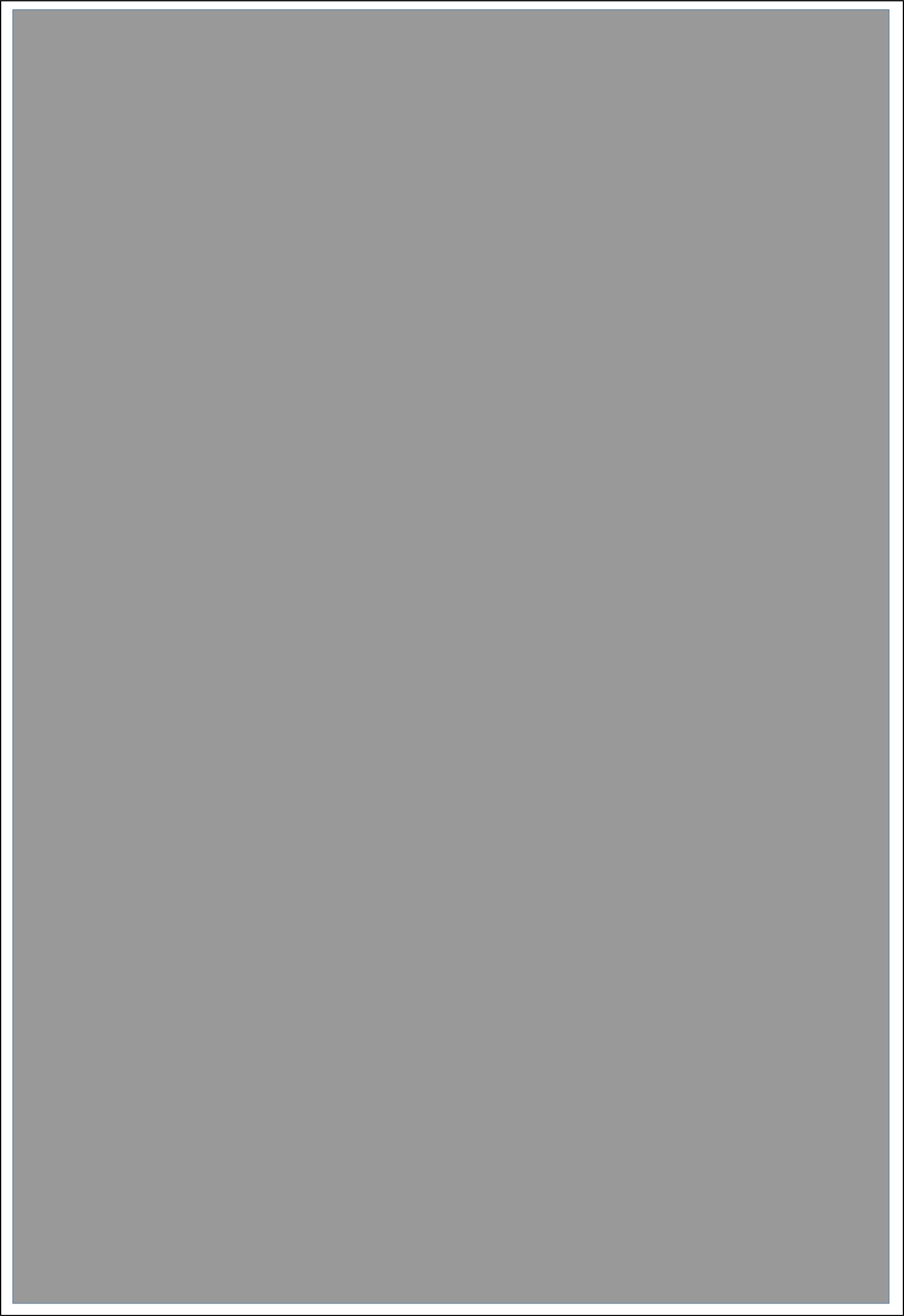


**ESTUDIO DEL
JUEGO DE APUESTAS Y
PREDICTORES PSICOSOCIALES
EN ADOLESCENTES
DE LA PROVINCIA DE HUELVA**



**ESTUDIO DEL JUEGO DE APUESTAS Y PREDICTORES
PSICOSOCIALES EN ADOLESCENTES DE LA PROVINCIA
DE HUELVA
2018**



**ESTUDIO DEL JUEGO DE APUESTAS Y PREDICTORES
PSICOSOCIALES EN ADOLESCENTES DE LA PROVINCIA
DE HUELVA
2018**

EQUIPO DE INVESTIGACIÓN

Daniel Lloret Irlles (Responsable del estudio)

Profesor Contratado Doctor del Departamento de Psicología de la Salud
Universidad Miguel Hernández Elche

Víctor Cabrera Perona

Técnico de Investigación del Departamento de Psicología de la Salud
Universidad Miguel Hernández Elche

Enero de 2019



Elabora: Universidad Miguel Hernández.

Edita: Diputación Provincial de Huelva. Servicio de Prevención

ISBN (En tramitación)

Objetivo: Describir la prevalencia del juego de apuestas en la población adolescente de la provincia de Huelva, e identificar las características psico-sociales asociadas

Muestra: 2.346 alumnos de 3º y 4º de la ESO y de 1º de Bachiller de los Institutos de Enseñanza Secundaria de la provincia de Huelva

Tipo de Estudio: Estudio descriptivo transversal.

Periodo de aplicación de los instrumentos: Abril – Junio 2018

Equipo:

Universidad Miguel Hernández de Elche

Daniel Lloret Irlles

Víctor Cabrera-Perona

Unidad de prevención Social Diputación Huelva

Antonio Pelayo Vázquez

Ángela Sayago Villaseñor

María Teresa Camacho Díaz

Margarita Pérez Botello

Antonio Torrescusa Ruíz

María de los Ángeles Gil Álvarez

Rafael Delgado Cueto

Salomé Moura Calvo

Rosángela Muñoz Beas

San Juan del Puerto

Lucía Aquino Trigo

Ana Del Carmen Cardeñas Onieva

María Bravo Domínguez

María José Díaz Prieto

Punta Umbría

Alicia Filiberto Garrido

Aracena

Luis Carlos Romero Bomba

Cartaya

Gloria Gutiérrez Medina

Cinta Navalón Ben

Valverde del Camino

Isabel M^a Rivera Núñez

Puebla de Guzmán

Peña López Palacios

Ayamonte

Ana Belén Perera Martín

Delegación Territorial de Educación

Francis Martínez Mojarro

Huelva, Febrero de 2019

PRÓLOGO

La reciente edición del Manual Estadístico de Enfermedades Mentales de la Sociedad Americana de Psiquiatría DSM-V (Asociación Psiquiátrica Americana, 2013), reconoce por primera vez la adicción a los juegos de apuestas como una entidad diagnóstica independiente que conlleva importantes implicaciones económicas, familiares, laborales, legales y psicológicas.

En España, la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas también ha incorporado por primera vez el juego de apuestas en la Estrategia Nacional sobre Adicciones 2017-2024.

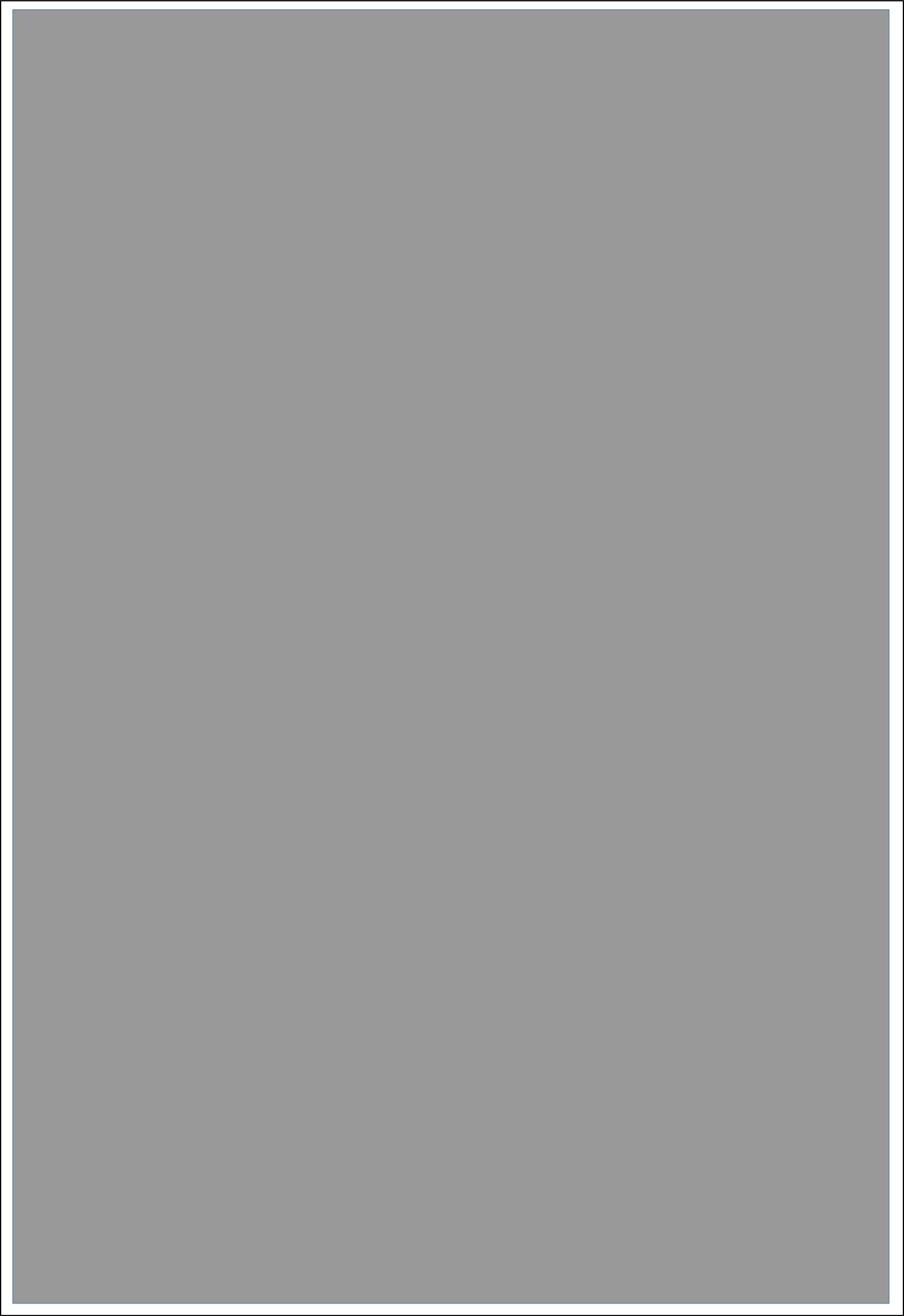
Aunque la ley impide a los menores apostar, estudios al respecto señalan que, en Europa, el 14% de los estudiantes de 15-16 años lo han hecho alguna vez, y el 7% frecuentemente durante los últimos 12 meses.

Sensible a esta realidad, que confronta el deseo de una juventud onubense sana física y mentalmente, la Diputación de Huelva propicia, desde la Unidad de Prevención Social y junto a la Universidad Miguel Hernández, un estudio sobre una muestra representativa de adolescentes de la provincia de Huelva, que analiza los hábitos de juego de apuestas y los factores de riesgo psicosociales, con el fin de diseñar e implementar propuestas preventivas eficaces.

Como administración pública, que se enorgullece de ser referente provincial en políticas preventivas que tiene a la población joven como objetivo prioritario de preocupación y ocupación, es una satisfacción poner este novedoso y riguroso estudio a disposición de los Ayuntamientos y otras entidades públicas y privadas que trabajan en la prevención de adicciones en nuestra provincia.

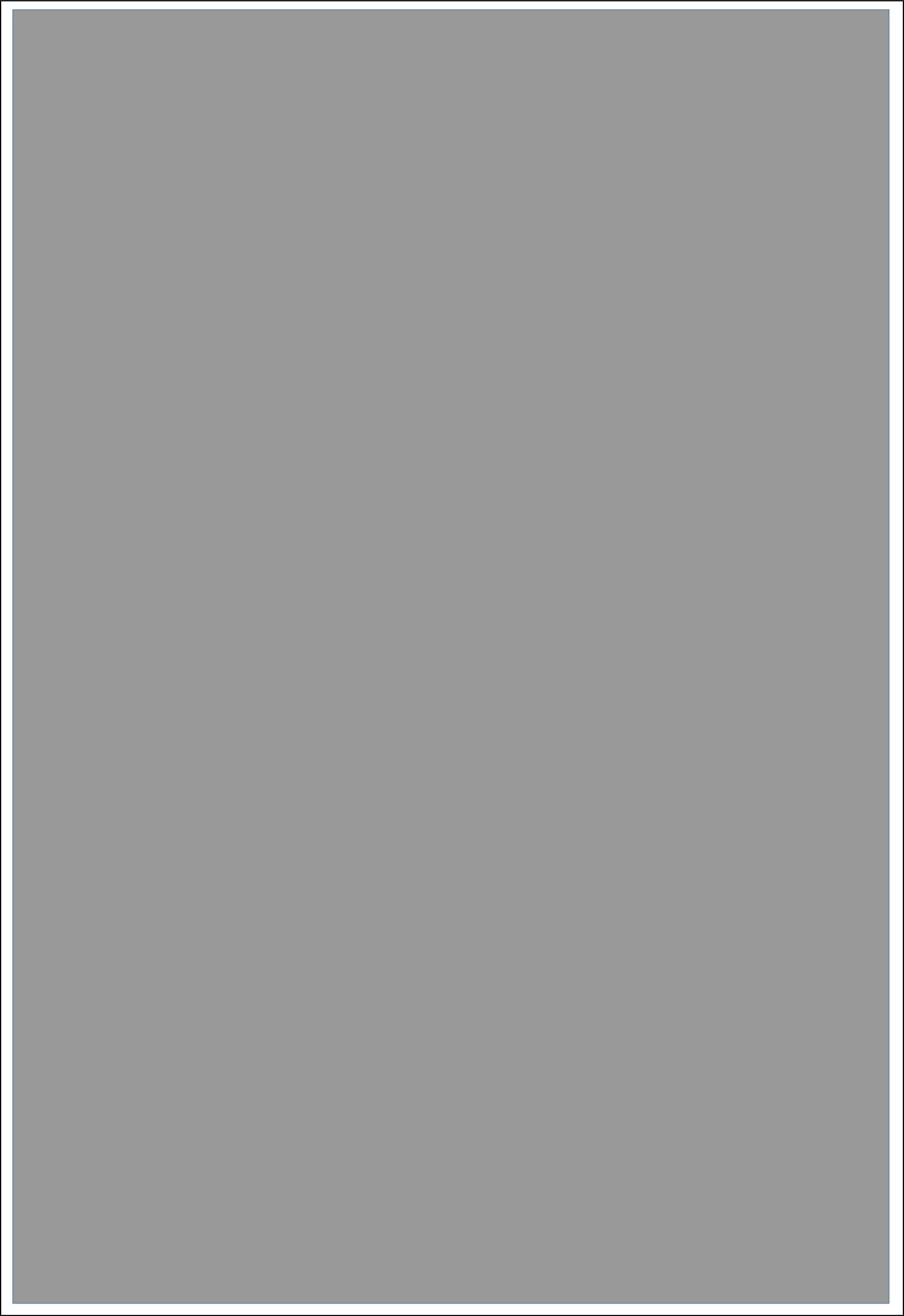
Ignacio Caraballo Romero

Presidente de la Excma. Diputación Provincial de Huelva



ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	11
1.1. La industria del juego	11
1.2. El juego de apuestas en menores	12
1.3. Factores de riesgo del inicio y mantenimiento del juego de apuestas	13
1.4. La respuesta institucional	14
2. OBJETIVOS	17
3. MÉTODO	19
3.1. Diseño	19
3.2. Procedimiento	19
3.3. Participantes	20
3.4. Variables y medidas	22
3.5. Análisis de datos	26
4. RESULTADOS	27
4.1. Prevalencia de juego	27
4.1.1. Frecuencia de juego	27
4.1.2. Juego problemático	32
4.1.3. Intención de juego	34
4.1.4. Gasto en juego	36
4.2. Características individuales y psicosociales	39
4.2.1. Impulsividad	39
4.2.2. Búsqueda de sensaciones	41
4.2.3. Motivaciones para jugar	43
4.2.4. Percepción del riesgo	45
4.2.5. Sesgos cognitivos. Ilusión de control	47
4.2.6. Autoeficacia para no apostar	51
4.3. La familia	53
4.3.1. La percepción de la actitud parental hacia el juego de apuestas	53
4.3.2. Percepción de la conducta de juego de los padres	55
4.4. La presión de los iguales	57
4.4.1. Percepción de los amigos que juegan	57
4.5. La influencia del entorno	60
4.5.1. Exposición a la publicidad de juego	60
4.5.2. La actitud hacia la publicidad de juego	64
4.5.3. Accesibilidad al juego de apuestas	66
4.5.4. Percepción normativa	69
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	73
5.1. Conclusiones	73
5.2. Recomendaciones	75
6. ANEXOS	77
7. ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS	89
8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	91



1. INTRODUCCIÓN

1.1. La industria del juego

La industria del juego de apuestas es una actividad de enorme impacto económico que mantiene un ritmo creciente. Las cantidades anuales jugadas desde 2011, año de entrada en vigor de la Ley 13/2011, de 27 de mayo, de Regulación del Juego, muestran como los segmentos de juego tradicionales como Loterías y se mantienen estables, mientras que bingo, juegos de casino y apuestas deportivas contemplan un crecimiento respecto al año anterior (2016) del 30.9%. Estos crecimientos, que se deben principalmente al juego online, oscilan entre el 28% (bingo) y el 47% (juegos de casino). En cuanto a las apuestas deportivas, son aquellas más populares y que más jugadores concentra y también contempla un crecimiento sostenido de un 11% anual.

La última memoria de la Dirección General de Ordenación del Juego, referente al ejercicio de 2017, sitúa por encima de los 39.000 millones de euros anuales el volumen de negocio total del juego en España. Lo que equivale al 3,1% del PIB español, y supera la facturación del sector primario y de los productos de la propiedad intelectual. Si bien esta cifra debe asumirse con cautela debido al interés de algunas multinacionales del juego en reducir artificialmente sus beneficios para tributar menos por el impuesto de sociedades (Forbes, 2017). Solamente durante el tercer trimestre de 2018 la industria del juego movió 4.251 millones de euros, un 2,04% más que el trimestre anterior. En cifras absolutas, el juego online ha tenido un crecimiento del 387% en apenas seis años.

En este sentido, y tomando como partida la Ley 13/2011, la concesión de licencias ha aumentado exponencialmente año tras año. El incremento del número de operadores ha impulsado una producción publicitaria que inunda los espacios públicos y privados, aumentando la cifra de inversión publicitaria un 3.5% de forma anual y cifrándose en 2017 en 103 millones de euros en todos los soportes. Las principales estrategias de marketing incluyen asociar las marcas con figuras del deporte de primera fila, comprar espacios publicitarios en medios de comunicación o en las vallas de los estadios, provocar el debate en las redes sociales, ofrecer bonos de bienvenida que subvencionan las primeras apuestas, patrocinar equipos y crear contenidos que aumenten el tráfico de sus webs. Según datos de la Dirección General de Ordenación del Juego, entre 2013 y 2017 el sector quintuplicó sus beneficios, que fueron en ese último año de más de 560 millones de euros.

Las últimas ediciones de los manuales diagnósticos con mayor reconocimiento internacional, DSM-V (Asociación Psiquiátrica Americana, 2013) y CIE-11 (Organización Mundial de la Salud, 2018), reconocen, por vez primera, el trastorno por juego (adicción a los juegos de apuestas, ludopatía o juego patológico) como una entidad diagnóstica independiente, demostrado ya su potencial adictivo que comparte criterios con adicciones a sustancias como por ejemplo: desarrollo de tolerancia, síntomas de abstinencia y falta de control. Así, diversos estudios internacionales apuntan a que el trastorno por juego afecta al 0.3%-0.9% de la población (140.000 – 400.000 personas en nuestro país) y conlleva importantes y graves consecuencias económicas, familiares, laborales, legales y psicológicas (Cox et al. 2004; Kessler et al., 2008). En España, según el Estudio sobre prevalencia de juego en 2015 (Dirección General de Ordenación del Juego, 2016), el

2.6%-4.4% de las personas que jugaron en el último año, son jugadores en riesgo, con algún tipo de problema o incluso con patologías relacionadas con los juegos de azar. Labrador (2015), revela que en la población española tres de cada cuatro personas, mayores de edad, apostaban de manera presencial. De ellos, un 6.3% se encontraba en riesgo, problemas o patologías relacionadas con los juegos de azar a lo largo de su vida. El 0.9% de la población adulta española cumplía criterios para el diagnóstico de juego patológico y el 1% para ser considerados como jugadores con problemas.

Especialmente llamativo es el rango de edad de los nuevos jugadores. Del 1.400.000 jugadores online registrados en sistemas online en 2017, los usuarios de 18 a 25 años representan el 25.32% del total de jugadores en nuestro país. En cuanto al perfil de jugadores, un 85% de usuarios registrados eran hombres, frente al 15% mujeres.

1.2. El juego de apuestas en menores

La alta prevalencia de juego en población adolescente-juvenil resulta preocupante. A pesar de que la Ley impide apostar a menores, cada vez son más los jóvenes que se inician en el juego.

El auge del juego es un fenómeno de magnitud internacional. Según la encuesta ESPAD que incluye jóvenes de 15 años de 37 países europeos, la prevalencia de juego entre los adolescentes españoles es del 16%, dos puntos por encima la media europea. De ellos, el 7% informa jugar con frecuencia en los últimos 12 meses (ESPAD Group, 2016). Otros estudios en nuestro país encuentran cifras algo superiores. Por ejemplo, Carbonell y Montiel (2013) apuntan que un 20% de adolescentes había apostado en línea antes de alcanzar la mayoría de edad. En este sentido, en la provincia de Alicante, un 28% de jóvenes entre 13 y 17 años declaraban haber jugado alguna vez en su vida (Lloret y Cabrera, 2016).

La práctica clínica informa de un incremento de trastorno por juego en adolescentes y asimismo de una mayor incidencia de trastorno en adolescentes que en adultos (Domínguez Álvarez, 2009; Jacobs, 2000). Al mismo tiempo, varias investigaciones sitúan la edad de inicio del juego en la adolescencia (Sarabia-Gonzalvo, Herrero-Fernández y Estévez, 2014; Jacobs, 2000; Ricijas, Hundric y Huic, 2016).

