 7.1 si corresponde o posteriores |

6.5. ¿Alguna vez ha preferido probar suerte en una máquina de juego en vez de dejar la propina?

- | | | |
|------|---|---|
| - Si | 1 | HACER 6.6. |
| - No | 2 | PASAR A P. 7.1 si corresponde o posteriores |

SI EN 6.3. cód. 1; EN 6.5. cód. 1

6.6. ¿Ha echado alguna moneda a estas máquinas tragamonedas en el último año?

- Si 1 HACER BLOQUE MÁQUINAS HOSTELERÍA P.20.
- No 2 PASAR A P. 7.1 si corresponde o posteriores

TODOS EXCEPTO SI EN P1 CÓD. 11. BINGOS

7.1. ¿Recuerda haber visto cerca de donde usted vive, trabaja o estudia, o en alguna calle o centro comercial, algún bingo?

- Si 1 Pasar a 7.2.
- No 2 Pasar a P. 8.1. si corresponde o posteriores

SI EN 7.1. CÓD. 1.

7.2. ¿Ha ido alguna vez a un bingo, aunque fuera acompañando a alguien?

- Si 1 Pasar a 7.3.
- No 2 Pasar a P. 8.1. si corresponde o posteriores

SI EN 7.2. CÓD. 1.

7.3. ¿En el último año ha ido a algún bingo?

- Si 1 HACER BLOQUE BINGO P. 19.
- No 2 Pasar a P. 8.1. si corresponde o posteriores

TODOS EXCEPTO SI EN P1 CÓD. 14. SALONES DE JUEGO

8.1. ¿Recuerda haber visto cerca de donde usted vive, trabaja o estudia, o en alguna calle o centro comercial algún salón de juegos, es decir, un establecimiento en el que se juega en máquinas recreativas con premio o en el que se puede apostar?

- Si 1
- No 2 Pasar a P. 9.1. si corresponde o posteriores

8.2. ¿Ha entrado alguna vez a un salón de juegos con amigos o usted solo?

- Si 1
- No 2 Pasar a P. 9.1. si corresponde o posteriores

SI EN 8.2. CÓD. 1.

8.3. ¿En el último año ha ido a algún salón de juego?

- Si 1 HACER BLOQUE SALONES DE JUEGO P. 21.
- No 2 Pasar a P. 9.1. si corresponde o posteriores

TODOS EXCEPTO SI EN P1 CÓD. 10 CASINOS

9.1. ¿Ha ido alguna vez a un casino, aunque fuera acompañando a alguien?

- Si 1
- No 2 PASAR A P. 10.1. si corresponde o posteriores

SI EN 9.1. CÓD. 1.

9.2. ¿En el último año ha ido a algún casino?

- Si 1 HACER BLOQUE CASINO P. 18.
- No 2 PASAR A P. 10.1. si corresponde o posteriores

SE LES PREGUNTARÁ COMO MÁXIMO POR TRES JUEGOS.**LOTERÍA DE NAVIDAD****SI EN P.1. CÓD. 1**

10.1. Antes me comentó que había jugado a la Lotería de Navidad del pasado 22 de diciembre, ¿me puede decir si compró décimos o participaciones en papel, las compró por Internet, o compró de las dos maneras? (**LEER**)

- Décimos o participaciones en papel 1 Pasar a 10.3
- Por Internet 2 Pasar a 10.2
- Compró de las dos maneras 3 Pasar a 10.2
- No compró 4 Pasar a 10.4
- NS/NC. No recuerda (NO LEER) 5 Pasar a 10.4

SI EN 10.1 CÓD. 2 O 3

10.2 Al comprarlas por Internet, ¿las compró directamente en la web de Loterías del Estado o en la web de alguna Administración de Loterías o una web de lotería pero que no es de Loterías del Estado ni de una Administración? (**LEER. POSIBLE RESPUESTA DOBLE**).