Un reciente meta-análisis que revisa estudios realizados en 23 países desde el año 2000 estima que entre el 0.2 y el 12.3% de los adolescentes europeos cumplirían criterios de juego problemático (Calado, Alexandre y Griffiths, 2016). En nuestro país, el 6% de los estudiantes españoles de 15-16 años había apostado frecuentemente durante los últimos 12 meses (ESPAD Group, 2016), multiplicando los datos entre adultos. Otros estudios muestran que entre **el 4%-5.6% de los adolescentes cumplen criterios de juego de riesgo y un 1.2% de juego problemático** (Becoña, Míguez y Vázquez, 2001; Choliz, 2017; Gonzalez-Roz et al. 2016; Lloret et al., 2016). Además, la aparición y uso casi universal de las Nuevas Tecnologías en adolescentes aumentan la accesibilidad al juego, así como su intensidad y el refuerzo inmediato del premio, creando un nuevo perfil de usuario de juegos de apuestas, al mismo tiempo que dificulta el control por parte de tutores y padres/madres. Así, según los últimos informes de la Dirección General de Ordenación del Juego (2015), el juego online ya representa un porcentaje superior al 20%

del total del juego en nuestro país. En adolescentes, desde la legalización del juego online, se ha incrementado la proporción de jóvenes que acceden a centros de tratamiento por tener un problema de adicción al juego y, además, el tipo de juego responsable de su adicción es, principalmente, el juego online (Chóliz, 2016). En este sentido, los jugadores online tienen una tasa de juego problemático superior a los jugadores tradicionales (Canale, Griffiths, Vieno, Siciliano y Molinaro, 2015) y apuestan a un mayor número de modalidades de juego (Gainsbury, Russell, Hing, Wood y Blazczynski, 2013; Shaffer y Shaffer, 2014). A esta disponibilidad, inmediatez y accesibilidad contribuye la modalidad de apuestas deportivas y de azar online a través de cualquier dispositivo (Gainsbury, 2015; Griffiths, 2003) y en el caso de menores de edad el anonimato (McCormack y Griffiths, 2013). Así, el juego online no conoce limitación de tiempo, ni restricciones físicas. Estas estrategias facilitan el inicio y mantenimiento del juego de apuestas entre los más jóvenes y amenazan con aumentar de trastorno por juego. Conviene destacar aquí la relación entre el inicio precoz y la gravedad del juego en la mayoría de edad (Montesinos, 2016), ya que el juego a temprana edad aumenta la probabilidad de desarrollar una conducta adictiva cuando se es adulto. El *Estudio sobre la prevalencia, comportamiento y características de los usuarios de juegos de azar en España* revela que el porcentaje de jugadores patológicos que comenzaron a jugar siendo menores de edad es del 44,8%, tres veces superior al de las personas que juegan sin riesgo, en las que solo el 13,4% se iniciaron antes de los 18 años.

Entre las consecuencias descritas en el trastorno de juego se evidencian consistentemente problemas económicos y legales, interferencia en relaciones laborales, absentismo laboral, disfunción familiar, pobre comunicación familiar, pérdida de relaciones significativas y en determinados casos comorbilidad (consumo de sustancias, ansiedad, depresión, psicopatologías) (Cox et al., 2004; Shaffer y Hall, 2002; entre otros). En el caso de los jóvenes, además, es frecuente el deterioro psicosocial, bajo rendimiento académico, absentismo escolar, desvinculación familiar, y deudas (Montesinos et al., 2014). Así, los planes nacionales de acción para la inclusión social incluyen a los jugadores patológicos “entre los grupos más vulnerables para la exclusión social” (MSSI, 2016). Respecto a los miembros de la unidad familiar, éstos también se ven afectados, con importantes consecuencias a nivel psicológico y emocional (e.g. culpa, vergüenza, estrés, ansiedad y depresión,), familiar (discusiones, problemas de comunicación familiar), social (aislamiento), económico (endeudamientos) y legal (Dowling et al., 2017; Fernández-Montalvo y Castillo, 2004).

1.3. Factores de riesgo del inicio y mantenimiento del juego de apuestas

El objetivo de la presente investigación es aportar evidencia sobre las características psico-sociales que predicen el inicio y mantenimiento de la conducta de juego, con el fin de sostener el diseño de intervenciones preventivas capaces de reducir estos factores de riesgo. Como punto de partida se realizó una búsqueda de la literatura científica y se revisaron 15 investigaciones que tienen como objetivo analizar la etiología de la conducta de juego de apuestas.

Los modelos en los que se basa la prevención del juego patológico se fundamentan en los resultados de investigación de otras conductas adictivas. Los factores de riesgo son variables que aparecen asociadas a una alta probabilidad de padecer un trastorno y que

deben anteceder a éste. Distintos y variados factores se han sugerido como factores de riesgo de un juego problemático en adolescentes. Entre los personales: impulsividad, búsqueda de sensaciones, baja percepción de riesgo, dificultad para gestionar las emociones, distorsiones cognitivas y motivaciones específicas para ganar dinero apostando (Dussault et al., 2011; Echebúrua y Fernández-Montalvo, 1997; House, 2008; Li et al., 2010; Potenza et al., 2011; Vitaro et al., 1997). El consumo de tabaco, alcohol y otras drogas también ha sido asociado a una mayor frecuencia de juego de apuestas (Potenza et al., 2011; Weinbenger et al., 2015). En el ámbito familiar se consideran aquellos específicos, como las actitudes y conducta de juego de los padres (Dixon et al., 2016; Lang et al., 2004), así como una defectuosa supervisión parental (Molinario et al., 2014). Entre los factores interpersonales, la presión de grupo entendida como percepción de una actitud o conducta a favor del juego de apuestas de parte de los amigos y compañeros cercanos (Alonso, Salvador y Suelves, 2004; Lang et al., 2004). Entre los factores socioculturales destacan la influencia a través de los medios de comunicación y la normalización de la conducta de juego a través de la publicidad (Hing et al., 2014; Lloret, Cabrera et al., 2017) y mayor disponibilidad de modalidades de juego (Ricijas, Hundric y Huic, 2016; King, Dellfabro y Griffiths, 2010; Pitt et al., 2016; Spurrier y Blaszczyński, 2014). E incluso factores contextuales como la mayor exposición a anuncios de juegos de apuestas, mayor accesibilidad/disponibilidad de modalidades de juego, el conocimiento de la legislación (Ladoceur et al., 1999; Caselles, Lloret y Cabrera-Perona, 2018), el dispositivo utilizado para jugar (Ej. internet, Smartphone, televisión digital, etc) (Canale et al., 2015). Entre los factores de protección o variables mediadoras de mejor juego se ha sugerido el conocimiento del problema de juego y las actitudes parentales hacia el juego, así como la regulación parental y el establecimiento claro de normas y límites (Canale, Vieno, Bogt, Pastor, Siciliano y Molinaro, 2016; Kumpfer y Alvarado, 2003).

1.4. La respuesta institucional

En España, son varias las instituciones que diseñan marcos de actuación y regulaciones dirigidas a proteger al menor de la voraz industria del juego de azar y apuestas. Ley 13/2011, de 27 de mayo, de Regulación del Juego, en su Artículo 19, establece las competencias que corresponden al Ministerio de Economía y Hacienda en materia de juego, creando como órgano regulador la Comisión Nacional del Juego, al que se le atribuyen todas las competencias necesarias para velar y asegurar la integridad, seguridad, fiabilidad y transparencia de las operaciones de juego, estableciendo el marco apropiado para proteger a los menores y prevenir el desarrollo de fenómenos de dependencia (Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, 2011).

El Consejo Regulador del Juego Responsable propuso en su reunión del 27 de marzo de 2017 establecer un “plan de investigación”, que aporte datos objetivos y útiles para una mejor identificación de pautas y factores de riesgo en el juego, de colectivos o grupos más vulnerables a experimentar conductas de juego problemático o de la dimensión social de los riesgos generados por el juego, a fin de facilitar la toma de decisiones de la industria y los reguladores y una adecuada fijación de indicadores. Así mismo, resaltó la preocupación por la incidencia del juego en jóvenes y, en especial, el acceso de menores al juego y el impacto de determinadas modalidades de juego en el que está aumentando su participación.

Otra entidad de ámbito estatal que asume competencias en la prevención y control del juego de apuestas es la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas, que incorpora por primera vez el juego de apuestas en la recientemente aprobada Estrategia Nacional sobre Adicciones 2017-2024. Este documento estratégico sostiene que las adicciones conductuales, y con especial énfasis el juego de apuesta, es uno de los cuatro ejes principales de actuación. La nueva estrategia impulsa la vigilancia epidemiológica de la conducta de juego y de los problemas sanitarios y sociales asociados y promueve el diseño e implementación de intervenciones preventivas basadas en la evidencia. En el capítulo “Áreas de actuación” destacan los objetivos estratégicos del apartado “10.1. Prevención y reducción del riesgo” que establecen la necesidad de reducir la presencia y limitar la accesibilidad de conductas susceptibles de generar adicción, en especial el juego. Sin embargo, este posicionamiento no se refleja en los objetivos estratégicos del apartado “10.5. Reducción y control de la oferta”, que se limitan al tráfico de drogas y ninguno hace referencia ni explícita ni implícitamente al juego de apuestas.

En la **Comunidad Autónoma de Andalucía**, la Ley 2/1986, de 19 de abril, del Juego y Apuestas de la Comunidad Autónoma de Andalucía, rige y regula las competencias en el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Andalucía, referentes a las actividades de casinos, juego y apuestas. En este ámbito, el III Plan Andaluz sobre Drogas y Adicciones 2016-2021 incluye la atención a las adicciones comportamentales, concretamente al juego patológico. Este Plan reconoce que el número de notificaciones y atenciones en centros específicos de tratamiento por este trastorno adictivo se ha ido incrementando anualmente.

La **Diputación de Huelva** sensible a esta realidad, asume, desde la Unidad de Prevención Social en colaboración con la Universidad Miguel Hernández, un estudio sobre una muestra representativa de adolescentes de la provincia de Huelva, que analiza los hábitos de juego de apuestas y los factores de riesgo psicosociales entre nuestros menores, con el fin de diseñar e implementar propuestas preventivas eficaces.

El presente informe

El informe se organiza en **cinco** apartados. En la **introducción**, se justifica de forma breve la problemática estudiada, describiendo prevalencias de juego en menores y enumerando los factores de riesgo de inicio y mantenimiento del juego. En siguiente apartado, se concretan los **objetivos** del proyecto, para continuar en el tercer apartado con la **metodología** llevada a cabo. El cuarto apartado, detalla cada objetivo planteado los análisis realizados y los **resultados** hallados. Los resultados se presentan en dos partes. La primera parte describe el estado del juego entre los adolescentes. En ella se analiza la prevalencia de la conducta de juego, la intención de juego, así como la severidad de juego. La segunda parte del informe se dedica a los factores de riesgo que modulan el inicio y mantenimiento de la conducta de juego. Estos se clasifican en cuatro subapartados: En el primero se analizan las características individuales inherentes a la personalidad y características psicosociales, para continuar en el segundo subapartado describiendo características relacionadas con la familia. El tercer subapartado investiga la presión de los iguales. El último subapartado se centra en abordar la influencia del

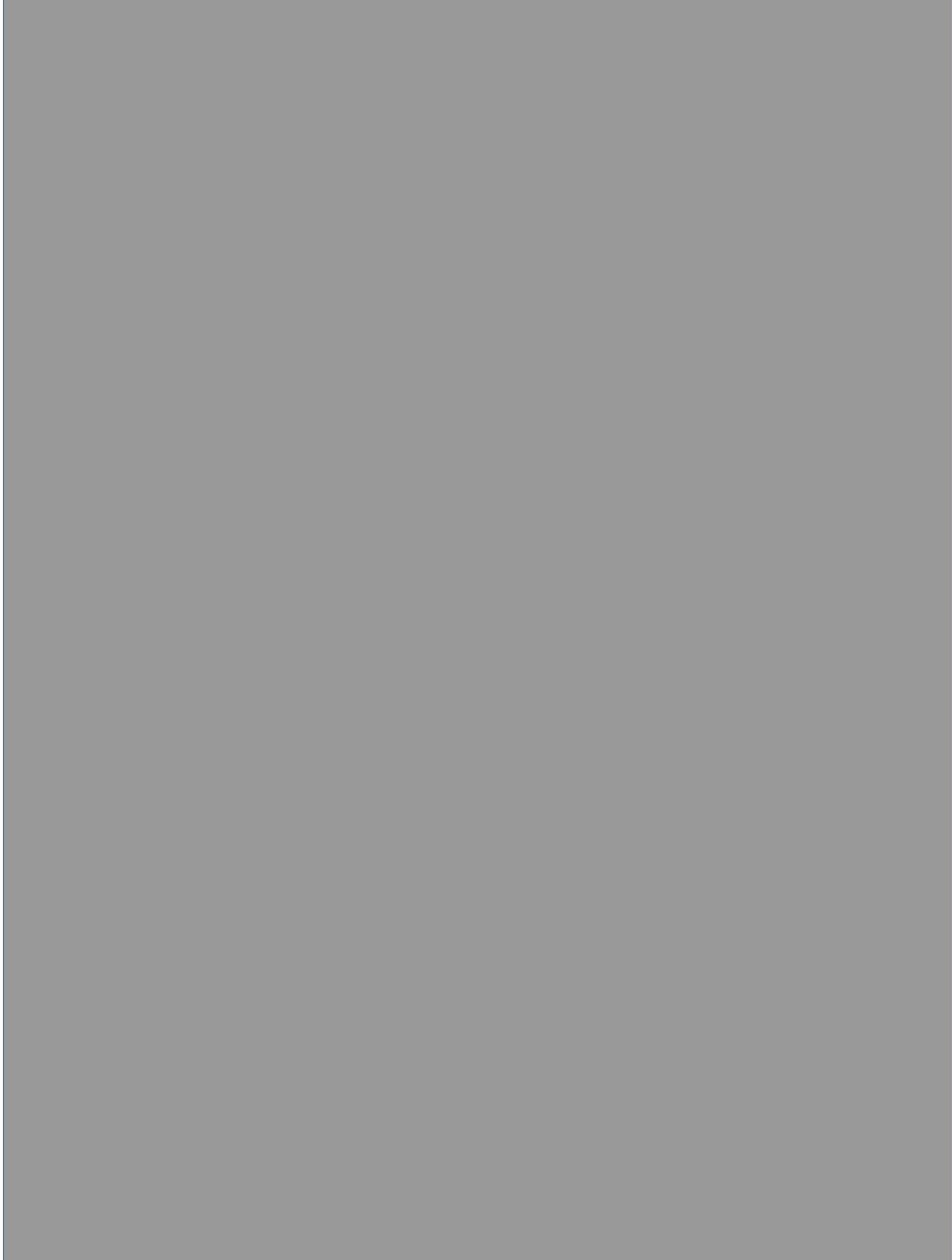
Juego de apuestas y predictores psicosociales en adolescentes de la provincia de Huelva
entorno social extenso. Tras la exposición de resultados, el quinto apartado se dedica a la realización de conclusiones y sugerir **recomendaciones**. El informe termina con inclusión en los **anexos** de los instrumentos de evaluación utilizados.

2.OBJETIVOS

El objetivo general de este estudio es conocer la prevalencia de los juegos de apuestas entre los adolescentes de la provincia de Huelva.

El estudio se concreta en los siguientes objetivos específicos:

- Describir la prevalencia de los juegos de apuestas entre los adolescentes de la provincia de Huelva.
- Identificar las actitudes y otras variables psicosociales asociadas al inicio y mantenimiento de la conducta de juego.
- Analizar las relaciones directas e indirectas entre las características psicosociales asociadas y la conducta de juego.
- Proponer intervenciones preventivas acordes a los resultados hallados.
- Comunicar los resultados en distintos ámbitos de difusión: comunidad educativa, familias, comunidad científica y población general.



3.MÉTODO.

3.1.Diseño

Se trata de un estudio correlacional de diseño transversal que comprende adolescentes escolarizados en centros educativos, con edades comprendidas entre los 14 y 17 años, población diana de este estudio. La muestra ha sido seleccionada en función de la representatividad geográfica y social (enseñanza pública, nivel socioeconómico variable). Los centros educativos fueron seleccionados mediante un muestreo probabilístico. El tamaño muestral asegura la representatividad de la población adolescente onubense, ya que en la provincia de Huelva, se estima en un número cercano a 12.629 jóvenes de 15 a 19 años (Observatorio de la Juventud en España, 2017).

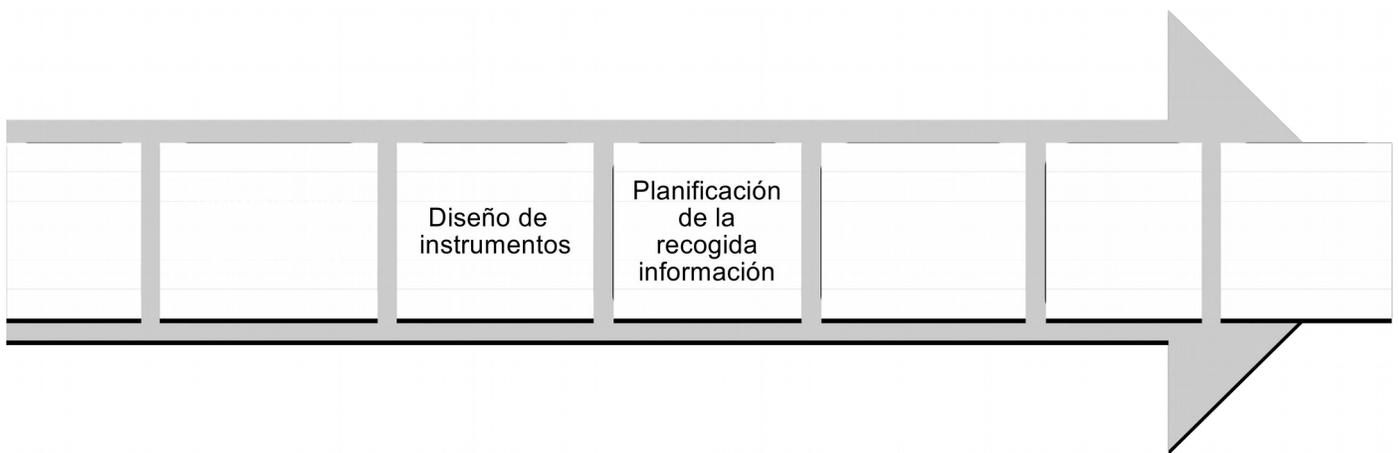
3.2.Procedimiento

Para cumplir el propósito y los objetivos del proyecto, se definió la siguiente metodología y procedimiento.

- Reuniones previas de coordinación del equipo de investigación y personal técnico de Diputación de Huelva trabajo.
- Determinación de necesidades
- Identificación de la información a recoger.
- Diseño de batería de instrumentos
- Presentación y revisión de los instrumentos de investigación
- Diseño del sistema de recogida de información.
- Elección del diseño muestral (centros que se evaluarían, momentos temporales, personal responsable).
- Diseño y planificación del protocolo de recogida de información, identificación de la información y profesionales encargados de la recogida.
- Selección de los 13 centros educativos a evaluar.
- Programación del trabajo de campo. Recogida de información (administración de cuestionarios)
- Información por parte de los centros educativos a los padres, madres y/o tutores de los menores mediante un escrito en el que se solicitaba la autorización
- Establecimiento de fecha límite de recepción de cuestionarios
- Trabajo de campo (administración de cuestionarios y recogida de información). Durante el periodo abril 2018 a Junio 2018 se administraron los cuestionarios de forma colectiva y anónima, bajo la supervisión de personal de Diputación de Huelva y los centros educativos, que atendían eventuales dudas. Además, las sesiones se supervisaban por los tutores/as de los grupos. El tiempo de cumplimentación estuvo osciló entre los 25-35 minutos.
- Diseño de bases de datos. Durante el mes de Junio 2018, se diseñó la base de datos

- Tabulación y depuración de datos. Tras la administración, en el periodo Julio-Septiembre 2018, se procedió a la tabulación en una base de datos generada en el programa informático SPSS v.24.0.
- Análisis de datos, durante el mes de Septiembre-Octubre 2018.
- Redacción de informe de evaluación y resumen ejecutivo (periodo noviembre-diciembre 2018). Con las diferentes aportaciones, sugerencias y correcciones realizadas se elaboró el informe definitivo que se presenta en el presente documento.

Figura 1. Flujo de procedimiento del estudio.



3.3.Participantes

Los participantes fueron estudiantes de Enseñanza Secundaria Obligatoria (ESO) y bachiller (BAT) pertenecientes a 13 centros públicos de 12 municipios en 6 comarcas de la provincia de Huelva (El Andévalo, El Condado de Niebla, Costa Occidental, Cuenca minera, Comarca Metropolitana, Sierra de Aracena).

La muestra definitiva está compuesta por 2.346 alumnos/as de 3ºESO, 4ºESO y 1ºBAT, tras descartar 112 cuestionarios por encontrarse inacabados o haber hallado patrones de contestación azarosa y/o deseabilidad social. La edad media es de 15.66 años (DT=1.08; Rango: 14-18 años). De ellos, el 46.8% chicos. En cuanto al tipo de centro, la totalidad de la muestra pertenecía a centros públicos. La proporción por curso es la siguiente: 3ºESO (37.5%), 4ºESO (29.5%), 1ºBAT (33%).

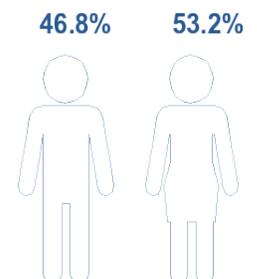


Figura 2. Distribución porcentual de participantes por comarca.

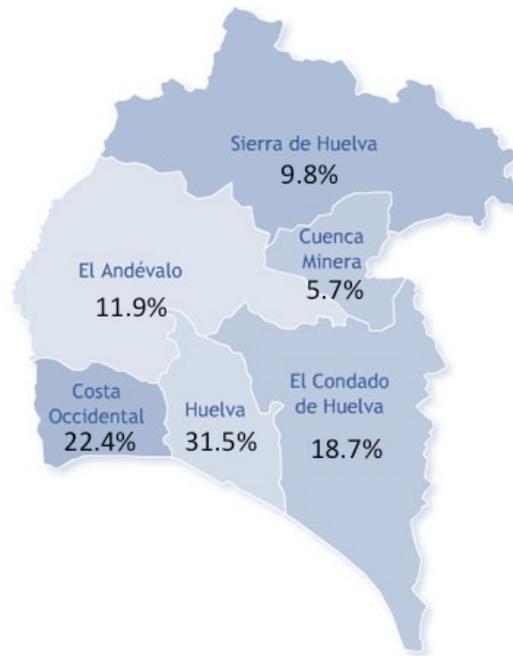


Tabla 1. Distribución de participantes por centro y comarca.

IES	COMARCA	POBLACIÓN	GRUPOS	PARTICIPANTES	% SOBRE EL TOTAL
IES ANDÉVALO	EL ANDEVALO	PUEBLA DE GUZMAN	6	138	5.9%
IES DON BOSCO	EL ANDEVALO	VALVERDE DEL CAMINO	6	141	6.0%
IES DELGADO HERNÁNDEZ	EL CONDADO DE NIEBLA	BOLLULLOS	10	224	9.5%
IES CAMPO DE TEJADA	EL CONDADO DE NIEBLA	PATERNA DEL CAMPO	10	215	9.2%
IES GUADIANA	COSTA OCCIDENTAL	AYAMONTE	13	279	11.9%
IES RAFAEL REYES	COSTA OCCIDENTAL	CARTAYA	11	247	10.5%
IES CUENCA MINERA	CUENCA MINERA	RIOTINTO	7	134	5.7%
IES FUENTE JUNCAL	COMARCA METROPOLITANA HUELVA	ALJARAQUE	10	202	8.6%
IES ESTUARIA	COMARCA METROPOLITANA HUELVA	HUELVA	6	129	5.5%
IES JOSÉ CABALLERO	COMARCA METROPOLITANA HUELVA	HUELVA	6	96	4.1%
IES SALTÉS	COMARCA METROPOLITANA HUELVA	PUNTA UMBRÍA	7	113	4.8%
IES RODRIGUEZ ESTRADA	COMARCA METROPOLITANA HUELVA	SAN JUAN PUERTO	9	199	8.5%
IES SAN BLAS	SIERRA DE ARACENA	ARACENA	9	229	9.8%
			110	2346	100%

3.4. Variables y medidas

La naturaleza del estudio aconsejaba la utilización de batería de cuestionarios estructurados. Todas las medidas se integraron en una única batería de cuestionarios que se cumplimentó en el aula de forma colectiva. En cada sesión, un técnico administraba el cuestionario en las aulas y atendía las eventuales dudas. Las sesiones estuvieron supervisadas por un docente designado por el centro. Los cuestionarios eran totalmente anónimos. El tiempo de cumplimentación oscilaba entre los 25-30 minutos.