- En la web de Loterías del Estado 1
- En la web de un Administración de Loterías 2
- En una web que no es de loterías del Estado ni de una Administración 3
- NS/NC (NO LEER) 4

SI EN 10.1 CÓD. 1 O 3

10.3. ¿De qué tipo eran los décimos o participaciones, en papel, que jugaba? es decir... (**LEER**)

- ... décimos en una Administración de Lotería de un vendedor autorizado, con un décimo de Lotería Oficial 1
- O compró participaciones de las que hacen colegios, sindicatos, clubes deportivos, asociaciones, etc., que normalmente tienen un recargo sobre la cantidad que juega, es decir, en un impreso de la asociación que compra la lotería y la vende para financiarse 2
- Llevó décimos o participaciones de los dos tipos 3
- NS/NC (NO LEER) 4

10.4. ¿Vendió usted personalmente algunas participaciones del sorteo de Navidad de algún club deportivo, asociación, sindicato o colegio al que vayan sus hijos? (**LEER**)

- Sí 1
- No 2
- NS/NC (NO LEER) 3

SI JUEGA LOTERÍA NACIONAL. SORTEOS SEMANALES. EN P. 1. CÓD. 3

11.1. Antes me comentó que había jugado en el último año a los sorteos semanales de la Lotería Nacional, de los jueves o los sábados, ¿Con qué frecuencia juega a los sorteos semanales de la Lotería Nacional, la de décimos, no la Primitiva? **(LEER)**

- | | | |
|---|----|-------------------------------------|
| - Los dos sorteos semanales | 1 | |
| - Una vez a la semana, el sorteo del sábado o el del jueves | 2 | |
| - Una vez cada dos o tres semanas | 3 | |
| - Una vez al mes | 4 | |
| - Alguna vez al año | 5 | |
| - Nunca (NO LEER) | 99 | Pasar al siguiente bloque aleatorio |

LOTERÍA DE CATALUÑA / LA GROSSA**SI EN P.1. CÓD. 4 TAMBIÉN SI RETORNA DE P. 24, cód. 6.**

12.1. Antes me comentó que había jugado a la Grossa de Cataluña, de los siguientes motivos, cuál cree que influyó más en que usted jugara a la Grossa, la lotería de Cataluña **(LEER)**

- | | |
|--|---|
| - Porque le parece bien que Cataluña tenga su propia Lotería | 1 |
| - Porque la Grossa tenía premios más importantes que la Lotería de Navidad o creía que tenía más posibilidades de ganar | 2 |
| - Porque se lo ofrecieron y decidió tentar la suerte no vaya a ser que les toque a algunos amigos y conocidos y a usted no | 3 |
| - Ninguna de estas (NO LEER) | 4 |
| - NS/NC (NO LEER) | 5 |

LOTERÍAS PRIMITIVAS: EUROMILLONES, LA PRIMITIVA, BONOLOTO, EL GORDO DE LA PRIMITIVA

SI EN P.1. CÓD. 5

13.1. ¿Con qué frecuencia juega a Euromillones, Lotería Primitiva, Bonoloto o El Gordo de la Primitiva? (**LEER**)

- | | | |
|-----------------------------------|----|------------------------------------|
| - Todos los días | 1 | |
| - Varias veces a la semana | 2 | |
| - Una vez a la semana | 3 | |
| - Una vez cada dos o tres semanas | 4 | |
| - Una vez al mes | 5 | |
| - Alguna vez al año | 6 | |
| - Nunca (NO LEER) | 99 | Pasar a siguiente bloque aleatorio |

ONCE

SI EN P.1. CÓD. 6

14.1 ¿Con qué frecuencia juega a los **cupones** de la ONCE? (**LEER**)

- | | | |
|-----------------------------------|---|-------------------------------------|
| - Todos los días | 1 | |
| - Varias veces a la semana | 2 | |
| - Una vez a la semana | 3 | |
| - Una vez cada dos o tres semanas | 4 | |
| - Una vez al mes | 5 | |
| - Alguna vez al año | 6 | |
| - Nunca (NO LEER) | 8 | Pasar al siguiente bloque aleatorio |

ONCE: loterías instantáneas y rascas

SI EN P.1. CÓD. 21

14.2 ¿Con qué frecuencia juega a los rascas y loterías instantáneas de la ONCE? (**LEER**)