Variables sociodemográficas

Variables sociodemográficas: cuestionario elaborado *ad-hoc*, recoge variables de ítem simple y respuesta múltiple: *edad; curso, nota media del curso anterior, estado civil de padre/madre, dinero del que dispone semanalmente, dinero que gasta semanalmente.*

Conducta de juego

Frecuencia de juego. Cuestionario *ad-hoc* de 24 ítems, adaptado de la encuesta europea ESPAD que mide la frecuencia de juego (número de veces) en tres indicadores temporales: a) durante tu vida; b) durante los últimos 12 meses; c) durante los últimos 30 días. El número de modalidades de juego contemplado es 8: Apuestas deportivas on-line, Apuestas deportivas en salones y/o bares, Máquinas tragaperras en salones y/o bares, Póker on-line, Juegos de casino on-line, Ruletas en salones y Apuestas no comerciales entre compañeros. Mayor puntuación indica mayor frecuencia de juego.

Intensidad de juego. Cuestionario *ad-hoc* de 8 ítems adaptado de la encuesta europea ESPAD que mide la cantidad en euros jugada en los últimos 30 días en cada una de las 8 modalidades de juego. Mayor puntuación indica mayor intensidad de juego.

Intención de jugar. Cuestionario de tres preguntas sobre la intención de jugar en un futuro próximo: ¿Tienes intención de jugar a juegos de apuestas?, ¿Tienes planeado apostar on-line próximamente? y Si tuvieras la oportunidad, ¿Querrías entrar en un salón de juego? Con formato de respuesta Likert :1 (totalmente no) al 7 (totalmente sí). Mayor puntuación indica mayor intención de apuesta.

Juego problemático. Se evaluó con el cuestionario SOGS-RA (South Oaks Gambling Scale-RA) de Winters, Stinchfield y Fulkerson (1993) en la versión española de Becoña (1997). Este cuestionario consta de 12 ítems puntuables con dos alternativas de respuesta cada uno (SÍ/NO), derivado del SOGS de Lesieur y Blume (1987, 1993). El cuestionario SOGS-RA tiene una fiabilidad en esta muestra (mediante el coeficiente alpha de Cronbach) de .70. Las puntuaciones del SOGS-RA proporcionan tres categorías según los puntos de corte sugeridos por Winters et al. (1993)

- *No jugador o sin problemas de juego*, aquel que no contesta afirmativamente a ningún ítem o a uno de ellos afirmativamente
- *Jugador en riesgo*: a aquel que contesta a 2 ó 3 de los ítems
- *Jugador problema*: al que contesta a 4 o más de ellos.

Variables individuales y psicosociales

Impulsividad. Escala de Impulsividad de Barratt, versión 11 (BIS-11, Barrat, 1985, Patton, Stanford y Barrat, 1995). Consta de 30 ítems que se agrupan en tres subescalas: Impulsividad Cognitiva (Atención) (8 ítems: 4, 7, 10, 13, 16, 19, 24 y 27), Impulsividad Motora (10 ítems: 2, 6, 9, 12, 15, 18, 21, 23, 26 y 29) e Impulsividad no planeada (12 ítems: 1, 3, 5, 8, 11, 14, 17, 20, 22, 25, 28 y 30). Cada ítems consta de cuatro opciones de respuesta (0, raramente o nunca; 1, ocasionalmente; 3, a menudo; 4, siempre o casi siempre). La consistencia interna fue de .771 Mayor puntuación indica mayor impulsividad.

Búsqueda de Sensaciones. Escala Breve de Búsqueda de Sensaciones (BSSS-8) (Zuckerman, 1971, 1979, 1994; adaptación de escala breve por Hoyle et al., 2002; versión española, Palacios, 2015) que contiene un total de ocho ítems, dos para cada dimensión: búsqueda de emociones y aventuras, búsqueda de experiencias, desinhibición y susceptibilidad al aburrimiento. El formato de respuesta está compuesto por cinco niveles que se extienden desde nada de acuerdo (1) hasta muy de acuerdo (5), pudiendo obtener una puntuación mínima de 8 y máxima de 40. En este estudio la consistencia interna fue de .77. Mayor puntuación indica mayor presencia del rasgo.

Motivaciones para jugar. El Cuestionario de Motivos de Apuestas (GMQ, Gambling Motives Questionnaire, Stewart y Zack, 2007). Incluye cuatro subescalas de cuatro ítems cada una para evaluar factores de motivos para jugar: 1) El refuerzo interno positivo emociones placenteras, 2) el juego como recurso de afrontamiento, 3) el refuerzo social y 4) factores monetarios. Los ítems son frases que completan el enunciado general de “Cuando has jugado a juegos de apuestas, lo has hecho para...” La consistencia interna de la escala total es de .88, para cada subescala es de α de Cronbach = .66 (social), .84 (placer), .80 (afrontamiento) y .87 (financiero). Mayor puntuación en cada subescala indica mayor intensidad de la motivación.

Autoeficacia para no apostar. Cuestionario auto-informado de 8 ítems que valúa la capacidad autopercibida de no jugar en situaciones en las que se invita al juego (Ej. “estar con amigos que apuestan” o “recibir invitaciones de juego”), con tipo de respuesta likert que se escalan en 5 niveles desde 0 (“nada capaz”) a 4 (“totalmente capaz”). La consistencia interna en este estudio es de .88. Mayor puntuación indica mayor autoeficacia para no apostar.

Cuestionario EDGAR (Early Detection Gambling Addiction Risk – Adolescents) (Lloret, Cabrera-Perona, Núñez, 2017). Escala autoaplicada de 26 ítems y cuatro factores. Obtiene un nivel de riesgo basado en la evaluación de 4 factores que han demostrado relación con el abuso de juego de apuestas entre adolescentes. La consistencia interna de la escala total es de α de Cronbach = .84. Mayor puntuación indica mayor presencia de los factores de riesgo.

- **Accesibilidad.** Facilidad para acceder a locales o webs de juegos de apuestas, formada por 6 ítems. La consistencia interna es de α de Cronbach = .78.
- **Percepción del Riesgo,** consiste en la creencia de que el juego de apuestas conlleva consecuencias negativas, formada por 8 ítems. La puntuación esta invertida en relación al concepto a medir, de tal forma que una mayor puntuación en la escala

significa una menor Percepción del Riesgo. La consistencia interna es de α de Cronbach = .80.

- Percepción Normativa. 4 ítems que evalúan la propia creencia acerca cuán frecuente es el juego de apuestas entre los jóvenes de edad parecida. (El juego de apuestas es muy frecuente entre la gente de mi edad). α de Cronbach = .72.
- Actitud Parental. Escala de 7 ítems que evalúa la percepción de la actitud general de los padres ante la conducta de juego. (Ej. “Mis padres me previenen sobre los riesgos de jugar con apuestas”, “Mis padres aceptan que yo haga apuestas deportivas”) En este estudio la consistencia interna fue de .86.

Escala de ilusión de control y desconocimiento de probabilidad de juego de apuestas (Lloret y Cabrera, 2017). Escala autoaplicada de 10 ítems con tipo de respuesta Likert (0-4) que evalúa dos dimensiones sobre la probabilidad asociada a juegos de apuestas. a) El grado de acuerdo con afirmaciones sobre leyes básicas de probabilidad (cinco ítems) y b) la ilusión de control o la tendencia a creer que podemos influir sobre ciertos acontecimientos que, en realidad, son incontrolables (cinco ítems). La consistencia interna es de α de Cronbach = .51. Mayor puntuación indica mayor presencia de ilusión de control y un mayor grado de desconocimiento de las leyes de probabilidad.

Variables de entorno

Presión mediática. Escala de 12 ítems. Percepción de exposición a publicidad de “apuestas deportivas” y de “casinos y póker online” en televisión, Internet, radio, revistas, publicidad exterior y presencia de salones de juego en la vía pública. También se pregunta por la frecuencia con que ha visto algún famoso/a anunciando juegos de apuestas o ha visto casinos o apuestas en películas.

Escala de Actitud hacia la publicidad de juego (Lloret y Cabrera, 2017). Cuestionario auto-aplicado de 13 ítems con tipo de respuesta Likert 1(muy en desacuerdo) a 5(muy de acuerdo). Evalúa tres aspectos de la percepción de la publicidad sobre juego de apuestas: Recuerdo de anuncios (3 ítems), Opinión crítica sobre los efectos de la publicidad (6 ítems) y Evaluación afectiva (4 ítems). La consistencia interna es de α de Cronbach = .67. Mayores puntuaciones indican una mayor actitud positiva hacia la publicidad de juego.

Presión de grupo. Escala de 8 ítems. Se definió como la amistad o asociación personal con otros jóvenes que apuestan o la creencia de que estos aprobarán o incluso admirarán el jugar. Para su evaluación se preguntó cuántos amigos tuyos calculas que juegan a cada una de las 5 modalidades de juego. La respuesta tipo Likert con 5 cuantificadores desde “ninguno” a “todos”.

Variables familiares

Conducta de juego de padres. En este bloque de 5 ítems ad-hoc se pregunta si los padres realizan alguna de las cinco modalidades de juego señaladas anteriormente.

Tabla 2. Descripción de instrumentos y variables.

Variable	Instrumento (autor)	Nº Ítems	Consistencia interna
Edad Sexo Curso Nota media curso anterior Gasto de dinero semanal Disponibilidad de dinero semanal	Ítems ad-hoc	6	-
Frecuencia de juego	Ítems adaptación encuesta ESPAD	24	-
Intensidad de juego	Ítems adaptación encuesta ESPAD	8	-
Intención de jugar/apostar	Ítems ad-hoc	3	-
Juego problemático	SOGS-RA (South Oaks Gambling Scale-RA) de Winters, Stinchfield y Fulkerson (1993)	13	.70
Impulsividad	Escala de Impulsividad de Barrat (BIS-11, Barrat, 1985; Patton, Stanford y Barrat, 1995)	30	.71
Búsqueda de sensaciones	Escala Breve de Búsqueda de Sensaciones (BSSS-8) (Zuckerman, 1971, 1979, 1994; adaptación de escala breve por Hoyle et al., 2002)	8	.77
Motivaciones para jugar	GMQ, Gambling Motives Questionnaire, Stewart y Zack (2007)	16	.88
Auto-eficacia para no apostar	Ítems ad-hoc	8	.88
Factores de riesgo	Escala EDGAR-A (Lloret, Cabrera-Perona y Núñez, 2017)	26	.84
• Accesibilidad	Accesibilidad		.78
• Percepción de riesgo	Percepción de riesgo		.80
• Percepción normativa	Percepción normativa		.72
• Actitud parental hacia el juego	Actitud parental hacia el juego		.86
Ilusión de control y desconocimiento de probabilidad de juego de apuestas	Escala de ilusión de control y desconocimiento de probabilidad de juego de apuestas (Lloret y Cabrera, 2017) Desconocimiento de leyes de probabilidad Ilusión de control	10	.67 .51
Presión mediática (exposición a la publicidad)	Ítems ad-hoc	12	-
Actitud hacia la publicidad de juego de apuestas	Escala de Actitud hacia la publicidad de juego (Lloret y Cabrera, 2017)	13	.67
Presión de grupo (conducta de juego de amigos)	Ítems ad-hoc	8	-
Conducta de juego de los padres	Ítems ad-hoc	5	-

3.5. Análisis de datos

La codificación y análisis estadísticos de los datos se realizó con el programa estadístico SPSS v24.0. Entre los análisis descriptivos: medias, desviaciones típicas, análisis de correlaciones (coeficiente de Pearson) para comprobar la relación entre variables. Tablas de contingencia de doble entrada para el análisis de variables cualitativas con Chi cuadrado (X^2). Para diferencia de medias, Prueba T-student y análisis multivariante de varianza (anova) para muestras independientes. En todos los casos se utilizó un nivel de significación de $p < .05$.

4.RESULTADOS

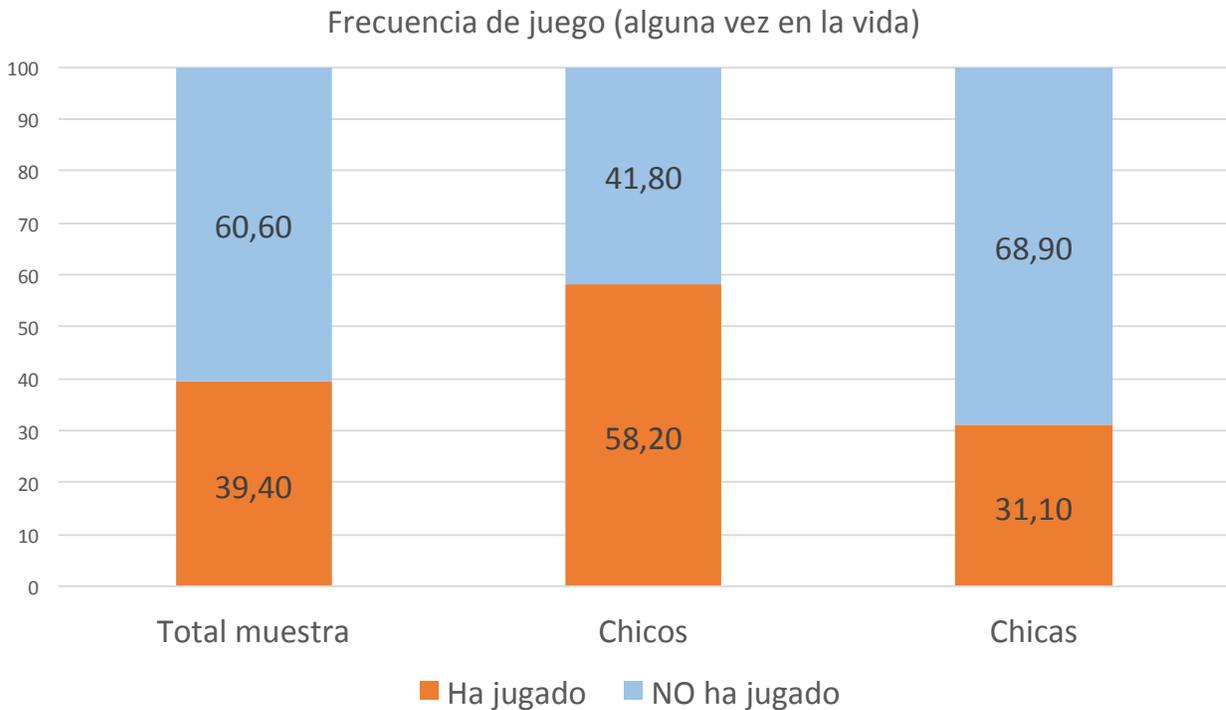
4.1. Prevalencia de juego

4.1.1. Frecuencia de juego

Para medir la frecuencia de juego se utilizó una adaptación del cuestionario utilizado en la encuesta ESPAD, que registra la frecuencia en tres indicadores temporales: “alguna vez en la vida” “últimos 12 meses” y “últimos 30 días”, para cada una de las 7 modalidades de juego propuestas. Esta combinación ofrece 21 resultados que se simplificaron en cuatro categorías según la frecuencia de juego

La prevalencia de juego “alguna vez en la vida” es del 39.4% (Figura 3). Cuatro de cada diez adolescentes han jugado alguna vez a juegos de apuestas. En términos generales, el porcentaje de chicos que ha jugado alguna vez duplica al de las chicas (58.2%, frente a un 31.1%).

Figura 3. Frecuencia de juego. Alguna vez en la vida.



Para poder comparar grupos, se procedió a clasificar la frecuencia de juego en tres categorías (Figura 4): baja frecuencia, mayor frecuencia y muy alta frecuencia. Para ser considerado en cada una de las categorías, el menor tenía que presentar cierta frecuencia en cualquier modalidad de juego (Tabla 3).

La categoría **baja frecuencia** comprende en este estudio al 21.9%. Por su parte, la categoría **alta frecuencia** a un 20.1%. Finalmente, la categoría **muy alta frecuencia** al 1.9% de la muestra (Figura 4).

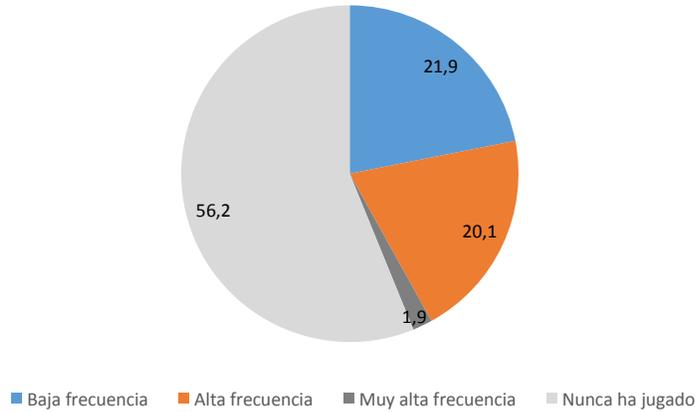
Tabla 3. Procedimiento de categorización de frecuencia de juego.

Modalidad de juego	Indicador Tiempo *	Baja Frecuencia	Alta frecuencia	Muy alta frecuencia
Apuestas deportivas online	Durante la vida En último año Últimos 30 días	Menos de 8 veces	Más de 8 veces	--
		Menos de 7 veces	Más de 7 veces	--
		Menos de 3 veces	Más de 3 veces y menos de 10	Más de 10 veces
O bien				
Apuestas deportivas en salones y/o bares	Durante la vida En último año Últimos 30 días	Menos de 8 veces	Más de 8 veces	--
		Menos de 7 veces	Más de 7 veces	--
		Menos de 3 veces	Más de 3 veces y menos de 10	Más de 10 veces
O bien				
Máquinas tragaperras en salones y/o bares	Durante la vida En último año Últimos 30 días	Menos de 8 veces	Más de 8 veces	--
		Menos de 7 veces	Más de 7 veces	--
		Menos de 3 veces	Más de 3 veces y menos de 10	Más de 10 veces
O bien				
Póker online	Durante la vida En último año Últimos 30 días	Menos de 3 veces	Más de 3 veces	--
		Menos de 3 veces	Más de 3 veces	--
		1 vez	Más de 2 veces y menos de 10	Más de 10 veces
O bien				
Póker con amigos en persona	Durante la vida En último año Últimos 30 días	Menos de 3 veces	Más de 3 veces	--
		Menos de 3 veces	Más de 3 veces	--
		1 vez	Más de 2 veces y menos de 10	Más de 10 veces
O bien				
Juegos de casino online	Durante la vida En último año Últimos 30 días	Menos de 3 veces	Más de 3 veces	--
		Menos de 3 veces	Más de 3 veces	--
		1 vez	Más de 2 veces y menos de 10	Más de 10 veces
O bien				
Ruletas en salones	Durante la vida En último año Últimos 30 días	Menos de 3 veces	Más de 3 veces	--
		Menos de 3 veces	Más de 3 veces	--
		1 vez	Más de 2 veces y menos de 10	Más de 10 veces

* Si cumple cualquiera de las condiciones de los tres indicadores de tiempo

Figura 4. Frecuencia de juego. Categorías por frecuencia

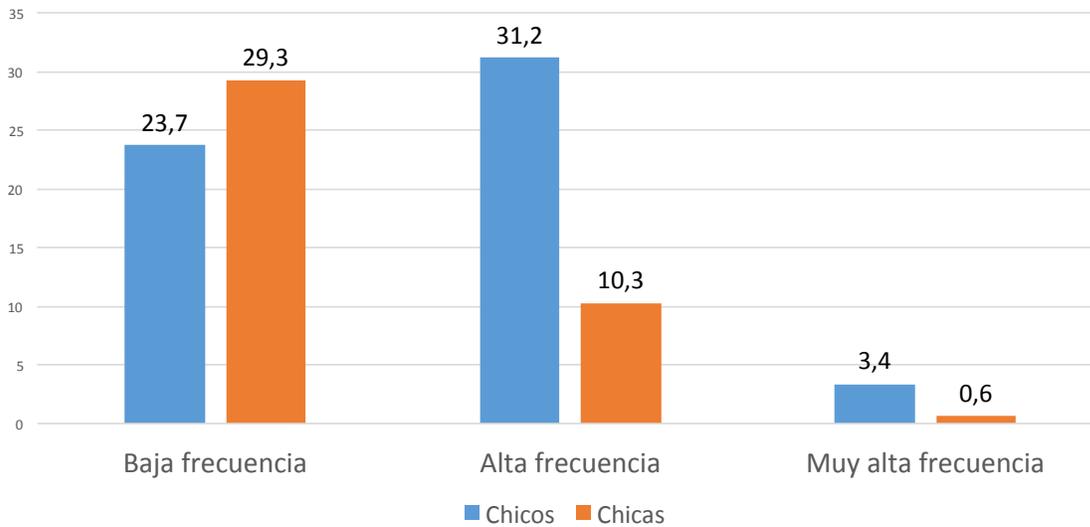
Frecuencia de juego (en porcentaje)



En cuanto a sexos (figura 5), se observa que mientras que, en frecuencias bajas de juego, tanto chicos como chicas se encuentran parejos, una mayor frecuencia de juego es más prevalente entre los chicos, triplicando al porcentaje de chicas.

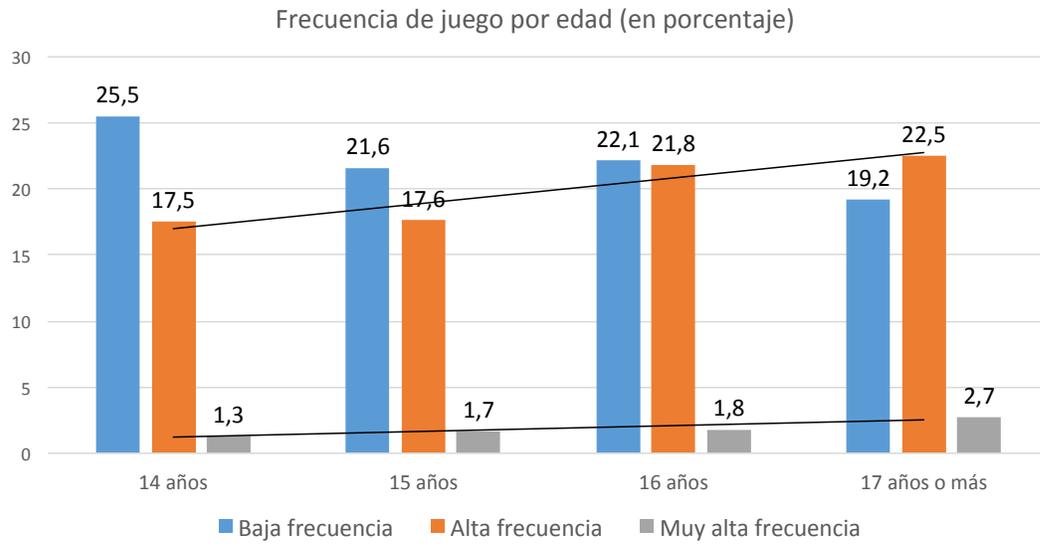
Figura 5. Frecuencia de juego por sexos.

Frecuencia de juego por sexos (en porcentaje)



Por edades (figura 6), la frecuencia de juego aumenta con la edad. Se observa que un mayor porcentaje de adolescentes se va ubicando en la categoría de juego de alta frecuencia y muy alta frecuencia, conforme aumenta la edad. Entre los que juegan o han jugado, un 17.5% de los jóvenes de 14 años declara haber jugado con frecuencia a cualquier modalidad. Esta cifra aumenta hasta el 22.5% a los 17 años. Similar incremento se observa entre aquellos que refieren jugar con muy alta frecuencia (1.3% a los 14 años, cifra que se duplica a los 17 años).

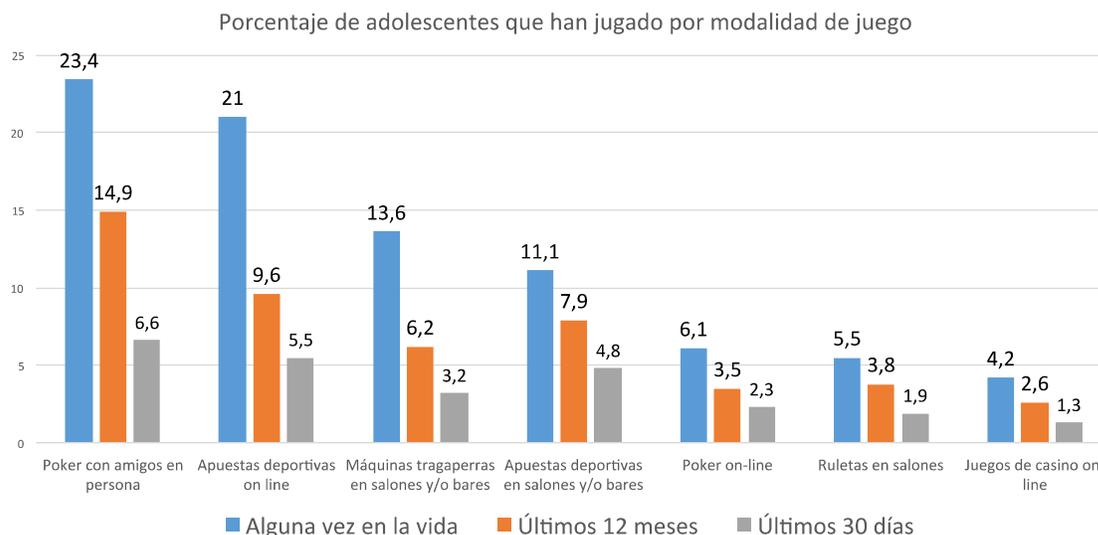
Figura 6. Frecuencia de juego por edad.



Juego de apuestas y predictores psicosociales en adolescentes de la provincia de Huelva

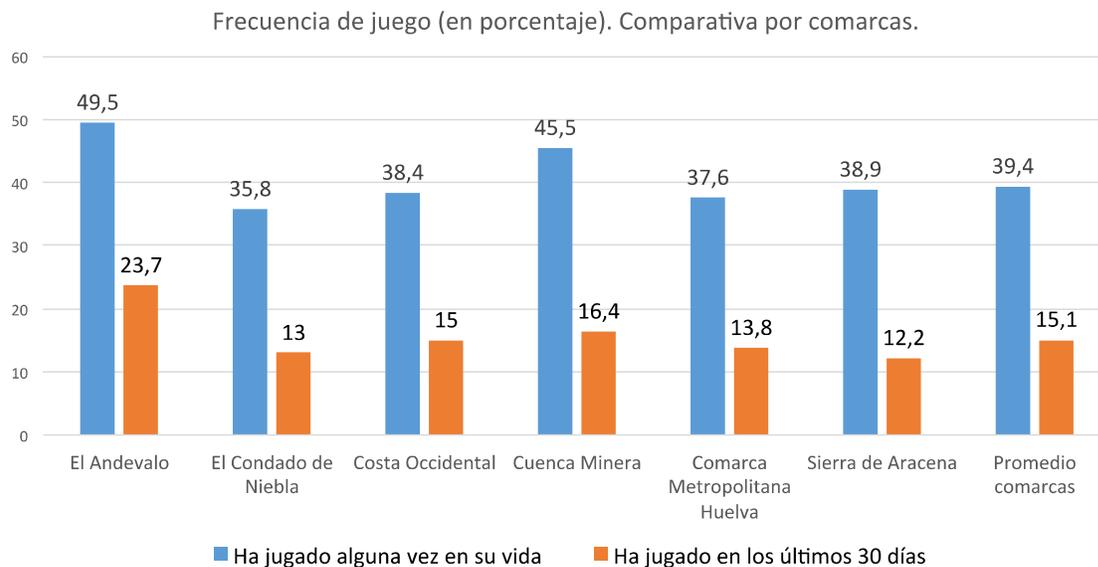
El juego más frecuente es el póker entre amigos de forma presencial (Figura 7). Entre los juegos de apuestas comercializados, las **apuestas deportivas** son el juego preferido por los adolescentes (21% ha apostado alguna vez). Le siguen máquinas tragaperras (13.6%), apuestas deportivas en salones y/o bares (11.1%), póker online (6.1%), ruletas en salones (5.5%) y juegos de casino online (4.2%).

Figura 7. Frecuencia de juego. Modalidad de juego



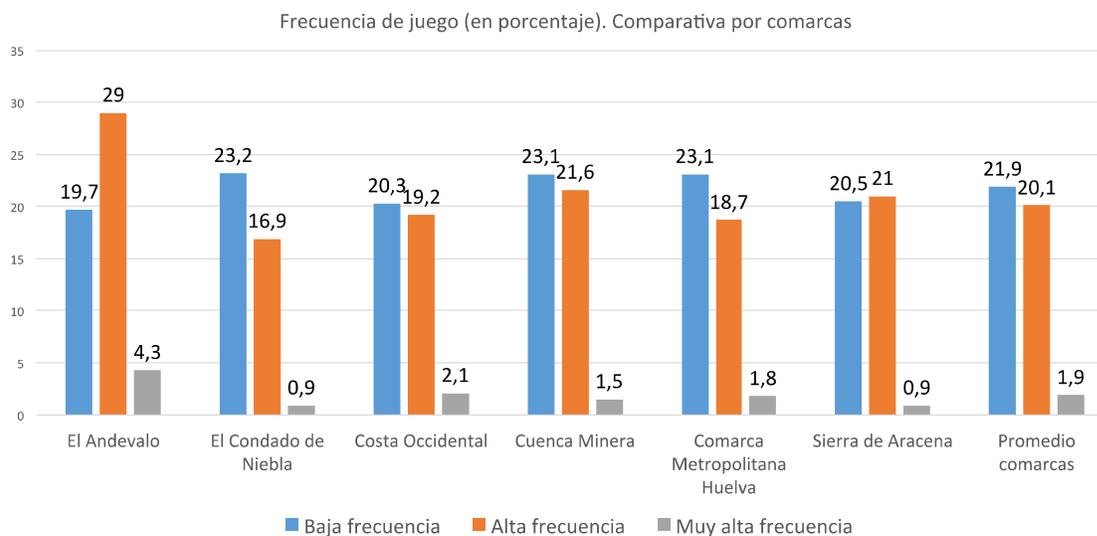
Por comarcas (Figura 8), la frecuencia de juego “alguna vez en la vida” observa porcentajes similares entre ellas (39.4% media general), destacando las comarcas de El Andévalo (49.5%) y Cuenca Minera (45.5%). En cuanto a las apuestas en los últimos 30 días, un 15.1% de los menores las ha realizado. De nuevo, destaca sobre esta media, la comarca de El Andévalo (23.7%).

Figura 8. Frecuencia de juego (alguna vez y últimos 30 días) por comarcas.



En cuanto a la frecuencia de juego categorizada (Figura 9) el desglose por comarcas informa de diferencias en las mismas. Frente al 59% de menores que no juegan en Condado de Niebla, se sitúa un 47% de jóvenes que no lo hacen en El Andévalo, que presenta un muy superior número de menores que juegan con **alta frecuencia (29%)** y **muy alta frecuencia (4.3%)**. Por su parte, comarcas como Sierra de Aracena o Condado de Niebla presentan menores porcentajes que otras comarcas en **muy alta frecuencia** (0.9% en ambas comarcas). El resto de comarcas registran datos parejos entre ellas y situados en torno a la media de la provincia.

Figura 9. Frecuencia de juego (categorizada) por comarcas.



4.1.2. Juego problemático

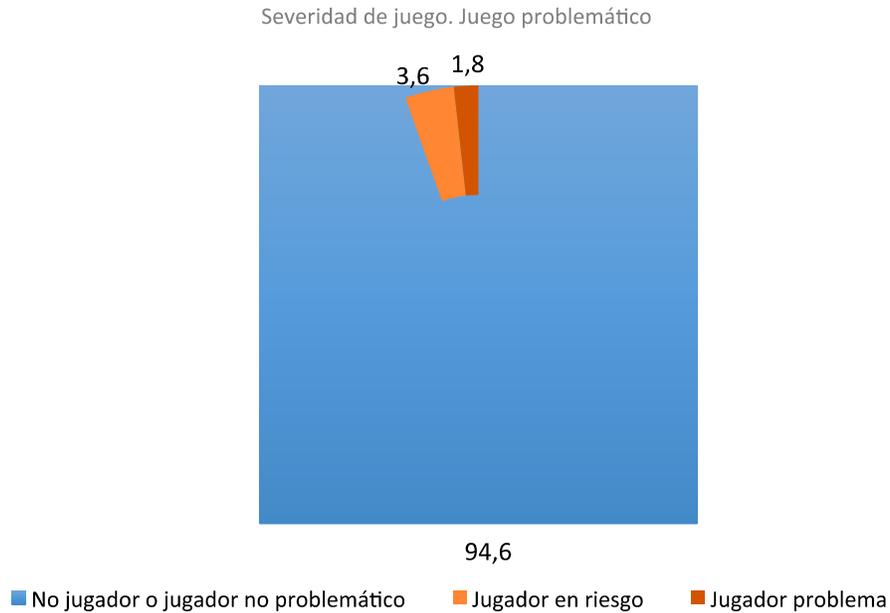
El juego problemático se evaluó con el cuestionario SOGS-RA, escala de 13 ítems dicotómicos, que proporciona tres categorías según los puntos de corte sugeridos por Winters et al. (1993) (Figura 10).

Jugador problema: Se clasifica en esta categoría a aquel menor que contesta a 4 o más de ítems de la escala afirmativamente. El 1.8% puntuó por encima de 4, lo que significa que presentan ya indicios de problemas con el juego en varios aspectos y que les puede estar repercutiendo negativamente en su funcionamiento cotidiano (Ej., estudios, relaciones con sus amigos, padres, etc.). Por sexos, los porcentajes en esta categoría son un 3.6% de chicos y un 0.2% de chicas. Un 95.2% de los jugadores problemas es chico.

Jugador en riesgo o con algún problema: Se clasifica en esta categoría a aquel que contesta a 2 ó 3 de los ítems afirmativamente. Un 3.6% de los jóvenes cumple este criterio, es decir el juego les puede causar en el futuro o ya les puede estar produciendo problemas debidos al juego. Por sexos, un 6.1% de los chicos y un 1.4% de las chicas). Un 78.8% de los jugadores en riesgo es chico.

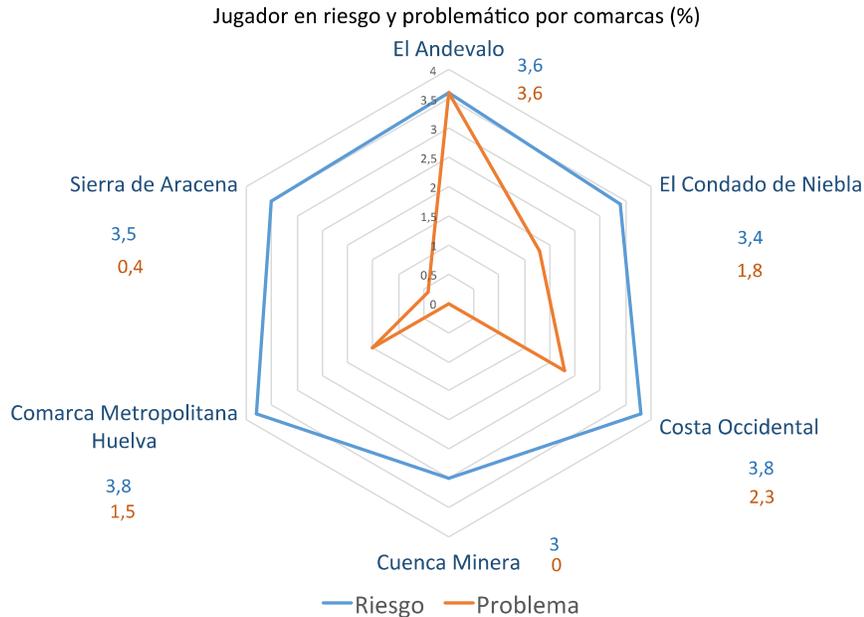
No jugador o sin problemas de juego: esta categoría incluye al 94.6%, que no contesta afirmativamente a ningún ítem o a uno de ellos afirmativamente. Por sexos, el 90.3% chicos y 98.4% chicas.

Figura 10. Severidad de juego. Juego problemático.



Los datos desglosados por comarcas (Figura 11) muestran un nivel semejante de juego de riesgo, desde el 3% en Cuenca Minera hasta el 3.8% de Costa Occidental o la Comarca Metropolitana de Huelva. Respecto a juego problemático, la variabilidad es mayor, con comarcas sin porcentaje de juego problemático (Cuenca Minera: 0%) o muy bajo (Sierra de Aracena: 0.4%) a El Andévalo, que registra la mayor tasa (3.6%), seguido de Costa Occidental (2.3%).

Figura 11. Severidad de juego. Juego problemático por comarcas.



4.1.3. Intención de juego

A pesar de que muchas teorías psicológicas proponen que uno de los mayores predictores de la intención de realización de una conducta es la actitud favorable de la persona hacia la misma (Ajzen, 1991), apenas se ha investigado como la actitud hacia el juego de apuestas en la población general y, sobre todo en el segmento de personas que apuestan, puede moderar o modular la intención y la conducta de apuestas. En este sentido, investigaciones anteriores en otros países han mostrado que aunque la actitud general hacia las apuestas es negativa (McAllister, 2014; entre otros), durante los últimos años la actitud general ha ido mostrándose más favorable hacia el juego, especialmente entre los hombres y mujeres jóvenes (Salonen et al., 2014). Esta actitud favorable se ha relacionado con mayor participación en apuestas y mayor número de problemas relacionados con la apuesta (Canale, Vieno, Griffiths, Rubaltelli y Santinello, 2015; Orford et al., 2009) sugiriendo que la actitud hacia el juego podría ser otro factor de riesgo a tener en cuenta (Canale et al., Vieno, Pastore, Ghisi y Griffiths, 2016). En nuestro país, algunos estudios evidencian la relación entre intención de apuesta y participación en el juego (Lloret y Cabrera, et al., 2016; 2017).

En nuestro estudio, evaluamos la intención de juego con 3 ítems que indagaban sobre la intención de jugar a juegos de apuestas en un futuro próximo. Cada pregunta se responde en una escala de 1 (totalmente no) a 7 (totalmente sí), de manera que puntuaciones más altas indican una mayor intención.

En términos generales, la intención de apostar se mantiene en valores muy bajos. Como era esperable, esta intención es mayor en chicos (M=2.15, DT=1.52) que en chicas (M=1.52, DT=.92)

En cuanto a la edad, se produce un aumento significativo de intención de juego desde los 16 años.

No hay diferencias significativas en intención de juego por comarcas.

Esta intención aumenta significativamente con la frecuencia de juego y con apuestas más recientes. Como era de esperar la intención de apostar guarda relación con la experiencia previa. Los jóvenes que apuestan con mayor frecuencia y más recientemente muestran una intención significativamente mayor (Figuras 12 y 13, tabla 4).

Tabla 4. Prueba anova. Intención de juego por frecuencia categorizada.

Prueba Anova	No juega (N = 1318)	Baja frecuencia (N = 513)	Alta frecuencia (N = 471)	Muy alta frecuencia (N = 44)	F	Sig.
Intención de juego	1.41±.83	1.83±1.02	2.70±1.70	4.40±.1.92	232,385	.000**

Figura 12. Intención de juego por frecuencia categorizada.

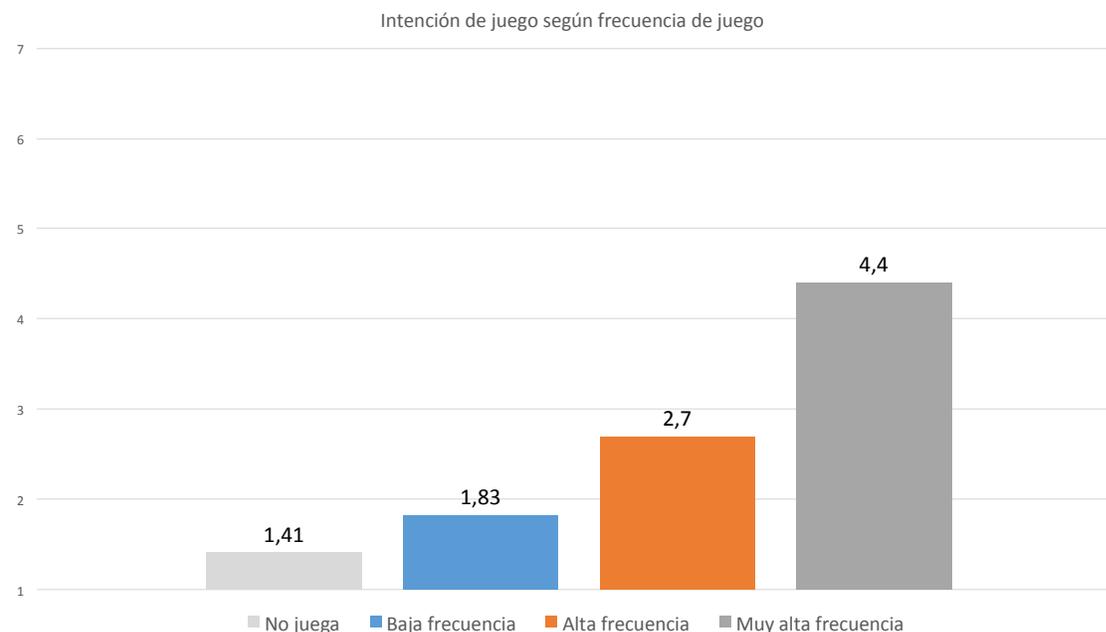
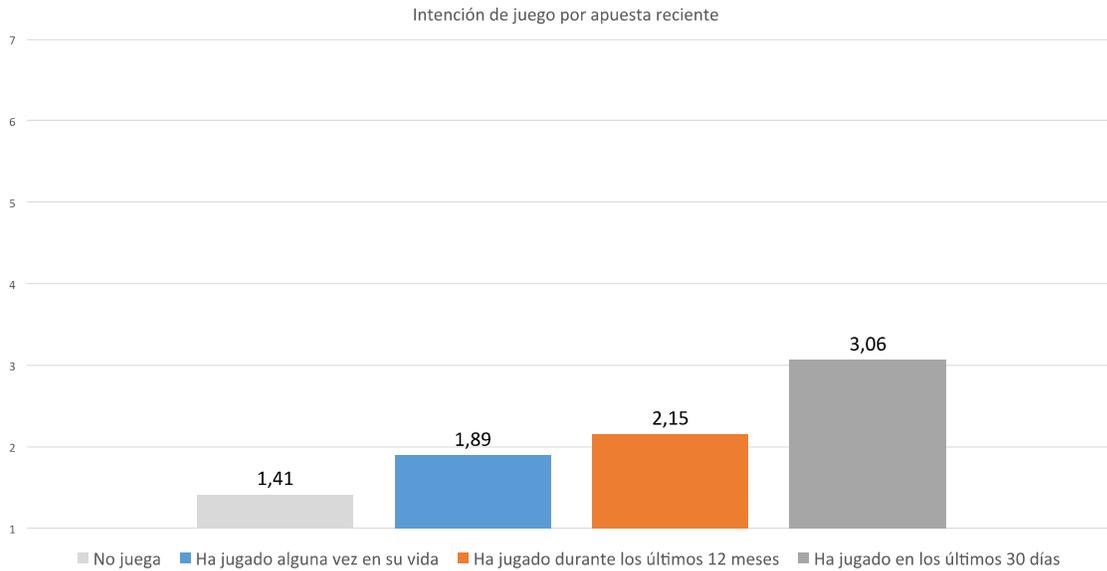


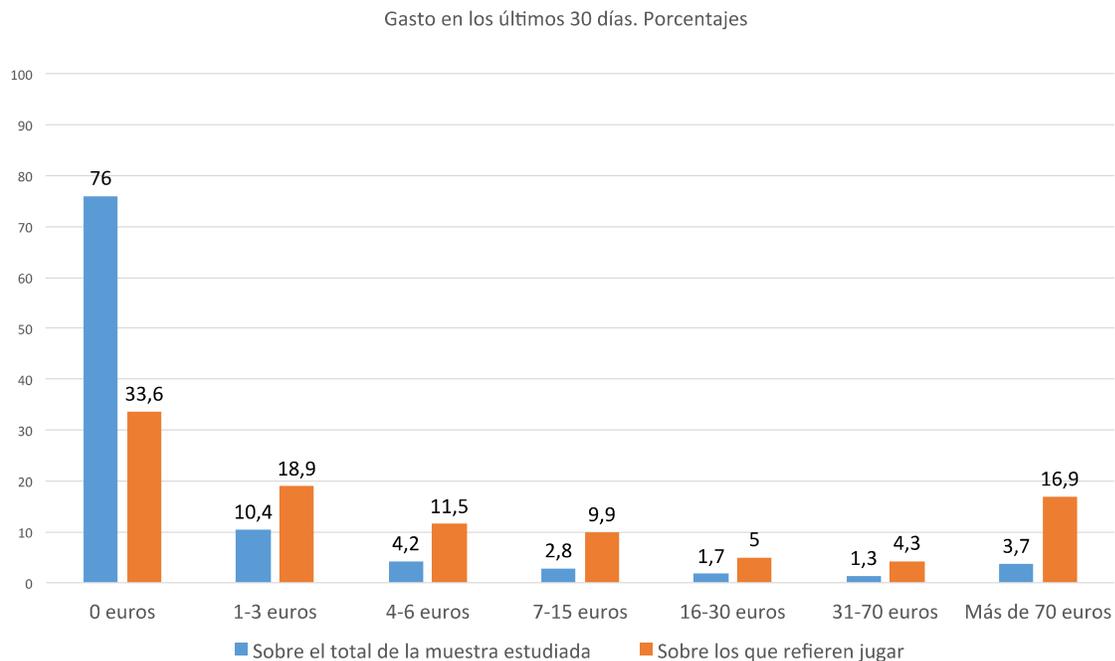
Figura 13. Intención de juego por apuesta reciente.