- | | | |
|-----------------------------------|---|-------------------------------------|
| - Todos los días | 1 | |
| - Varias veces a la semana | 2 | |
| - Una vez a la semana | 3 | |
| - Una vez cada dos o tres semanas | 4 | |
| - Una vez al mes | 5 | |
| - Alguna vez al año | 6 | |
| - Nunca (NO LEER) | 8 | Pasar al siguiente bloque aleatorio |

ONCE: Eurojackpot o 7/49

SI EN P.1. CÓD. 22

14.3 ¿Con qué frecuencia juega a Eurojackpot o al 7/49 de la ONCE? (**LEER**)

- | | | |
|-----------------------------------|---|-------------------------------------|
| - Todos los días | 1 | |
| - Varias veces a la semana | 2 | |
| - Una vez a la semana | 3 | |
| - Una vez cada dos o tres semanas | 4 | |
| - Una vez al mes | 5 | |
| - Alguna vez al año | 6 | |
| - Nunca (NO LEER) | 8 | Pasar al siguiente bloque aleatorio |

QUINIELA

SI EN P.1. CÓD. 8

16.1. ¿Con qué frecuencia juega a la quiniela? (**LEER**)

- | | | |
|-----------------------------------|---|-------------------------------------|
| - Todas las semanas | 1 | |
| - Una vez cada dos o tres semanas | 2 | |
| - Una vez al mes | 3 | |
| - Alguna vez al año | 4 | |
| - Nunca (NO LEER) | 5 | Pasar al siguiente bloque aleatorio |

PÓQUER CON AMIGOS, EN BARES O TIMBAS INFORMALES, PERO NO EN CASINOS

SI EN P.1. CÓD. 9

17.1. ¿Con qué frecuencia juega al póquer con amigos o conocidos en bares o timbas apostando dinero, no en casinos ni por internet? (Entrevistador: se trata de timbas fuera de casinos o internet) (**LEER**)

- | | | |
|-----------------------------------|---|-------------------------------------|
| - Todos los días | 1 | |
| - Varias veces a la semana | 2 | |
| - Una vez a la semana | 3 | |
| - Una vez cada dos o tres semanas | 4 | |
| - Una vez al mes | 5 | |
| - Alguna vez al año | 6 | |
| - Nunca (NO LEER) | 8 | Pasar al siguiente bloque aleatorio |

CASINOS

SI EN P. 1. CÓD. 10, Y/O EN P. 9.2. CÓD. 1.

P. 18.1. ¿Con qué frecuencia suele ir a casinos a jugar a juegos de casino (ruleta, black Jack, etc.), póquer o máquinas? (**LEER**)

- | | | |
|-----------------------------------|---|-------------------------------------|
| - Todos los días | 1 | |
| - Varias veces a la semana | 2 | |
| - Una vez a la semana | 3 | |
| - Una vez cada dos o tres semanas | 4 | |
| - Una vez al mes | 5 | |
| - Alguna vez al año | 6 | |
| - Nunca (NO LEER) | 8 | Pasar al siguiente bloque aleatorio |

SI EN P 18.2. CÓD. 1 A 8

18.2. ¿A qué juega cuando va a un casino: póquer?, ¿juegos de mesa como Black jack o ruletas? o a ¿máquinas con premio? (**RESPUESTA MÚLTIPLE**) (**LEER**)

- | | Sí | No |
|---|----|----|
| - Póquer | 1 | 1 |
| - Juegos de mesa (Black Jack o Ruletas) | 2 | 2 |
| - Máquinas de juego | 3 | 3 |
| - NS/NC (NO LEER) | 4 | |

BINGO

SI EN P.1. CÓD. 11 o EN P. 7.3. CÓD. 1.