4.1.4. Gasto en juego

Respecto al gasto en apuestas en los últimos 30 días, la figura 14, muestra la distribución porcentual de este sobre el total de la muestra y sobre el subgrupo que refiere jugar (Figura 14). Cuando se observa este porcentaje sólo sobre los que refieren jugar, destaca que un 16.9% refiere haber gastado más de 70 euros en apuestas en ese periodo.

Figura 14. Gasto en apuestas en los últimos 30 días.

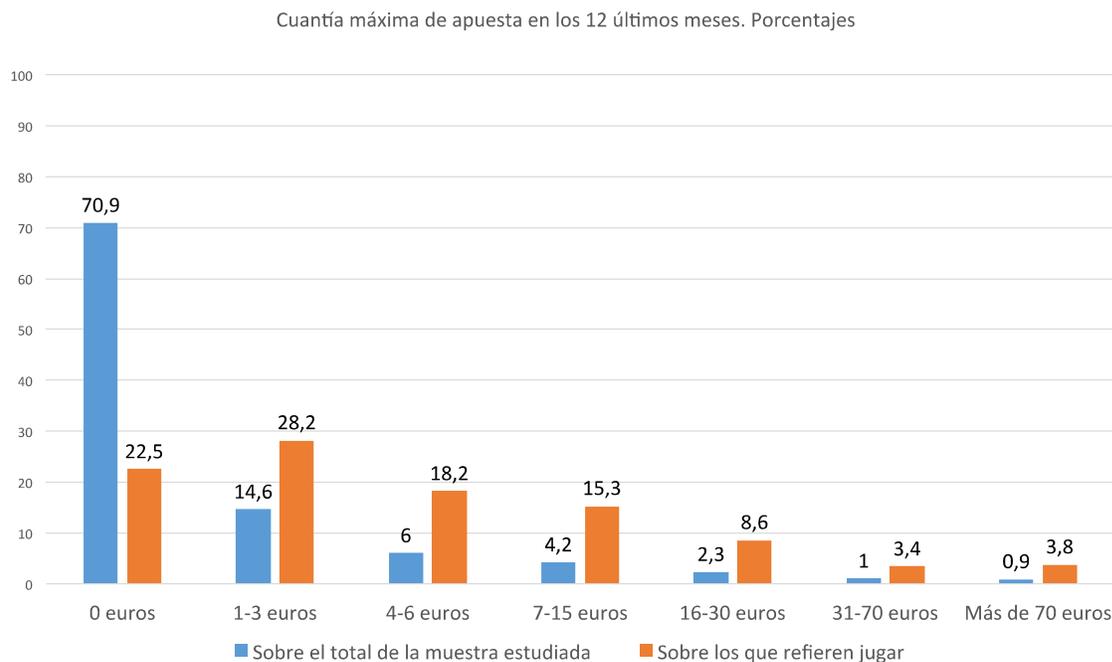


Respecto a la cuantía máxima de apuesta, del total de participantes en el estudio, un 14.6% refiere haber hecho, en los últimos 12 meses, apuestas máximas de 1-3 euros, mientras que un 1% manifiesta haber hecho apuestas únicas máximas de 30-70 euros y un 0.9% mayores de 70 euros (Figura 15). Cuando se observa este porcentaje sólo sobre los que refieren jugar, un 3.4% y un 3.8% apostarían cantidades entre 30-70 euros o superiores respectivamente (Figura 15).

Respecto a sexos, los chicos presentan significativamente, mayor índice de gasto y apuestas más cuantiosas. Sin embargo, por edades, no se encuentran diferencias de gasto.

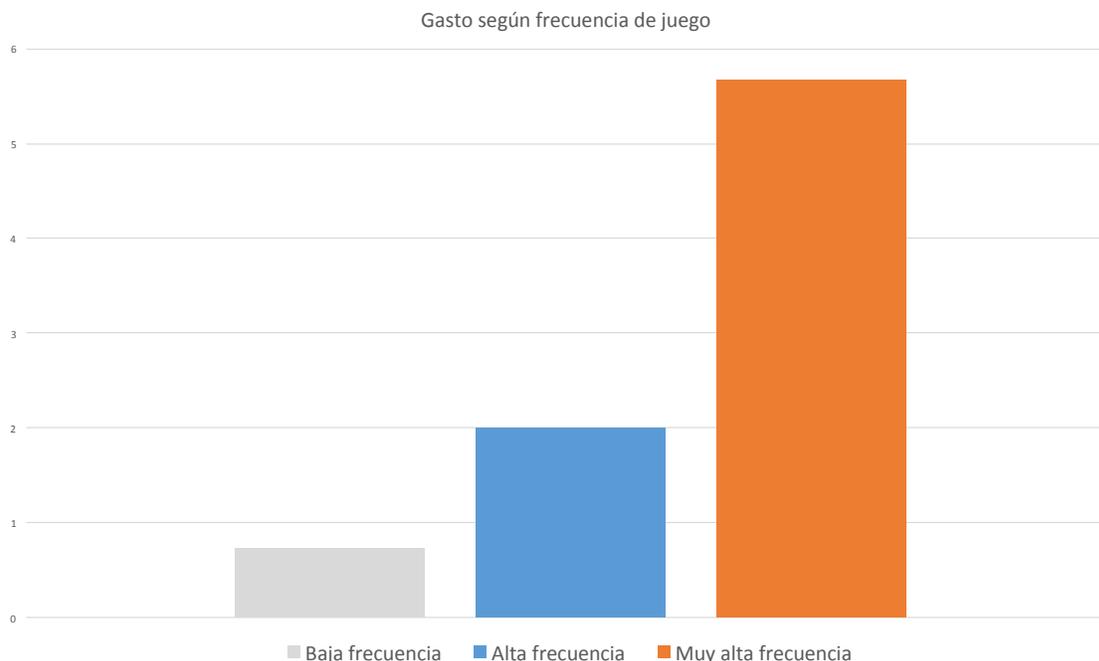
Por comarcas, El Andévalo presenta significativamente mayor índice de gasto y cuantía máxima de apuestas, respecto a la media de comarcas. Por su parte, Cuenca Minera se sitúa en el rango más bajo de índice de gasto.

Figura 15. Cuantía máxima de apuesta en los últimos 12 meses.



En cuanto a las frecuencias de juego categorizadas, como era esperable, mayor frecuencia de juego se relaciona, de forma estadísticamente significativa, con una mayor cantidad total apostada y apuestas monetarias más intensas (Figura 16). El **gasto medio** en los últimos 30 días se sitúa en valores que representan 1-3 euros para aquellos que juegan con frecuencia baja, 4-6 para los que juegan con alta frecuencia y 31-70 euros para los que lo hacen con muy alta frecuencia (Figura 16).

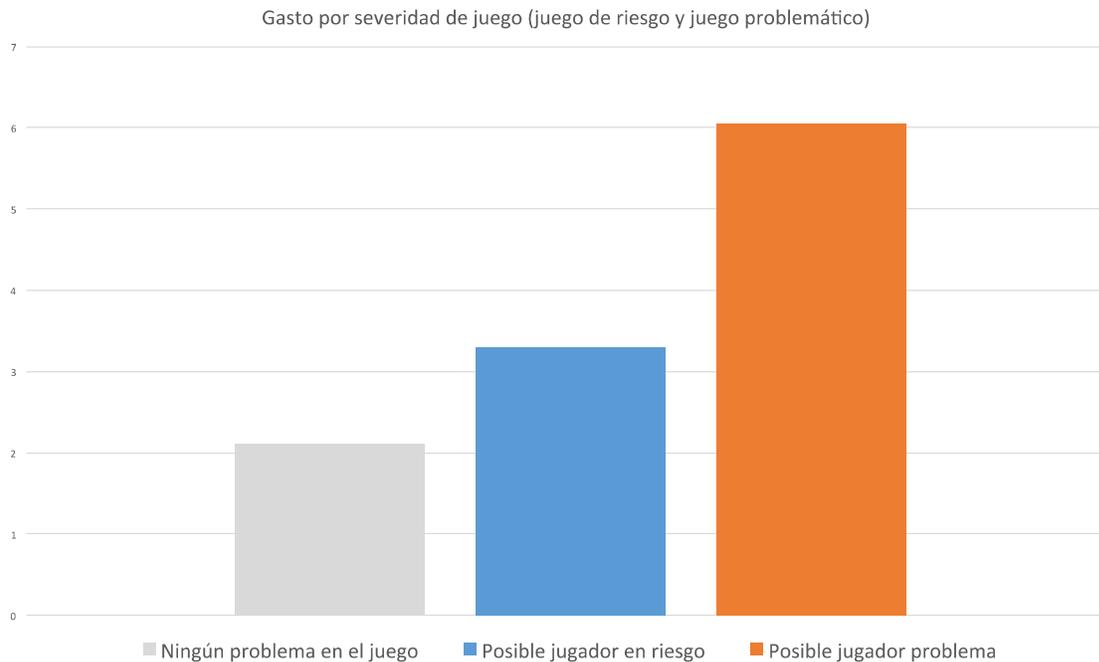
Figura 16. Gasto en juego (por frecuencia de juego).



Por su parte, la **cuantía de la apuesta máxima** realizada durante los últimos doce meses oscila entre los 1-3 euros en los de baja frecuencia, y 4-6 euros para los de alta frecuencia y los de muy alta frecuencia.

Por último, el análisis del gasto en relación a la severidad de juego según la escala SOGS indica que el **gasto medio** en los últimos 30 días se sitúa en valores que representan 4-6 euros para los jóvenes sin problemas de juego en la escala SOGS, 7-15 euros para los presentan juego de riesgo y más de 70 euros para los que lo hacen con muy alta frecuencia (Figura 17). De forma similar, las cuantías máximas de apuesta en los últimos 12 meses se duplican en valores en la categoría de juego problemático frente a aquellos situados en la categoría sin problema de juego.

Figura 17. Gasto en juego (por severidad de juego).



4.2. Características individuales y psicosociales

Desde una perspectiva enfocada en la persona, diferentes autores han relacionado ciertos rasgos de personalidad como la impulsividad (Dussault, Brendgen, Vitaro, Wanner y Tremblay, 2011; Vitaro, Arseneault y Tremblay, 1999), la búsqueda de sensaciones (Donati, Chiesi y Primi, 2013), la dificultad para gestionar las propias emociones o baja inteligencia emocional (Potenza et al., 2011) con una mayor frecuencia de juego de apuestas.

4.2.1. Impulsividad

La impulsividad se define como la incapacidad de ejercer un efectivo autocontrol de la conducta cuando se presentan indicios que sugieren recompensa o castigo (Woicik, Stewart, Phil y Conrod, 2009). Tradicionalmente, la impulsividad, ha sido considerada un factor de riesgo en otras conductas adictivas. Respecto a juego de apuestas, varios han sido los estudios transversales que encuentran relación entre mayor impulsividad y mayor frecuencia de juego y mayores problemas asociados (Cosenza y Nigro, 2015; Gupta, Derevensky, y Ellenbogen, 2006; MacKillop, Anderson, Castelda, Mattson, y Donovan, 2006; entre otros). La impulsividad en la adolescencia también se ha mostrado como predictora de problemas asociados al juego tanto en la adolescencia como en adultos (Betancourt et al., 2012; Vitaro, Arseneault, y Tremblay, 1997). La impulsividad se relaciona con la desinhibición e inquietud motora, y en lo cognitivo supone la falta de previsión y planificación de conducta (White et al., 1994). A su vez, este rasgo se ha empleado para la interpretación de la temeridad del adolescente (Oliva, 2004), así como para la explicación del pobre razonamiento probabilístico (Arnett, 1992).

En este estudio se comparan los niveles de impulsividad entre grupos de adolescentes clasificados por su conducta de juego. Para evaluar la personalidad impulsiva, se utilizó la Escala de Impulsividad de Barrat (BIS-11), que se compone de 30 afirmaciones que describen conductas impulsivas. con escala de respuesta 0 (“raramente o nunca”) a 4 (“siempre o casi siempre”).

La puntuación media en la escala de impulsividad de la muestra total fue $M=49.99$ ($DT=14.68$, rango: 0-100), lo que indica un grado medio de **impulsividad**. Por **sexo**, no se encontraron diferencias significativas. Tampoco por **edad**, ni entre aquellos que refieren no haber jugado nunca ($M=50.08$, $DT=14.25$) o los que sí han jugado ($M=49.61$, $DT=16.43$).

Entre los jugadores, tampoco se encontraron, en contra de lo esperado, diferencias significativas por **frecuencia de juego** (Figura 18) o **severidad** de juego (Figura 19).

Figura 18. Impulsividad (por frecuencia de juego)

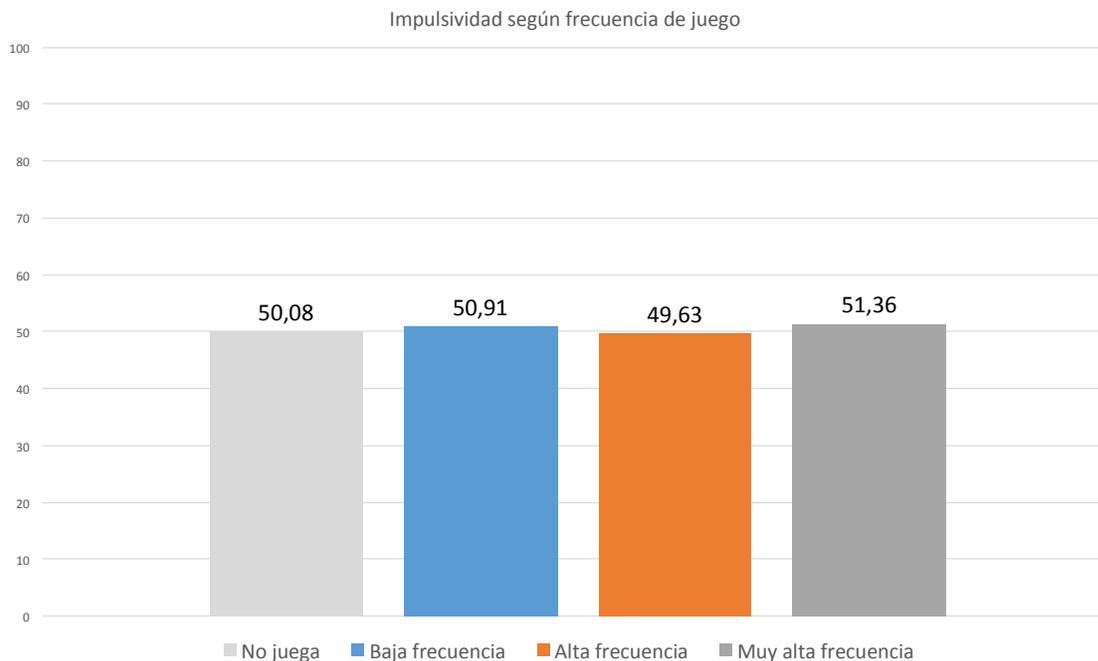
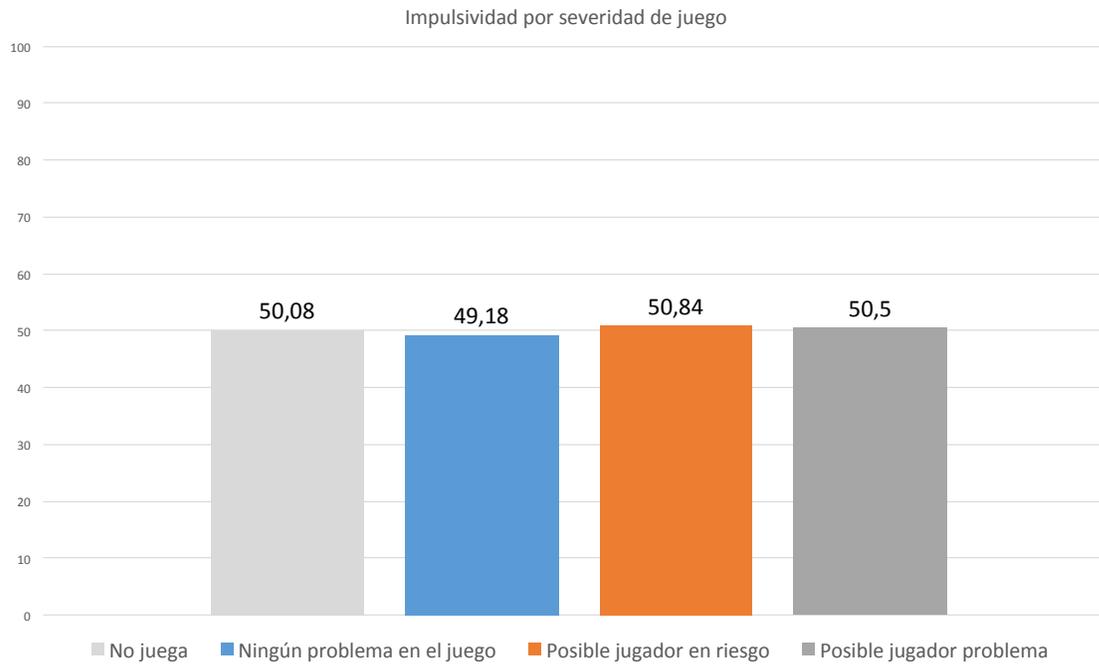


Figura 19. Impulsividad (por severidad de juego)



4.2.2. Búsqueda de sensaciones

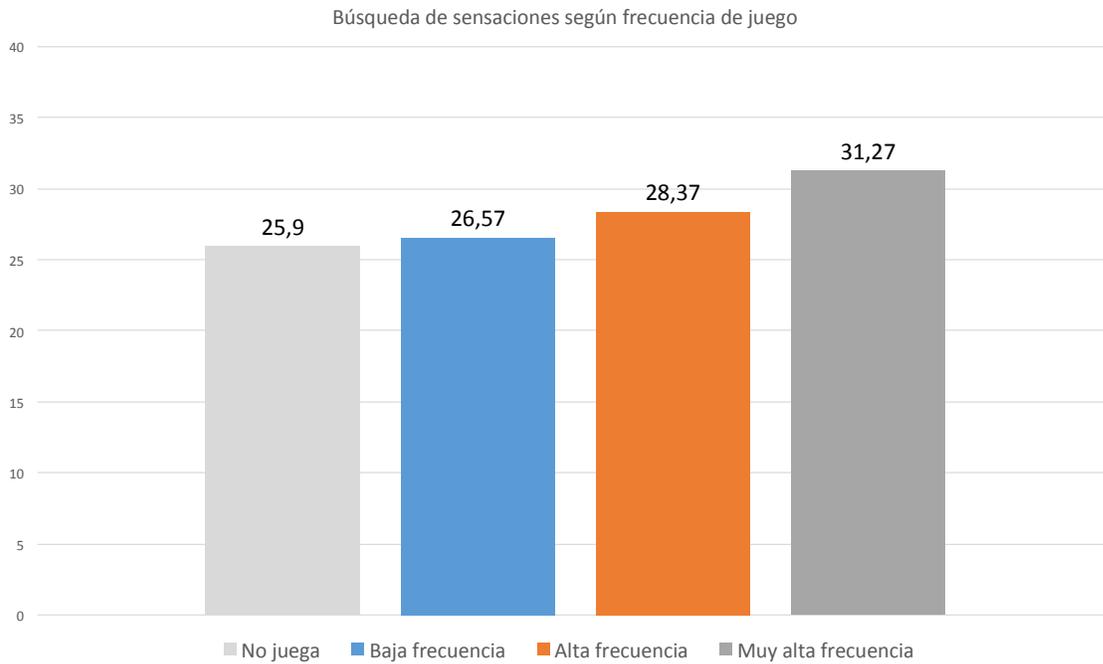
El rasgo de personalidad búsqueda de sensaciones es entendido como el deseo de participar en situaciones que impliquen riesgos físicos y sociales, y engloba factores diversos tales como la búsqueda de emoción y aventura, desinhibición y susceptibilidad al aburrimiento (Zuckerman, 1994). Algunos autores establecen una relación entre la impulsividad y búsqueda de sensaciones, produciéndose una sinergia entre ambos (Horvath y Zuckerman, 1996) generando así el denominado factor de personalidad Búsqueda de Sensaciones Impulsiva (Zuckerman, Kuhlman y Camac, 1988; Zuckerman et al., 1991).

Para analizar la relación entre búsqueda de sensaciones y juego de apuestas, se comparan las puntuaciones en la escala de búsqueda de sensaciones entre grupos de adolescentes clasificados por su conducta de juego. Se utilizó la Escala Breve de Búsqueda de Sensaciones (BSSS-8) compuesta por ocho ítems que presentan situaciones de riesgo, con escala de respuesta 1 (“muy en desacuerdo”) a 5 (“muy de acuerdo”).

La puntuación media de la muestra analizada fue $M=26.32$ ($DT=6.41$, rango:0-40), lo que indica un grado medio de **búsqueda de sensaciones**, existiendo diferencias significativas entre aquellos que refieren no haber jugado nunca ($M=25.92$, $DT=6.44$) y los que sí han jugado ($M=28.08$, $DT=5.99$). También se encuentran diferencias en cuanto a **edad**, donde a mayor edad se presenta mayor interés por la búsqueda de experiencias y emociones, pero no se hallan diferencias significativas por **sexo**.

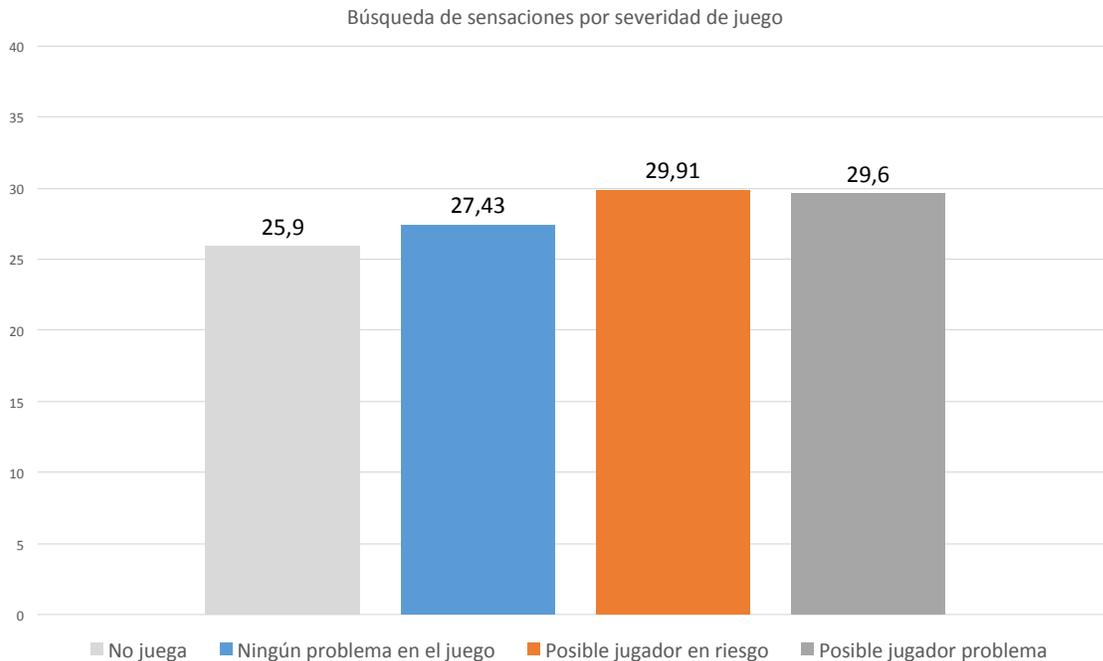
Considerando el **grupo que juega**, se encuentra una relación directa y significativa entre una mayor búsqueda de sensaciones y una mayor frecuencia de juego (Figura 20).