19.1. Antes me comentó que va al bingo o que había ido al bingo alguna vez en el último año, ¿me puede decir, con qué frecuencia va al bingo? (**LEER**) (**NUEVA**)

- | | | |
|-----------------------------------|---|-------------------------------------|
| - Todos los días | 1 | |
| - Varias veces a la semana | 2 | |
| - Una vez a la semana | 3 | |
| - Una vez cada dos o tres semanas | 4 | |
| - Una vez al mes | 5 | |
| - Alguna vez al año | 6 | |
| - Sólo con familiares o amigos | 7 | |
| - Nunca (NO LEER) | 8 | Pasar al siguiente bloque aleatorio |

19.2. Como usted sabe, en los bingos se puede jugar al bingo, pero también a otras cosas, ¿me puede decir a qué jugó la última vez que fue? (preguntar) **(LEER)**

	Si	NO
- ¿Al bingo?	1	2
- ¿Máquinas de juego?	1	2
- ¿Ruleta?	1	2
- ¿Apuestas sobre deportes?	1	2
- NS/NC (NO LEER)	4	4

MÁQUINAS EN HOSTELERÍA

P. 1. CÓD. 13 O P. 6.6. CÓD. 1

TABULACIÓN. GENERAR UNA PREGUNTA FICTICIA:

Juega máquinas tragamonedas en bares:

- Sí, procedente de respuesta directa (P. 1, cód. 13)
- Sí, procedente de repesca de bares (P. 6.4. cód. 1)
- No juega a máquinas

Las dos primeras forman la base de P. 20.1.

20.1 Antes me comentó que en el último año había probado suerte o había jugado echando alguna moneda a las máquinas con premios en bares, cafeterías o restaurantes ¿Con qué frecuencia lo hace? **(LEER)**

- Todos los días	1	
- Varias veces a la semana	2	
- Una vez a la semana	3	
- Una vez cada dos o tres semanas	4	
- Una vez al mes	5	
- Alguna vez al año	6	
- Casi nunca	7	
- Nunca (NO LEER)	8	Pasar al siguiente bloque aleatorio

SALONES DE JUEGO

P. 1. CÓD. 14 o P. 8.3. COD. 1

21.1 Antes me comentó que en el último año había entrado alguna vez a jugar en un salón de juegos con máquinas recreativas con premio, ruletas, etc., ¿Con qué frecuencia va a un salón de juegos a jugar o a distraerse? **(LEER)**

- | | | |
|-----------------------------------|---|-------------------------------------|
| - Todos los días | 1 | |
| - Varias veces a la semana | 2 | |
| - Una vez a la semana | 3 | |
| - Una vez cada dos o tres semanas | 4 | |
| - Una vez al mes | 5 | |
| - Alguna vez al año | 6 | |
| - Casi nunca | 7 | |
| - Nunca (NO LEER) | 8 | Pasar al siguiente bloque aleatorio |

21.2. A qué juega cuando va a un salón de juego: ¿máquinas, ruletas o apuestas deportivas? **(RESPUESTA MÚLTIPLE) (LEER)**

- | | Si | NO | |
|-----------------------|----|----|---------------------------------|
| - Máquinas | 1 | 2 | |
| - Ruletas | 3 | 4 | |
| - Apuestas deportivas | 5 | 6 | Hacer P. 22 Apuestas deportivas |
| - NS/NC (NO LEER) | 7 | 8 | |

A TODOS LOS QUE PASAN AL BLOQUE DE SALONES DE JUEGO

21.3. Cuándo va a un salón de juego, ¿va sólo o va con otras personas?

- | | |
|----------------------|---|
| - Sólo | 1 |
| - Con otras personas | 2 |
| - NS/NC (NO LEER) | 3 |

APUESTAS DEPORTIVAS

SI EN P.1. CÓD. 15

INCLUIR TAMBIÉN SI EN P. 21.3. cód. 3

22.1. ¿Con qué frecuencia hace apuestas sobre resultados de deportes en locales de apuestas o en salones de juego, bingos o casinos? (**LEER**)

- | | | |
|-----------------------------------|---|-------------------------------------|
| - Todos los días | 1 | |
| - Varias veces a la semana | 2 | |
| - Una vez a la semana | 3 | |
| - Una vez cada dos o tres semanas | 4 | |
| - Una vez al mes | 5 | |
| - Alguna vez al año | 6 | |
| - Nunca (NO LEER) | 7 | Pasar al siguiente bloque aleatorio |

SI EN P 22.1. CÓDS. 1 A 6

22.2. ¿Cuándo fue por última vez a uno de estos locales para ver por televisión algún deporte, tomar algo o a apostar? (**LEER**)

- | | |
|----------------------------------|----|
| - Ayer | 1 |
| - Hace dos o tres días | 2 |
| - Hace una semana o menos | 3 |
| - Hace dos semanas | 4 |
| - Hace tres semanas o un mes | 5 |
| - Hace entre uno y dos meses | 6 |
| - Hace entre dos y seis meses | 7 |
| - Hace entre seis meses y un año | 8 |
| - Hace más de un año | 9 |
| - No juega nunca (NO LEER) | 10 |

CATALUÑA TODOS, MENOS P. 1., CÓD. 4

24. Antes me comentó que no había comprado Lotería de Cataluña, La Grossa, de los siguientes motivos, ¿cuál influyó más para que usted no comprase la Grossa, la Lotería de Cataluña? **(LEER)**

- Porque no le gusta la Lotería o no la compra nunca 1
 - Porque cree que la Lotería de Navidad tiene premios más importantes o hay más posibilidades de ganar con ella 2
 - Porque no se la ofrecieron 3
 - Porque cree que la Lotería Navidad es la tradicional y por tanto jugó a esa 4
 - NS/NC 5
 - Si jugó a La Grossa 6
- PASAR A 12.01
SIEMPRE QUE SE MARCA ESTA OPCIÓN
SE PREGUNTA P12.1 AUNQUE YA HAYA
RESPONDIDO SOBRE 3 JUEGOS

26. A continuación le voy a hacer algunas preguntas sobre el juego en general. Dígame en los últimos doce meses:

(LEER) / ROTAR

DSM		La mayor parte de las veces que pierde	Alguna vez, más o menos la mitad de las veces que pierde	Nunca	Se niega/Nc (NO LEER)
	Cada vez que pierde				

Quando usted juega, ¿con que frecuencia vuelve a jugar para ganar lo que perdió otro día?	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

	Casi siempre	La mayor parte de las veces	Alguna vez	Nunca	Se niega (NO LEER)
--	--------------	-----------------------------	------------	-------	--------------------

¿Con cuanta frecuencia se ha encontrado usted mismo pensando sobre juego, es decir, volviendo sobre partidas anteriores, planificando la próxima vez que jugará o pensando formas para tener dinero para jugar?	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

¿Tiene necesidad de jugar más y más dinero para conseguir la emoción que desea conseguir jugando?	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

¿Se siente usted irritable cuando intenta dejar de jugar?	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

¿Ha jugado para escapar de sus problemas o cuando usted está deprimido, ansioso o mal consigo mismo?	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

¿Ha mentido a su familia o a otros para esconder el tiempo que dedica a jugar?	1	2	3	4	5
¿Ha intentado controlar, recortar lo que juega o dejar de jugar?	1	2	3	4	5
¿Ha cometido una falta o un delito para conseguir financiar el juego o pagar deudas de juego?	1	2	3	4	5
¿Se ha arriesgado a perder relaciones importantes, trabajo u oportunidades de trabajo o estudio a causa del juego?	1	2	3	4	5
¿Ha pedido dinero a otros para ayudarle con una situación financiera desesperada provocada por el juego?	1	2	3	4	5

**27. En los últimos doce meses, con qué frecuencia:
(LEER) / ROTAR**

PGSI	Casi siempre	La mayor parte de las veces	Alguna vez	Nunca	Se niega (NO LEER)
Ha jugado o apostado más dinero del que se podía permitir perder	1	2	3	4	5
Ha necesitado jugar más dinero para conseguir la misma emoción	1	2	3	4	5
Ha vuelto para intentar ganar el dinero que perdió	1	2	3	4	5
Ha tomado dinero prestado o vendido algo para conseguir dinero para jugar	1	2	3	4	5
Ha sentido que usted podía tener un problema con el juego	1	2	3	4	5
Ha sentido que el juego le ha producido problemas de salud, incluyendo estrés o ansiedad	1	2	3	4	5
Ha habido gente que le ha criticado lo que juega, o le ha dicho que tiene un problema con el juego, con independencia de que usted piense que es verdad o no	1	2	3	4	5
Ha sentido que el juego le ha provocado problemas económicos a usted o a su familia	1	2	3	4	5
Se ha sentido culpable sobre la forma en que juega y lo que sucede cuando juega	1	2	3	4	5