Figura 20. Búsqueda de sensaciones (por frecuencia de juego)



Esta relación directa y significativa también se evidencia en los grupos de severidad de juego (Figura 21), donde los grupos clasificados como posibles jugadores en riesgo/posibles jugadores problema muestran niveles superiores en la escala frente al grupo que no juega y el que no presenta problemas derivados del juego.

Figura 21. Búsqueda de sensaciones (por severidad de juego)



4.2.3. Motivaciones para jugar

Distintos modelos teóricos proponen que conocer los motivos principales por los que una persona apuesta podría ayudar a detectar precozmente problemas derivados del juego (Binde, 2013; Blaszczynski y Nower, 2002). Al igual que ocurre con otros factores de

riesgo, el estudio de las motivaciones para apostar se ha inspirado en las investigaciones previas realizadas en el consumo de drogas, como el alcoholismo. Así, se han propuesto listados de motivaciones coincidentes con modelos de estudio de alcohol, que incluyen motivaciones sociales, de afrontamiento y de auto-mejora o generadoras de emociones placenteras (Dechant y Ellery, 2012), a los que otros trabajos añaden la motivación económica (Dechant, 2014). Dentro de esta línea de investigación, se propone que personas con mayor severidad de juego apostaban para satisfacer motivaciones de auto-mejora o de afrontamiento de situaciones estresantes (MacLaren, Fugelsang, Harrigan y Dixon, 2012; Parhami et al., 2012). Por su parte, otros estudios sugieren que las motivaciones sociales no predicen una mayor frecuencia de juego posterior (Dechant, 2014) o la presencia de niveles problemáticos de juego (Stewart y Zack, 2008). Así, las motivaciones de juego podrían predecir, por ejemplo, que una persona apueste sola, y no en compañía de amigos/as (Quinian, Goldstein y Stewart, 2013).

Para medir la motivación para jugar se utilizó el Cuestionario de Motivos de Apuestas (GMQ, Gambling Motives Questionnaire, Stewart y Zack, 2007) que evalúa cuatro diferentes motivos: Social, Placer y Afrontamiento, y finalmente motivaciones económicas. Cada motivación se mide con 4 ítems en una escala de 5 alternativas de respuesta de nunca (0) a siempre (4). Los motivos sociales se refieren a la conducta de juego como medio de adaptación social al grupo de amigos. Ya sea porque es lo que hace la mayoría de los amigos hace cuando se reúnen o porque una reunión es más entretenida cuando se apuesta. La subescala “Placer” hace referencia al juego como refuerzo interno positivo y generador de emociones placenteras. Se pregunta si el juego es excitante, hace sentir bien o simplemente si es divertido. La tercera motivación es el uso del juego como un estilo de “Afrontamiento” de escape o evasión. Se valora si la conducta de juego está motivada por su utilidad para olvidar problemas, para sentirse mejor cuando se está de mal humor o cuando se está nervioso o deprimido. Por último, se evalúa la creencia de que el juego pueda ser una fuente de ingresos.

En cuanto a los resultados de este estudio, la intensidad de todas las **motivaciones para jugar** es significativamente mayor en aquéllos que refieren mayor frecuencia de juego, destacando motivaciones económicas y de placer (Figura 22). Cuando se analizan estas motivaciones en las clasificaciones de severidad (Figura 23), los datos sugieren que el grupo sin ningún problema en el juego se mantienen similares a los del grupo de baja frecuencia de juego. Por su parte, el grupo de posibles jugadores en riesgo supera todos los valores del grupo intermedio de frecuencia de juego, mientras que el grupo de posibles jugadores problemas, sobrepasa los valores del grupo de muy alta frecuencia en cuanto a motivaciones financieras, pero además disminuye respecto a éste las motivaciones relacionadas con placer.

Figura 22. Motivaciones de juego (por frecuencia de juego)

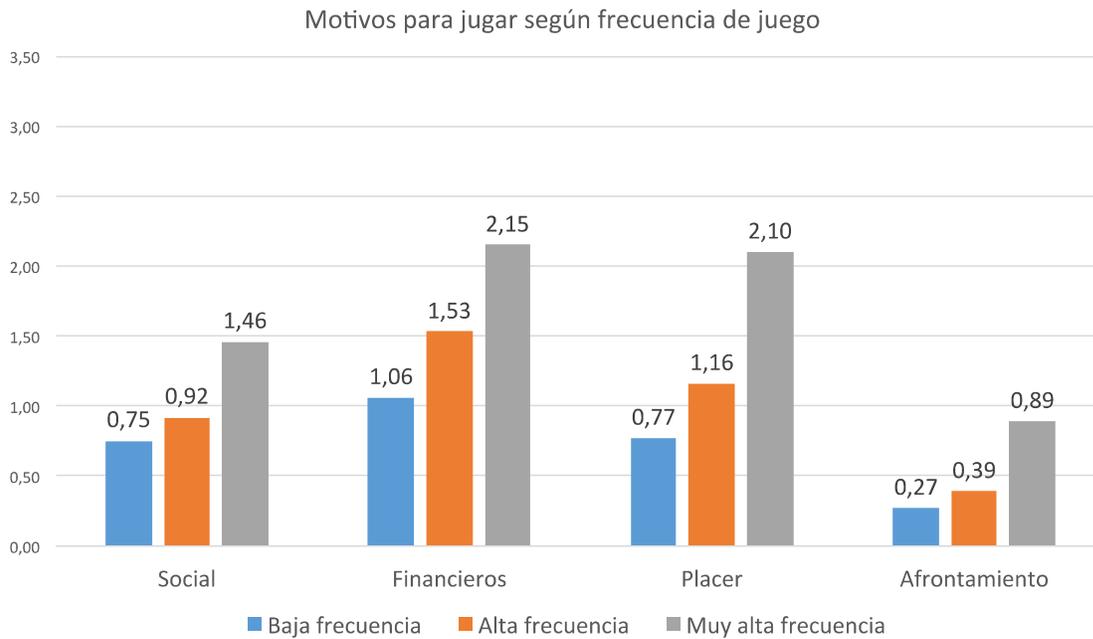
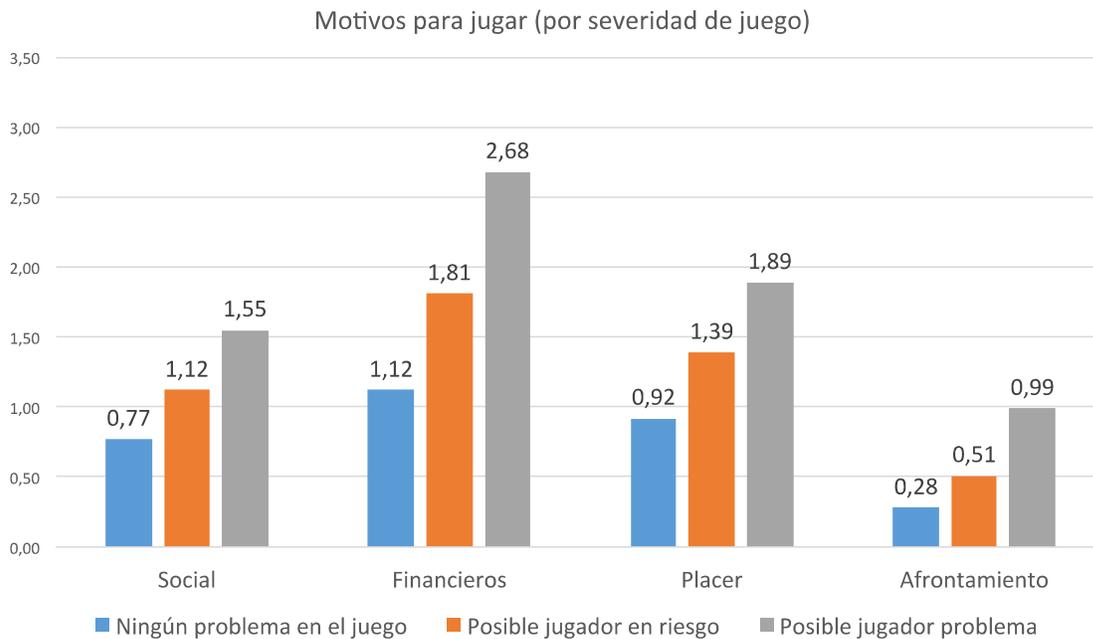


Figura 23. Motivaciones de juego por severidad (juego de riesgo y juego problemático).



4.2.4. Percepción del riesgo

La **Percepción del Riesgo** es la creencia de que el juego de apuestas conlleva consecuencias negativas. Una alta percepción del riesgo muestra un efecto significativamente negativo en la intención de juego (Li et al. 2010). Spurrier, Blaszczynski y Rhodes (2015) elaboran un modelo explicativo del abuso del juego de apuestas basado en la percepción del riesgo como factor central y sus interacciones con otros factores psico-sociales. El componente afectivo de la actitud a favor del juego incluye valoraciones de que el juego es excitante o de que el mundo que le rodea es atractivo. Por otra parte, el temor de que el juego pueda llegar a estar fuera de control, la sensación de riesgo, o el rechazo a los valores que son representados por el juego, son argumentos afectivos que sostienen una actitud negativa.

Para evaluar la percepción de riesgo hacia el juego de apuestas se utilizó la subescala del Cuestionario EDGAR compuesta por ocho ítems. El rango de la escala de Percepción del Riesgo utilizada va desde 0 (Alta percepción de riesgo) hasta 4 (Baja percepción de riesgo). Es decir, la puntuación está invertida en relación al concepto a medir, con el fin de que una mayor puntuación en la escala indique un mayor riesgo de juego problemático. Esto se explica porque la escala de Percepción del Riesgo, forma parte del cuestionario de evaluación del riesgo (EDGAR). Por tanto, puntuaciones más altas indican una menor percepción del riesgo.

En cuanto a los resultados, la muestra total evaluada presenta una percepción del riesgo alta (M=1.17, DT=.70, rango:0-4). El grupo de menores que no juega aporta su peso a la media general (M=1.11, DT=.67). Frente a ellos, la percepción de riesgo disminuye en el grupo de los que refieren haber jugado (M=1.45, DT=.76).

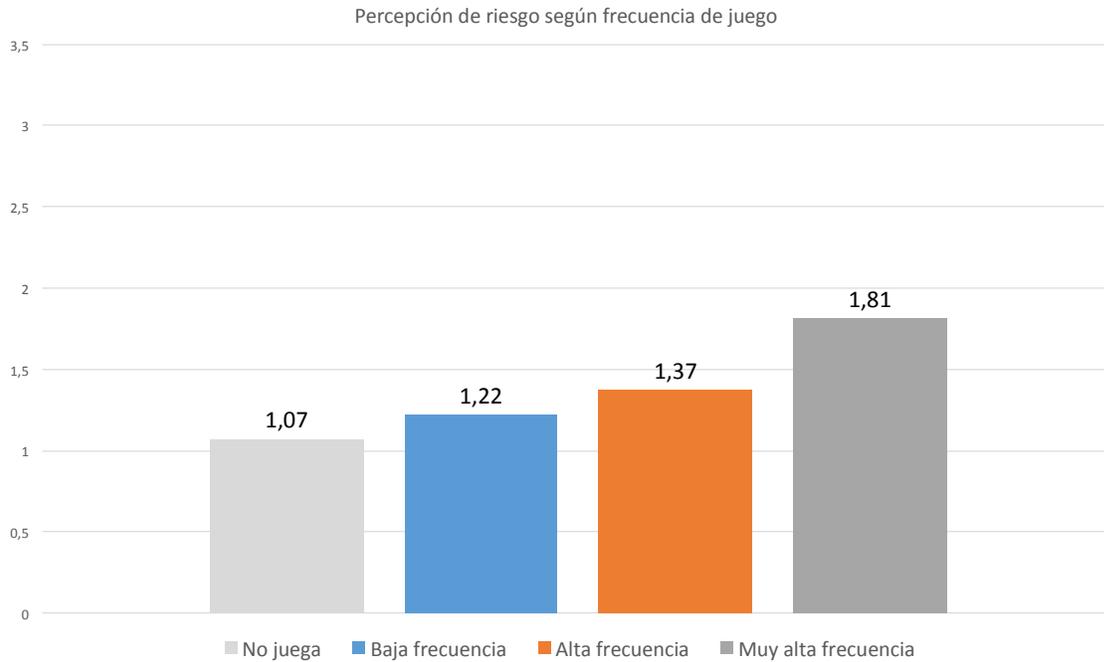
Tanto para el grupo de jugadores como de menores que no juegan, por sexos, la percepción de riesgo es menor en los chicos. Respecto a la edad, no se encuentran diferencias significativas. Tampoco existen diferencias por comarcas.

En cuanto a los menores que declaran jugar, los análisis muestran que una mayor frecuencia de juego se relaciona con una menor percepción de riesgo (Tabla 5 y Figura 24).

Tabla 5. Prueba anova. Percepción del riesgo (por frecuencia categorizada)

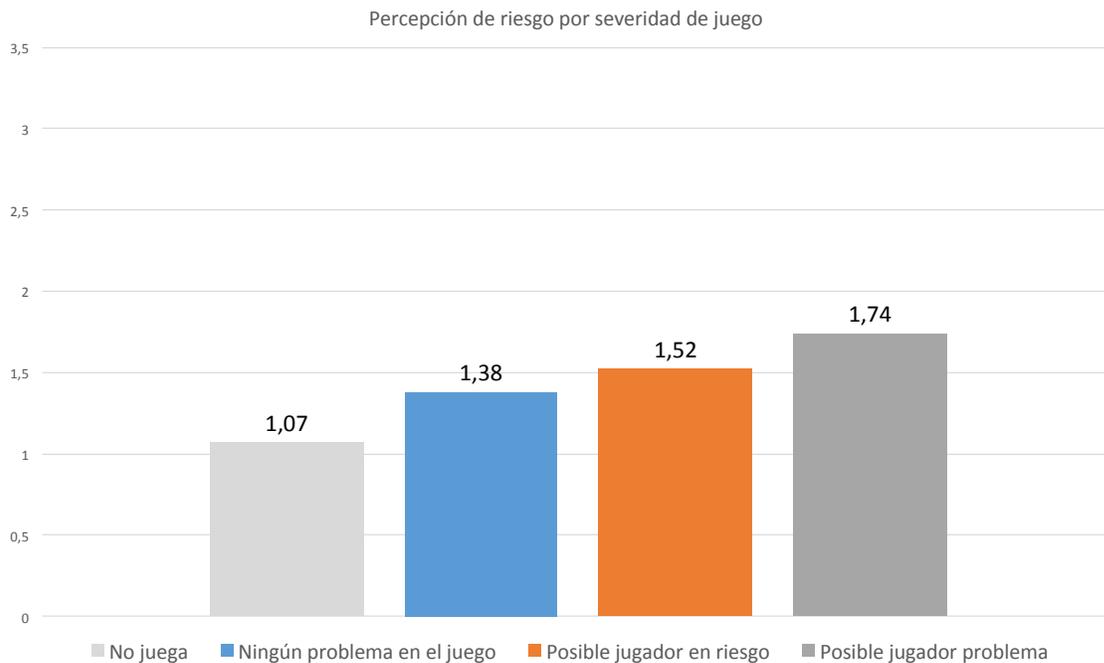
Prueba Anova	No juega (N = 1303)	Baja frecuencia (N = 506)	Alta frecuencia (N = 461)	Muy alta frecuencia (N = 44)	F	Sig.
Percepción de riesgo	1.07±.66	1.21±.68	1.37±.74	1.81±.95	35,042	.000**

Figura 24. Percepción de riesgo (por frecuencia de juego)



De igual forma, cuanto mayor es la severidad de juego, menor percepción de riesgo muestran los menores (figura 25).

Figura 25. Percepción de riesgo (por severidad de juego)



4.2.5. Sesgos cognitivos. Ilusión de control

El enfoque cognitivo ha identificado una serie de creencias erróneas mantenidas por los apostadores, que contribuye a que sobreestimen sus posibilidades de ganar. Así, es frecuente que se presenten una serie de distorsiones cognitivas, sesgos en el cálculo de probabilidades y creencias irracionales sobre la probabilidad de ganancia y la ilusión de control del juego (Choliz, 2006; Echebúrua y Fernández-Montalvo, 1997; Jacobsen et al., 2007; Fortune y Goodie, 2012). Estos sesgos cognitivos no se consideran solamente un factor de riesgo sino también un mantenedor de la conducta (Becoña, 1998; Rúaiz-Perez y López-Pina, 2016). Estos sesgos y creencias incluyen la predicción de resultados, la llamada falacia del jugador o proceso auto-correctivo del azar, el optimismo irracional, o el sesgo confirmatorio, recordando ganancias, pero olvidando las pérdidas, etc. (Ladoceur y Walker, 1996), que se suman a las bajas capacidades de cálculo probabilístico sobre sucesos aleatorios, que por lo general tenemos. A ello se une que los juegos de apuestas fomenten directa o indirectamente estas creencias distorsionadas. Se ha visto que un aumento del conocimiento de cálculo de probabilidad se relacionaba con menor comportamiento de riesgo en apuestas (Floyd, Whelan y Meyers, 2006) y mayor resistencia a sesgos cognitivos (Williams y Connolly, 2006), siempre que la información sobre probabilidad se acompañe en los programas preventivos con otros componentes como el cambio de actitudes o la reducción de la percepción de control sobre el juego (Williams, West y Simpson, 2012).

Para evaluar la **presencia de estos sesgos e ilusión de control** hacia la probabilidad de ganancia se han realizado análisis por grupos en función de la frecuencia y severidad de juego. Se utilizó una escala compuesta por 10 ítems, con dos subescalas de cinco ítems cada una: ilusión de control sobre la probabilidad de ganancia y desconocimiento de las leyes de probabilidad. Las respuestas se escalan en 5 niveles desde “Nada” (0) a “Siempre” (4).

La puntuación media de la muestra analizada para la escala total fue $M=1.53$ ($DT=.88$), indicando ciertos problemas en el conocimiento de leyes de probabilidad y un nivel incipiente de ilusión de control sobre la misma. Por **sexos**, chicos y chicas presentan un grado semejante de desconocimiento de leyes de probabilidad. Sin embargo, los chicos ($M=1.63$, $DT=.65$) perciben ligera pero significativamente mayor ilusión de control sobre las apuestas que las chicas ($M=1.51$, $DT=.64$). Por **edades**, y en cuanto a conocimiento de leyes de probabilidad, en el grupo de menores que no juegan, el desconocimiento se reduce significativamente conforme avanza la edad. Mientras que en el grupo de los que juegan, estas variaciones con la edad no son estadísticamente significativas (Figura 26). Lo mismo ocurre con la subescala de ilusión de control sobre la probabilidad. En el grupo de no jugadores, las variaciones son significativas, observándose un repunte a los 16 años, que vuelve a valores más bajos a los 17 o más, en el grupo de jugadores las variaciones no son significativas, produciéndose este repunte a los 17 años, con valores de ilusión de control idénticos a los del grupo de 14 años (Figura 27).

Las diferencias por comarcas no son reseñables.

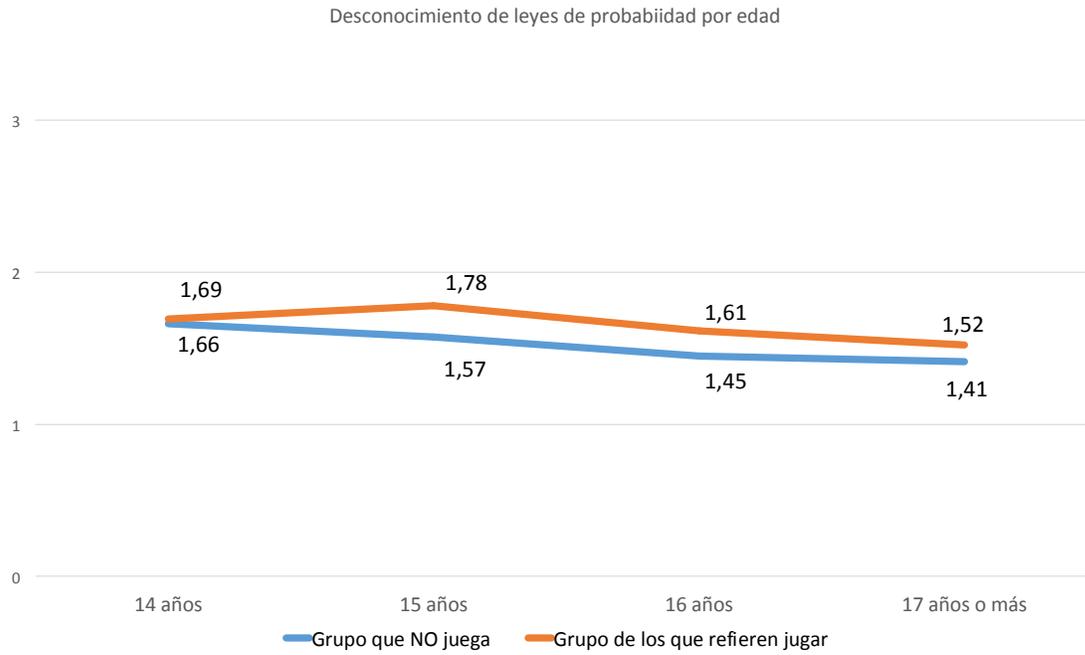
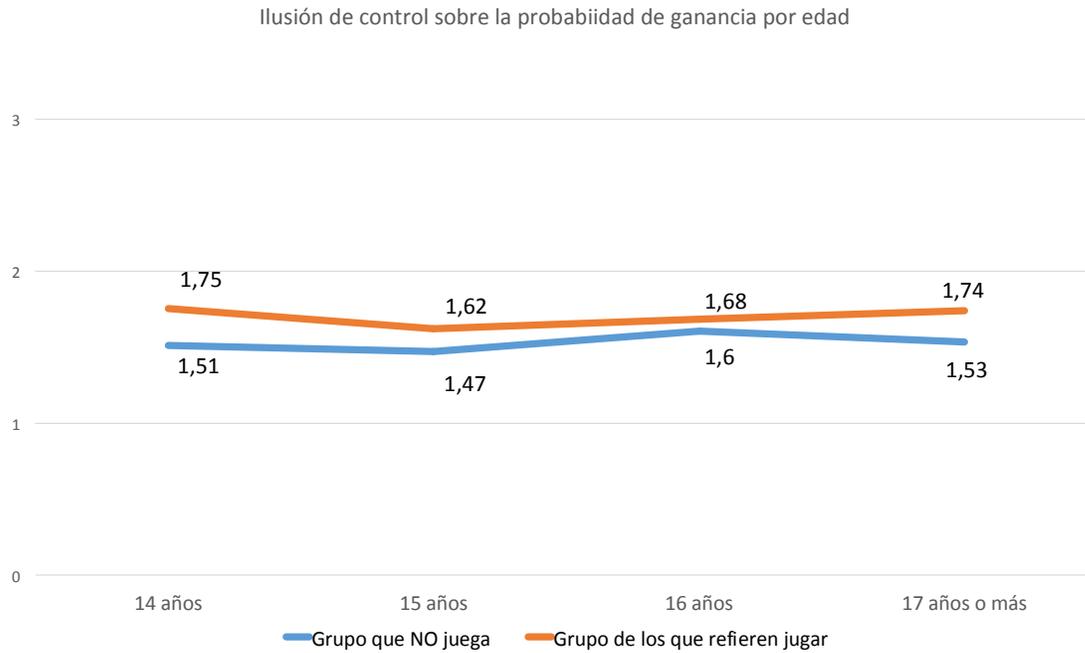
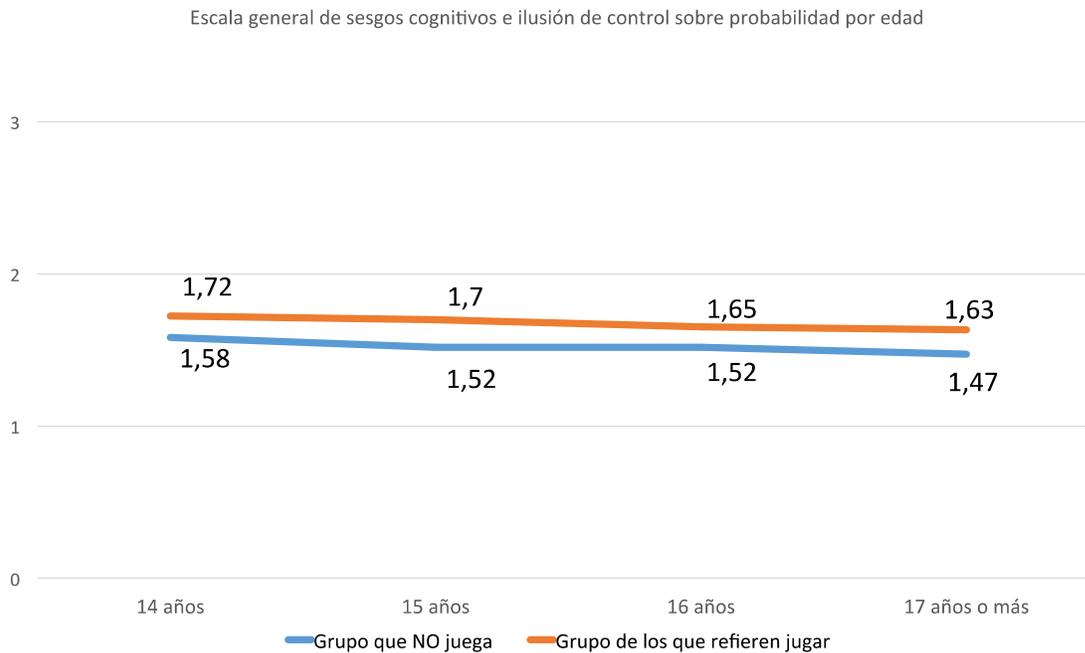


Figura 27. Ilusión de control sobre la probabilidad de ganancia (por edad)



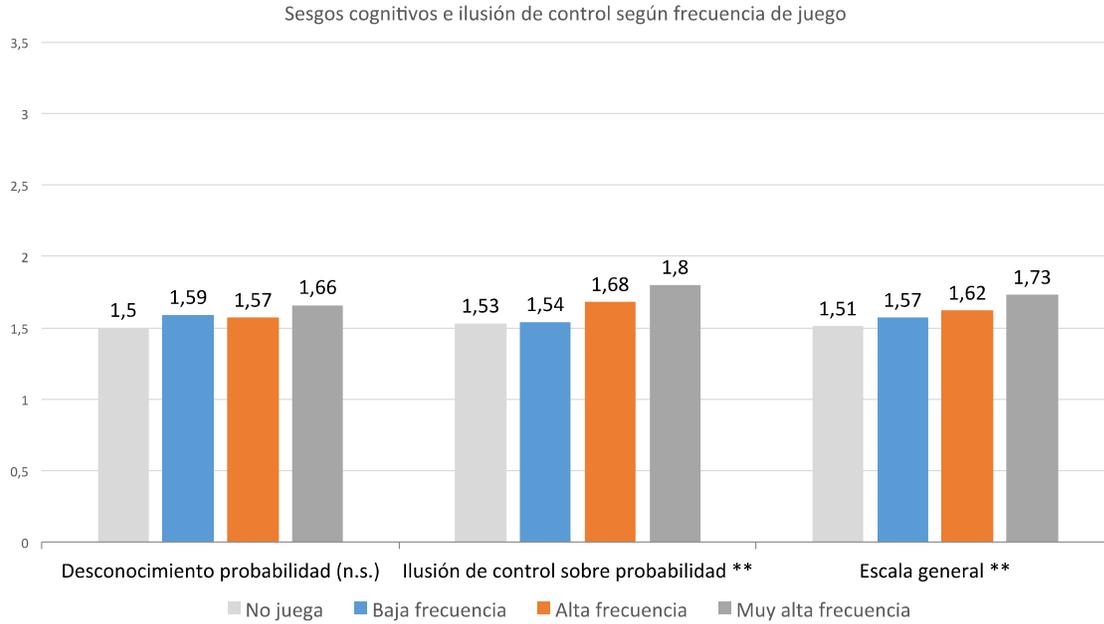
Tomada la escala en su conjunto, se aprecian las diferencias significativas entre aquellos que refieren jugar y los que no (Figura 28). Sin embargo, los niveles dentro de cada uno de los grupos son estables y no significativas.

Figura 28. Puntuaciones totales escala sesgos cognitivos e ilusión de control sobre la probabilidad de ganancia (por edad)



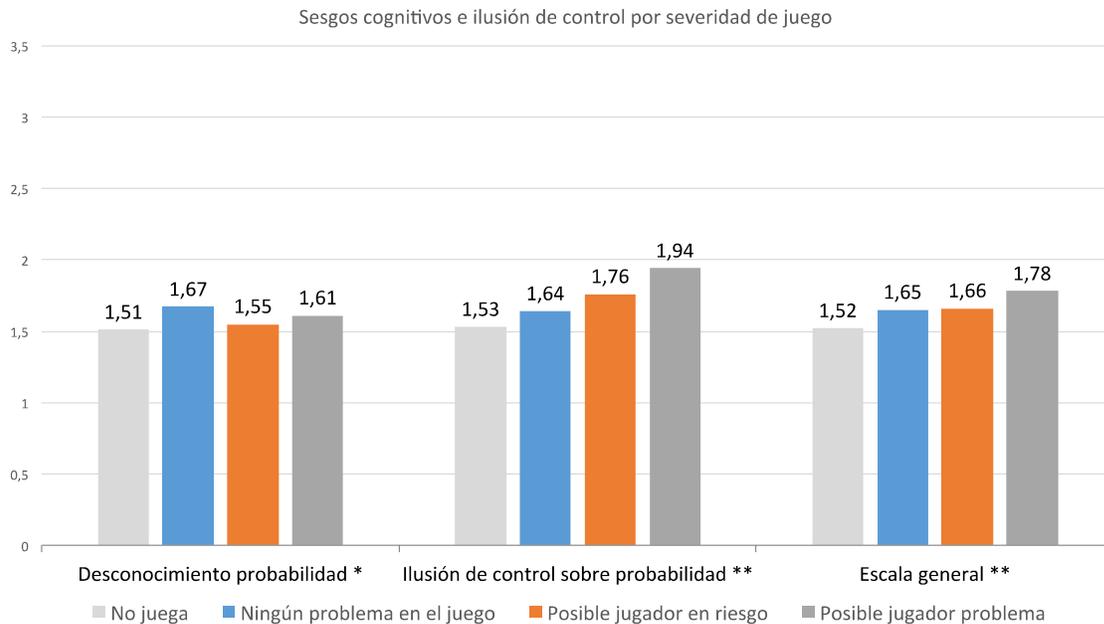
Centrándonos en el **grupo que juega** (Figura 29), una mayor ilusión de control sobre la probabilidad de ganar se relaciona con mayor frecuencia de juego. Esta ilusión es más visible en el grupo de muy alta frecuencia de juego. Sin embargo, la frecuencia de juego no muestra diferencias significativas entre desconocimiento de leyes de probabilidad

Figura 29. Sesgos cognitivos e ilusión de control sobre la probabilidad de ganancia (por frecuencia de juego)



Severidad de juego (Figura 30). Los menores que se clasifican como posible jugador en riesgo o jugador problema presentan mayor ilusión de control sobre la probabilidad de ganancia. En cuanto a desconocimiento de probabilidad, también hay variaciones entre grupos, sin embargo, los grupos de posible jugador de riesgo o problema no muestran mayor desconocimiento de probabilidad que los que no presentan problemas derivados del juego.

Figura 30. Sesgos cognitivos e ilusión de control sobre la probabilidad de ganancia (por severidad de juego)



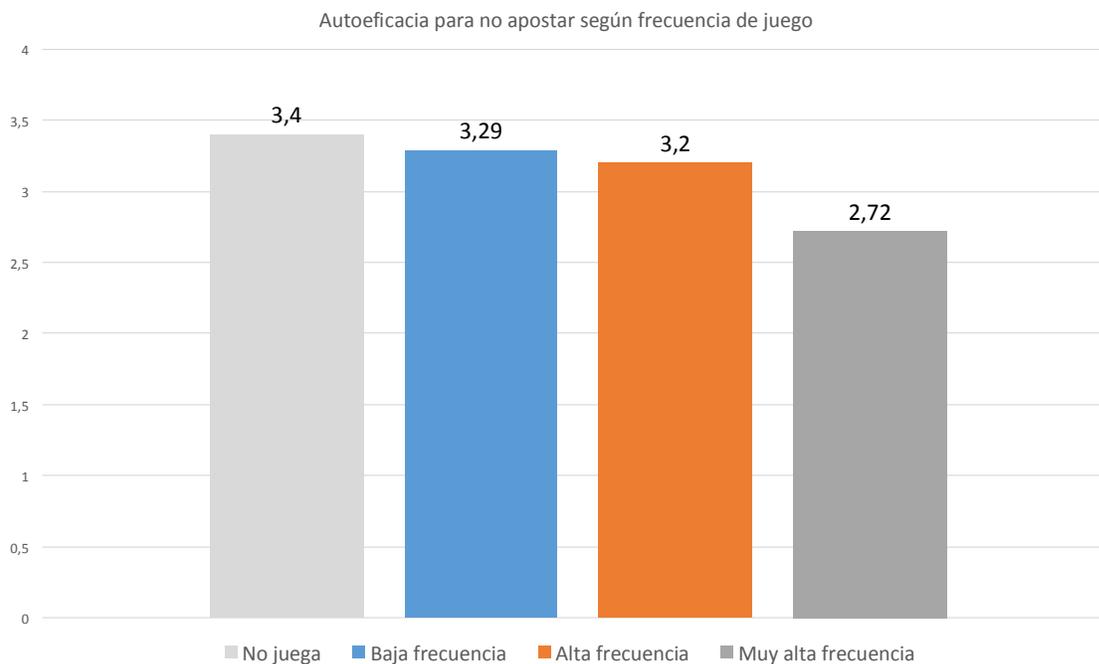
4.2.6. Autoeficacia para no apostar

En el presente estudio se evalúa la **Autoeficacia para no apostar**, como un factor de protección que consiste en la capacidad auto-percibida de no jugar en situaciones en las que se invita al juego “estar con amigos que apuestan” o “recibir invitaciones de juego”. Las respuestas se escalan en cinco niveles desde “nada capaz” (0) a “totalmente capaz” (4), siendo el punto medio de la escala el 2.

La puntuación media de la muestra analizada fue $M=3.36$, $DT=.88$, lo que indica un alto nivel de **autoeficacia** para no apostar cuando se encuentran ante situaciones que invitan a hacerlo. Por **sexo**, las chicas ($M=3.46$, $DT=.82$) se perciben ligera, aunque significativamente más eficaces para no apostar que los chicos ($M=3.24$, $DT=.94$). Esto es coherente con la medida conductual que indica que la proporción de chicos que juegan a apuestas es muy superior a la de chicas. Por **edades**, no se encontraron diferencias.

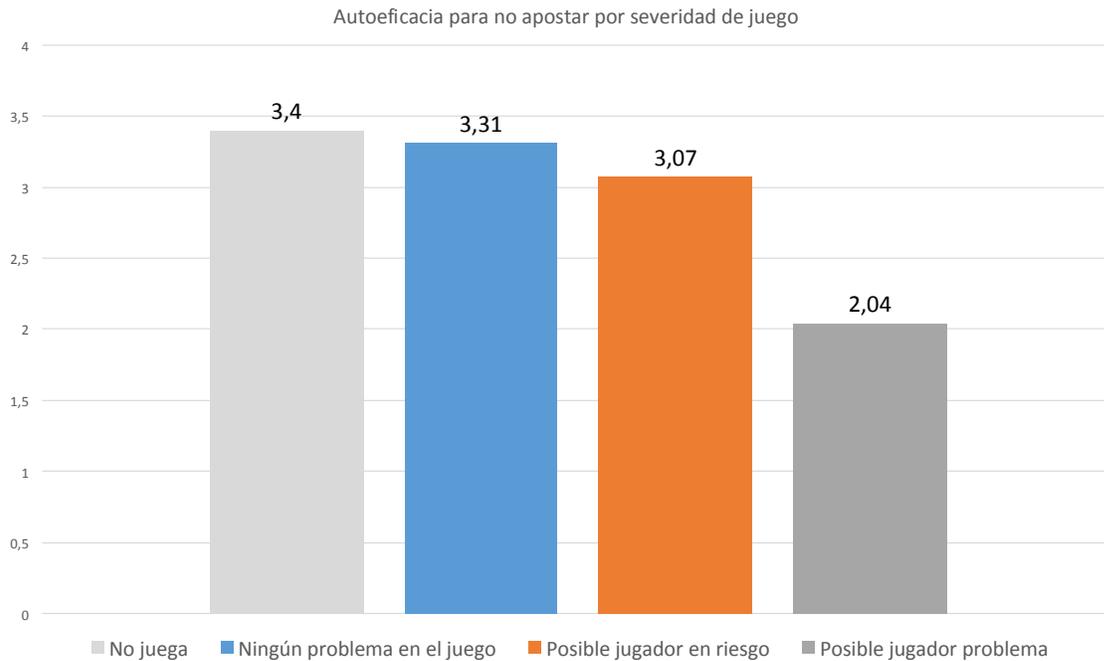
En cuanto a la **frecuencia de juego** (Figura 31), las puntuaciones de la escala de autoeficacia para no apostar mantienen una clara relación inversa con la conducta de juego. A mayor autoeficacia para no apostar menor frecuencia de juego. Especialmente cuando comparamos a los jugadores de **muy** alta frecuencia con el resto.

Figura 31. Autoeficacia para no apostar (por frecuencia de juego)



En cuanto a la **severidad de juego**, se encuentra idéntico resultado, descendiendo la autoeficacia cuanto mayor es la severidad, especialmente visible en los menores clasificados como posibles jugadores problema (Figura 32).

Figura 32. Autoeficacia para no apostar (por severidad de juego)



4.3. La familia

4.3.1. La percepción de la actitud parental hacia el juego de apuestas

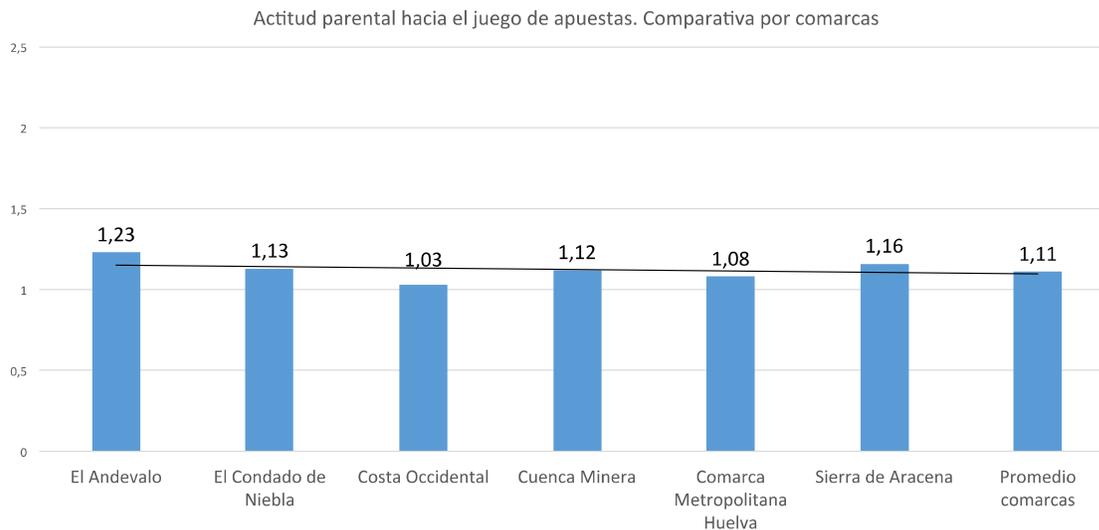
En la adolescencia, la familia destaca por su particular ascendencia en la adquisición de nuevas conductas y formación de actitudes de los menores (Maccoby, 1992; Maccoby y Martin, 1983). Así, la **actitud parental** hacia el juego de apuestas indica la percepción del menor sobre el grado de tolerancia de sus padres hacia el juego de apuestas y sobre que el menor apueste. Recientes investigaciones sobre la actitud y la permisividad de los padres hacia el juego de apuestas indican que una escasa *supervisión* parental está asociada a la aparición y consolidación de la conducta de juego en los hijos (Chalmers y Willoughby, 2006; Lee, Stuart, Ialongo y Martins, 2014; Molinaro et al., 2014; Vachon, Vitaro, Wanner y Tremblay, 2004; Wanner, Vitaro, Ladouceur, Brendgen y Tremblay, 2006).

Para evaluar la **actitud parental** hacia el juego de apuestas se utilizó la subescala del Cuestionario EDGAR compuesta por siete ítems, que dan una medida unidimensional y directa con la actitud a favor del juego de apuestas. Las respuestas se escalan en cinco niveles desde “Muy en desacuerdo” (0) a “Muy de acuerdo” (4), donde una mayor puntuación indica actitudes más tolerantes o favorables hacia el juego.

En general la **actitud parental** hacia las apuestas se sitúa por debajo del punto medio de la escala, lo que significa contraria al juego. Además, es percibida significativa y más desfavorablemente por las chicas ($M=1.06$, $DT=.82$) que por los chicos ($M=1.16$, $DT=.88$), aunque no hay diferencias por edad del menor.

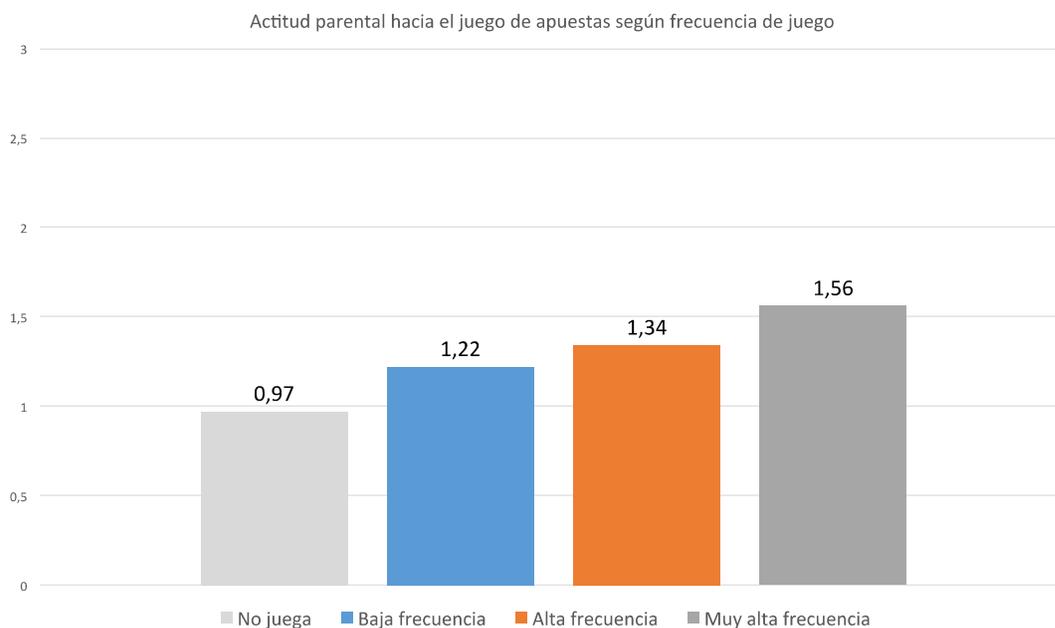
Por comarcas (Figura 33), El Andévalo (1.23) muestra una desviación significativa de actitud parental favorable respecto al promedio de la provincia (1.11). Asimismo, Costa Occidental (1.03) muestra esta desviación en un sentido de actitud más desfavorable hacia el juego de apuestas.

Figura 33. Actitud parental hacia el juego de apuestas (por comarcas)



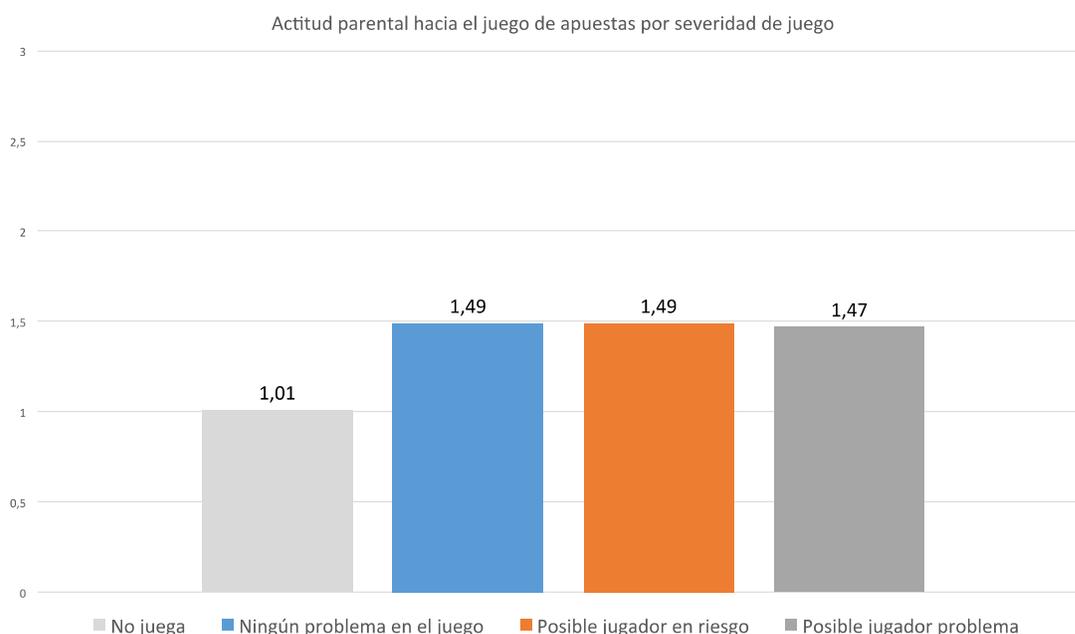
Al analizar la actitud parental en relación a la **frecuencia de juego** de los menores, se advierte como las/los jóvenes con mayor frecuencia de juego perciben mayor permisividad y tolerancia entre sus padres/madres hacia el juego de apuestas (Figura 34).