P. 28. BASE:

TODOS LOS QUE HAN JUGADO EN SALAS DE JUEGO

Máquinas tragamonedas P. 1. Cód. 13 + P. 6.6. cód. 1

Salones de juego P. 1. Cód. 14 + P. 8.3. cód. 1

Apuestas deportivas P. 1. Cód. 15

Bingos P. 1. Cód. 11 + P. 7.3. cód. 1

Casinos P. 1. Cód. 10 + P. 9.2. cód. 1

28. Lógicamente, cuando se juega se puede ganar o perder. Cuál de las siguientes frases describe mejor cómo se toma usted las cosas cuando toca perder jugando en un casino, en un bingo, en un salón de juego o echando monedas en una máquina tragamonedas en un bar o restaurante... **(LEER)**

Intento ganar lo que perdí la vez siguiente que juegue o apueste	1
Prefiero no pensar en que he perdido, la siguiente vez que voy a jugar o a apostar ni siquiera me acuerdo	2
Perder jugando en un casino, un bingo, un salón de juego o apostando es lo mismo que pagar la entrada por ir al cine, a un parque de atracciones o la consumición en un bar, sabes que tiene un coste por el entretenimiento o por la emoción o ilusión de jugar o conocer gente con las mismas aficiones	3

TODOS

35. A continuación le voy a preguntar si en los últimos 12 meses su hogar ha tenido que hacer pagos de algunos conceptos,

35.1. ¿Tuvo pagos de hipotecas o alquiler de la vivienda o que pagar algún crédito para realizar alguna gran reparación en la misma?

SI	1	18.1b ¿Tuvo algún retraso en esos pagos?	SI	1
NO	2		NO	2
Ns/Nc (NO LEER)	3		Ns/Nc (NO LEER)	3

35.2 ¿Tuvo algún pago de compras aplazadas y otros préstamos no relacionados con la vivienda?

SI	1	28.2B ¿Tuvo algún retraso en esos pagos?	SI	1
NO	2		NO	2
Ns/Nc (NO LEER)	3		Ns/Nc(NO LEER)	3

35.3 ¿Tuvo algún pago relacionado con recibos de agua, gas, electricidad, comunidad, teléfono o Internet?

SI	1	28.3B ¿Tuvo algún retraso en esos pagos?	SI	1
NO	2		NO	2
Ns/Nc (NO LEER)	3		Ns/Nc (NO LEER)	3

35.4 ¿Cree que su hogar tiene capacidad para afrontar gastos imprevistos como grandes reparaciones, o similares?

SI	1
NO	2
Ns/Nc (NO LEER)	3

36. ¿Qué personas además de Vd. viven en su hogar? (**LEER**)

1. Cónyuge/Pareja
2. Hijo/s menores de 10 años
3. Hijo/s de 10 a 15 años
4. Hijos de 16 a 18 años
5. Hijos mayores de 18 años
6. Vive solo. Otros

DATOS DE CLASIFICACIÓN

C2. ¿Es usted el sustentador principal o persona que más ingresos aporta al hogar?

1. Sí
2. No

C.4. ¿Cuál es su situación laboral?

1. Trabaja actualmente
2. Retirado/Pensionista/Incapacitado
3. Parado habiendo trabajado antes
4. Parado en busca primer empleo
5. Estudiante (no trabaja)
6. Sus labores (no trabaja)

C.5. ¿Está/estuvo trabajando por cuenta propia o ajena?

- 1 Cuenta propia C.6A.
- 2 Cuenta ajena C.6B.

C.6A. En concreto, ¿cuál es su profesión? (Cuenta propia)

1. Miembro cooperativa agraria/no agraria
2. Propietario agrícola sin empleados
3. Empresario agrario (1 a 5 empleados)
4. Empresario agrario (6 y más empleados)
5. Empresario/comerciante sin empleados
6. Empresario/comerciante (1 a 5 empleados)
7. Empresario/comerciante (6 y más empleados)
8. Profesional liberal (médico/abogado)
9. Trabajador manual (albañil/fontanero)

C.6B. En concreto, ¿cuál es su profesión? (Cuenta ajena)

1. Director/directivo (25 y más empleados)
2. Director empresa (menos de 25 empleados)
3. Mando superior (empresa privada/administración/jefe)
4. Mando intermedio (empresa privada/administración/oficial)
5. Capataces/encargados/suboficiales ejército
6. Agentes comerciales/representantes
7. Administrativos
8. Obrero especializado/Nº Guardia Civil/Policia
9. Vendedores/dependientes
10. Obreros sin especializar (Peón)
11. Empleados subalternos (Conserje, etc.)
12. Otro personal no cualificado (Servicio doméstico)
13. Jornaleros del campo

C.7. ¿Qué estudios tiene vd.?

1. No sabe leer (analfabeto)
2. Sabe leer y escribir (2 o 3 años al colegio)
3. ESO sin acabar/EGB sin acabar/CEP sin examen/4 o 5 años al colegio
4. ESO finalizado/EGB finalizado/Bachiller Elemental/CEP con examen/6 o más años al colegio
5. Bachiller(LOGSE) / BUP/COU /FP /Bachiller Superior
6. Diplomatura/Escuela Universitaria/Ingeniería técnica
7. Licenciatura/Escuela técnica superior/Doctorado
8. Grado (Universitario, nunca módulos)
9. Grado + Master

SÓLO SI NO ES EL SUSTENTADOR PRINCIPAL

C.8. ¿Cuál es la situación laboral del sustentador principal (la persona que aporta más ingresos al hogar)?

1. Trabaja actualmente
2. Retirado/Pensionista/Incapacitado
3. Parado habiendo trabajado antes
4. Parado en busca primer empleo
5. Estudiante (no trabaja)
6. Sus labores (no trabaja)

C.9. ¿Está/estuvo trabajando por cuenta propia o ajena?

1. Cuenta propia C.9A.
2. Cuenta ajena C.9B.

C.9A. En concreto, ¿Cuál es la profesión del sustentador principal? (Cuenta propia)

1. Miembro cooperativa agraria/no agraria
2. Propietario agrícola sin empleados
3. Empresario agrario (1 a 5 empleados)
4. Empresario agrario (6 y más empleados)
5. Empresario/comerciante sin empleados
6. Empresario/comerciante (1 a 5 empleados)
7. Empresario/comerciante (6 y más empleados)
8. Profesional liberal (médico/abogado)
9. Trabajador manual (albañil/fontanero)

C.9B. En concreto, ¿Cuál es la profesión del sustentador principal? (Cuenta ajena)

1. Director/directivo (25 y más empleados)
2. Director empresa (menos de 25 empleados)
3. Mando superior (empresa privada/administración/jefe)
4. Mando intermedio (empresa privada/administración/oficial)
5. Capataces/encargados/suboficiales ejército
6. Agentes comerciales/representantes
7. Administrativos
8. Obrero especializado/Nº Guardia Civil/Policia
9. Vendedores/dependientes
10. Obreros sin especializar (Peón)
11. Empleados subalternos (Conserje, etc.)
12. Otro personal no cualificado (Servicio doméstico)
13. Jornaleros del campo

C.10. ¿QUÉ ESTUDIOS TIENE EL SUSTENTADOR PRINCIPAL?

1. No sabe leer (analfabeto)
2. Sabe leer y escribir (2 o 3 años al colegio)
3. ESO sin acabar/EGB sin acabar/CEP sin examen/4 o 5 años al colegio
4. ESO finalizado/EGB finalizado/Bachiller Elemental/CEP con examen/6 o más años al colegio
5. Bachiller(LOGSE) / BUP/COU /FP /Bachiller Superior
6. Diplomatura/Escuela Universitaria/Ingeniería técnica
7. Licenciatura/Escuela técnica superior/Doctorado
8. Grado (Universitario, nunca módulos)
9. Grado + Master

C.10A ¿CUÁL ES SU NACIONALIDAD?

1. Española
2. Española y otra
3. Otra

CEJUEGO
CONSEJO EMPRESARIAL DEL JUEGO

uc3m | Universidad **Carlos III** de Madrid
Instituto de Política y Gobernanza