Figura 34. Actitud parental hacia el juego de apuestas (por frecuencia de juego)



Por el contrario, si comparamos la percepción de la actitud parental en función de la **severidad** (puntuaciones en la escala SOGS) no se registran diferencias entre los tres grupos de menores que declaran jugar. Aunque sí entre estos y los que declaran no haber apostado nunca. (Figura 35).

Figura 35. Actitud parental hacia el juego de apuestas por severidad (juego de riesgo y juego problemático).



4.3.2. Percepción de la conducta de juego de los padres

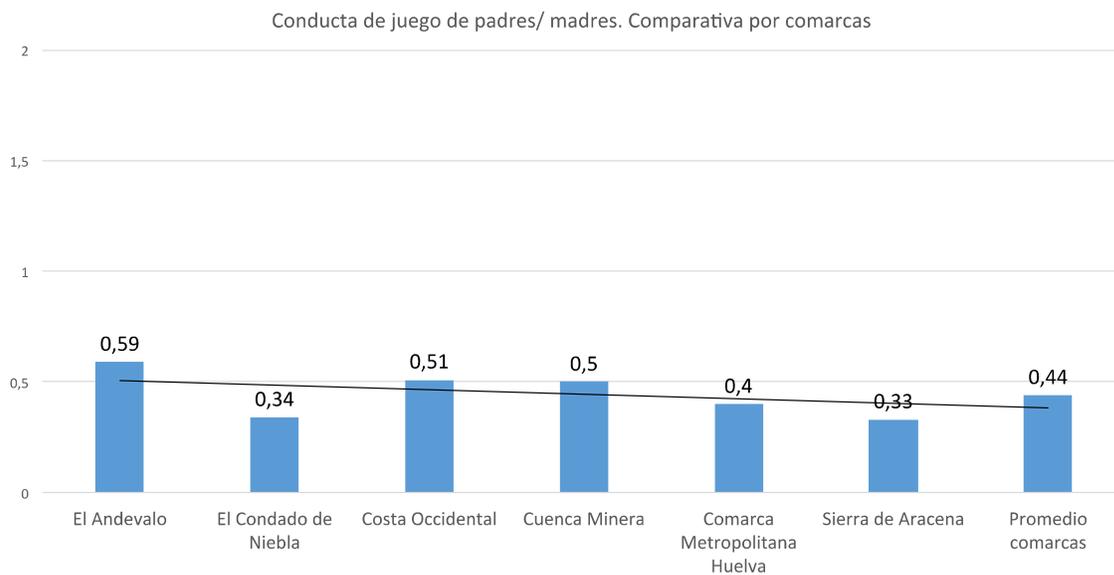
Padres y madres son un modelo para los hijos. Los mecanismos del aprendizaje vicario u observacional han sido ampliamente descritos y demostrados desde que Albert Bandura enunciara la Teoría del Aprendizaje Social. El comportamiento de los padres es observado por los menores y se considera la principal fuente de información en el proceso de socialización hasta la adolescencia temprana. Así, diversos estudios han relacionado la conducta de juego de padres/madres como factor de riesgo para el juego problemático en adolescentes (Becoña y Gestal, 1996; Felsher, Derevensky, y Gupta, 2003; Gupta y Derevensky, 1998).

En este estudio, evaluamos la percepción que los jóvenes participantes tienen sobre la conducta de juego de su padre y madre por separado en 6 modalidades de juego diferente. La conducta de juego de los padres se puntuó en base a cuatro criterios y tres valores: Ningún padre juega (0) únicamente Juega la madre (1); únicamente juega e padre (1); y ambos progenitores juegan (2). Posteriormente, se calcula una puntuación única que engloba el total de 6 modalidades. Así, mayores puntuaciones indicarán mayor percepción del menor de que padre/madre juegan a juegos de apuestas.

En cuanto a los resultados de nuestro estudio, no se aprecian diferencias entre sexos, ni por la edad del menor.

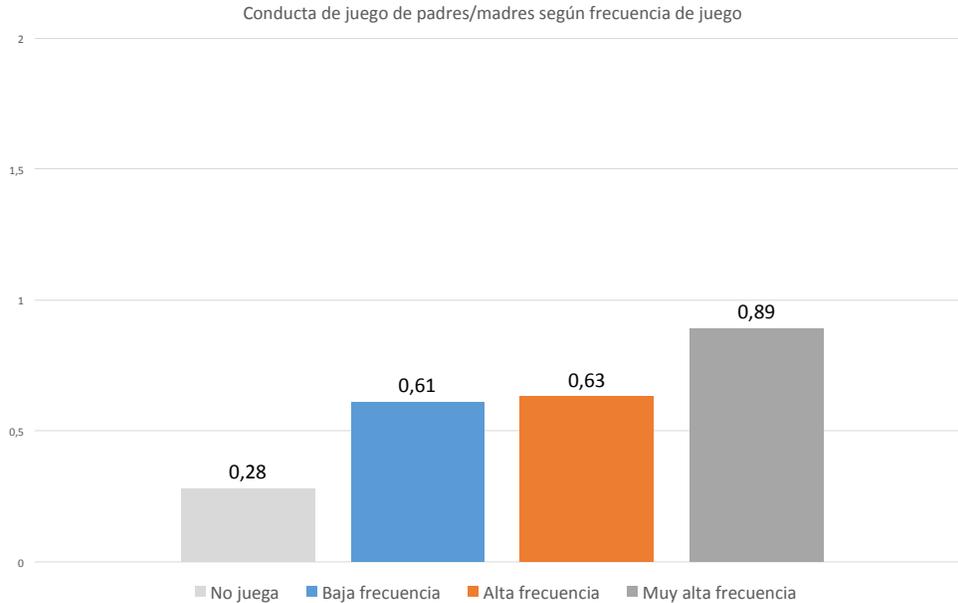
Respecto a las comarcas de la provincia de Huelva (Figura 36), los participantes de El Andévalo (.59), perciben mayor conducta de juego en sus padres/madres, mostrando una desviación significativa por encima del promedio de la provincia (0.44), algo que también en menor medida señalan Costa Occidental (0.51) y Cuenca Minera (0.5). Por su parte, El Condado de Niebla (0.34) y Sierra de Aracena (0.33), muestran desviación por debajo de la media provincial.

Figura 36. Conducta de juego de apuestas de los padres (por comarcas)



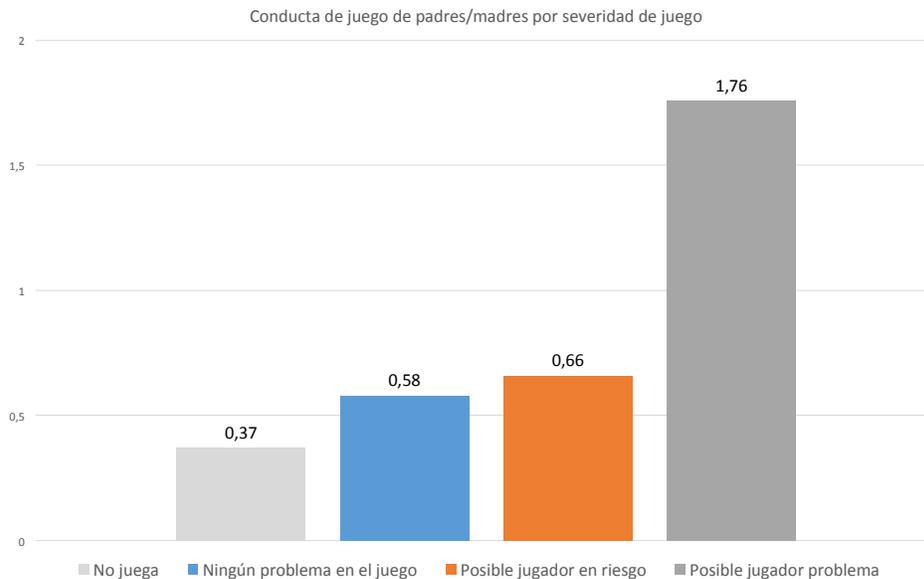
Entre los jugadores, los datos muestran que las/los jóvenes con mayor frecuencia de juego refieren significativamente mayor conducta de juego en sus padres/madres. Esta diferencia es más visible en el grupo de muy alta frecuencia de juego, que triplica los valores del grupo que no juega (Figura 37).

Figura 37. Conducta de juego de apuestas de los padres (por frecuencia de juego)



Cruzando los datos de percepción de juego de madres y padres con la clasificación de la escala SOGS en sus tres categorías (juego sin problema, juego de riesgo y juego problemático), es clara la relación entre conducta de juego de padres/madres y mayor severidad de juego (Figura 38). En el gráfico se comprueba como el grupo considerado como jugador problema cuadruplica los valores del grupo que refiere no jugar y triplica los valores del grupo sin problemas de juego.

Figura 38. Conducta de juego de apuestas de los padres (por severidad de juego)



4.4. La presión de los iguales

4.4.1. Percepción de los amigos que juegan

Cuando el número de amigos que juegan aumenta, la presión social y la oportunidad para jugar aumenta a la par. Esta situación incrementa la **presión de grupo**, definida como la influencia sobre una persona ejercida por individuos cercanos y de características similares para que adopte los comportamientos del grupo (Alonso, Salvador y Suelves, 2004). Cuando el juego de apuestas está normalizado en el grupo de referencia, adquiere una utilidad social. El hablar de juego, comentar experiencias propias o ajenas ofrece un marco social que favorece la interacción grupal y promueve la cohesión. La adherencia del grupo de iguales a la cultura del juego fomenta la construcción de un escenario favorable al mismo. Por consiguiente, la presión de grupo consiste en la influencia social ejercida por los iguales que anima directa o indirectamente a la experimentación o el mantenimiento del juego de apuestas. La influencia de los iguales incluye factores cognitivos, tales como la percepción de la conducta de los iguales (modelado) y las normas sobre el juego percibidas en el grupo de iguales, así como factores situacionales tales como la presión directa de los iguales y la importancia de la socialización y la conformidad en los grupos.

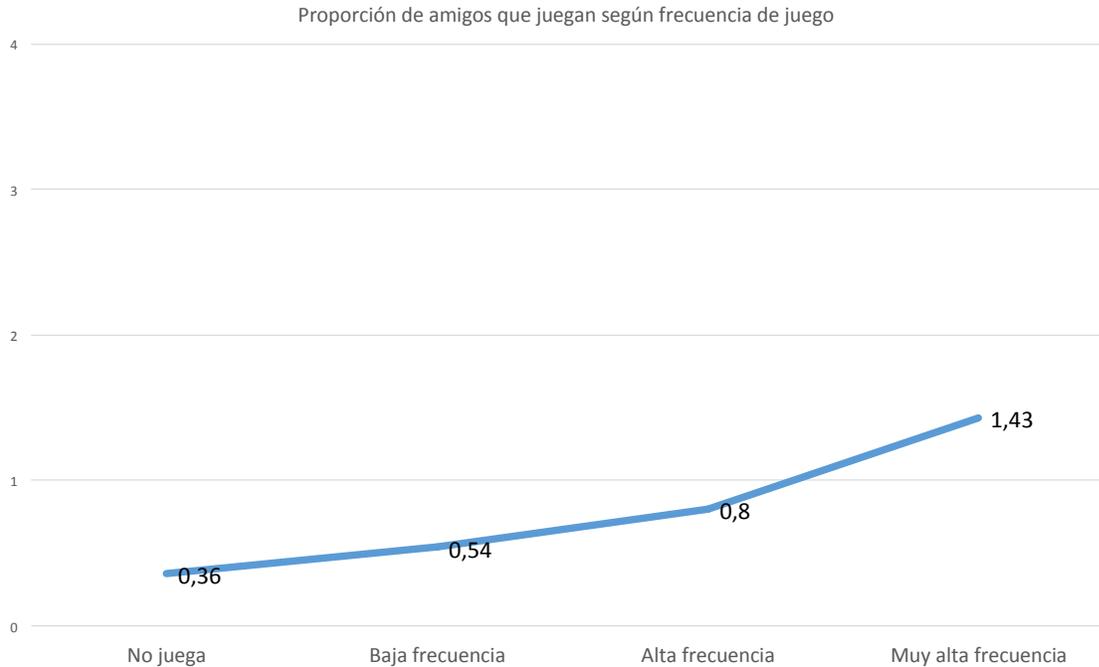
La **presión de grupo** presenta cierta similitud con la **percepción normativa**, analizado más adelante, si bien existen claras diferencias entre ambos que conviene explicar aquí. En ambos factores influye la percepción de la prevalencia de juego, de tal suerte que una mayor percepción de juego se asocia a una mayor probabilidad de apostar. Sin embargo, la **presión de grupo** se refiere a las personas cercanas o grupos de referencia. Estas personas o grupos son jóvenes que el adolescente reconoce como amigos, compañeros o iguales, de ahí su clasificación en entorno social íntimo. Por su parte, la **percepción normativa** se caracteriza por su dimensión macrosocial, es decir la creencia que tiene el adolescente acerca de la prevalencia de juego de apuestas entre la población de su misma edad o incluso entre la población general.

En este estudio, evaluamos la percepción de los amigos que juegan o presión de grupo a través de 7 ítems por cada modalidad de juego. Las respuestas se escalan en 5 niveles desde “Ninguno” (0) a “Todos” (4).

Respecto al total de la muestra evaluada y acordemente con resultados expuestos previamente en este informe, en cuanto a **sexos**, existen diferencias respecto al número de amigos/as que se percibe que juegan. Los chicos refieren mayor porcentaje de amigos/as que apuestan. También se evidencian diferencias significativas en cuanto a la **edad** del menor. A mayor edad, mayor proporción de amigos/as que apuestan.

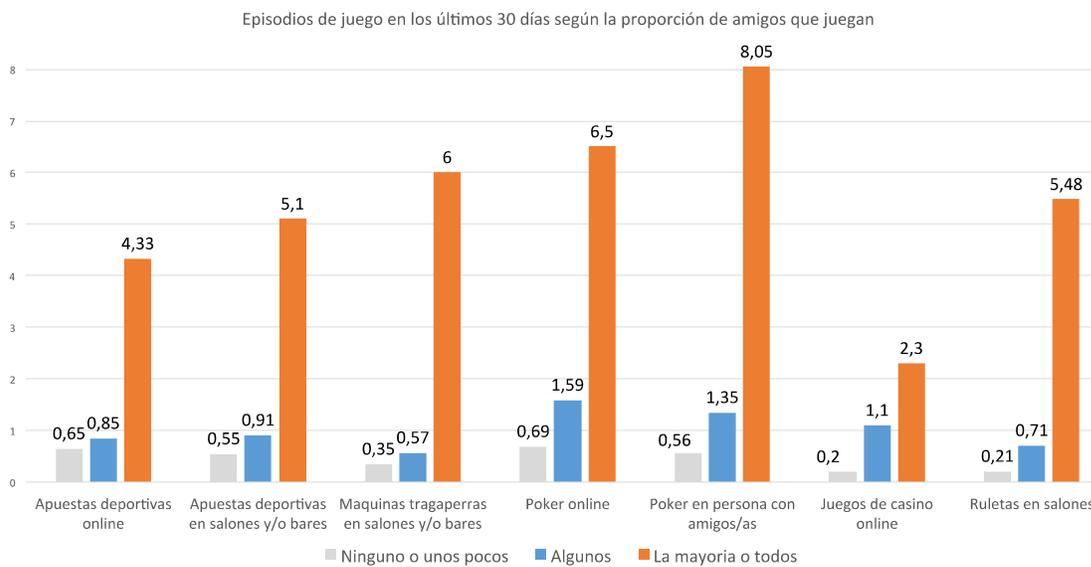
En cuanto a las comarcas, también de forma acorde, El Andévalo refiere entre sus participantes mayor proporción de amigos/as que apuestan.

Entre los jugadores, los resultados muestran que cuanto mayor es la frecuencia de juego, se refiere igualmente mayor conducta de juego por parte de los amigos/as. Esta es más visible en el grupo de muy alta frecuencia de juego, que triplica los valores del grupo con baja frecuencia de juego (Figura 39).



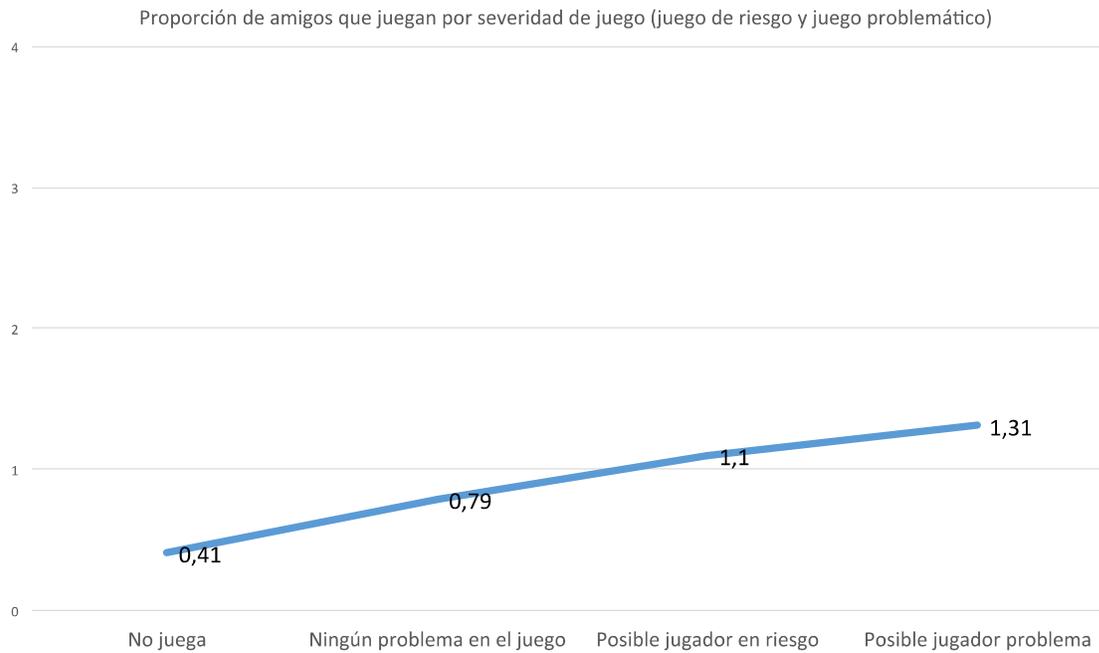
Con más detalle, se presenta en la figura 40, como el incremento del número de amigos que apuestan se relaciona con la frecuencia de juego en los últimos 30 días, sobre todo visible cuando son “la mayoría o todos”.

Figura 40. Episodios de juego en los últimos 30 días según la proporción de amigos que juegan.



Similar resultado se encuentra en función de la **severidad** de juego, donde significativamente, una mayor severidad se relaciona con mayor número de amigos/as que también juegan (Figura 41).

Figura 41. Proporción de amigos que juegan (por severidad de juego)



4.5. La influencia del entorno

4.5.1. Exposición a la publicidad de juego

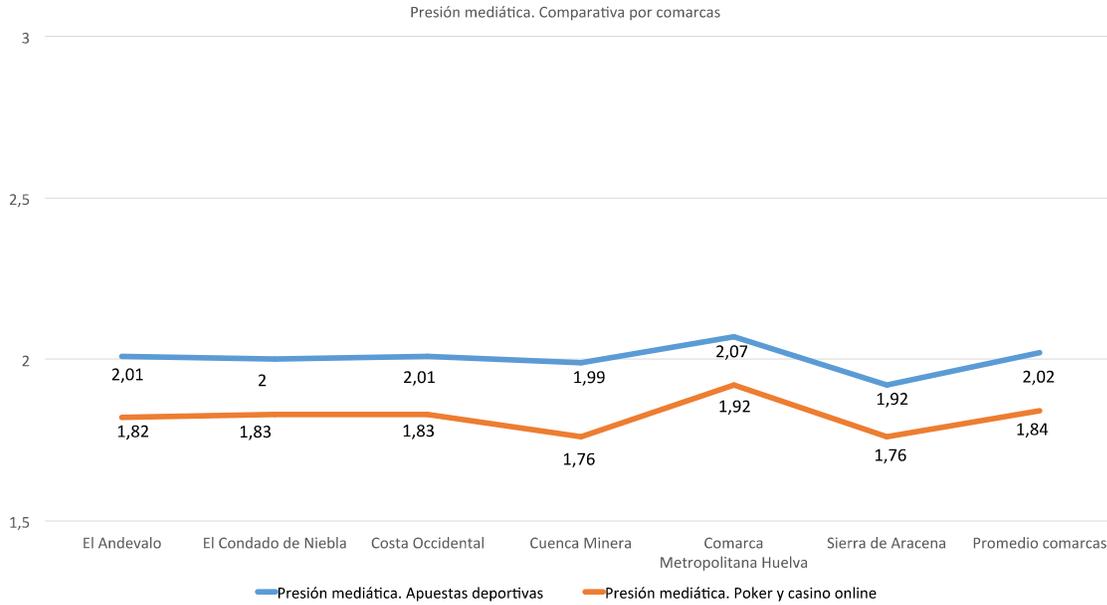
Los resultados de distintas investigaciones sugieren que la publicidad transmite una visión normalizada de la conducta de juego de apuestas, además de generar una actitud positiva hacia el juego y una percepción social favorable (King et al., 2010; Pitt et al., 2016). Diversos estudios en otros países apuntan a que una mayor exposición a anuncios de juegos de apuestas se asocia a una alta frecuencia de juego semanal entre adolescentes tanto en apuestas deportivas (Hing et al., 2014) como en póker, máquinas y casino (Clemens, Hanewinkel y Morgenstern, 2016). También se propone que la publicidad de juego se destina no tanto a atraer nuevos apostadores, sino a mantener a los ya jugadores (Binde, 2009; Derevensky, Sklar, Gupta y Messerlian, 2010). En población adulta, otras investigaciones cualitativas informan que un tercio de jugadores referenciaban haber sido influidos por la publicidad de apuestas (Derevensky et al., 2007). Los resultados de investigación muestran que son los hombres quienes refieren un mayor impacto de la publicidad de juego (Felsher et al., 2004). Sin embargo, otros estudios relacionan el impacto con la modalidad de juego. De forma que los chicos recuerdan más la publicidad de apuestas deportivas mientras que las chicas otras modalidades como ruleta o bingo (Amey, 2001). En nuestro país, las investigaciones realizadas en población juvenil asocian una mayor exposición a anuncios de juegos de apuestas a una alta frecuencia de juego semanal entre adolescentes (Lloret, Cabrera et al. 2016, 2017).

En este estudio, evaluamos la **exposición a la publicidad o presión mediática**, mediante 12 ítems que preguntan sobre la frecuencia de visionado o escucha de publicidad en distintos soportes. Las respuestas se escalan en 5 niveles desde “No leo/no veo ese medio” (0) a “Muy a menudo” (4).

Los análisis realizados sobre el total de la muestra indican diferencias significativas por **sexo** en cuanto a exposición a la publicidad o presión mediática. Así, los chicos refieren ver y oír en mayor grado publicidad de apuestas en distintos soportes publicitarios. También se encuentran diferencias en función de la **edad**, siendo los jóvenes de mayor edad los que mayor presión mediática refieren. Estas diferencias se producen en todos los soportes publicitarios (TV, internet, radio, etc.).

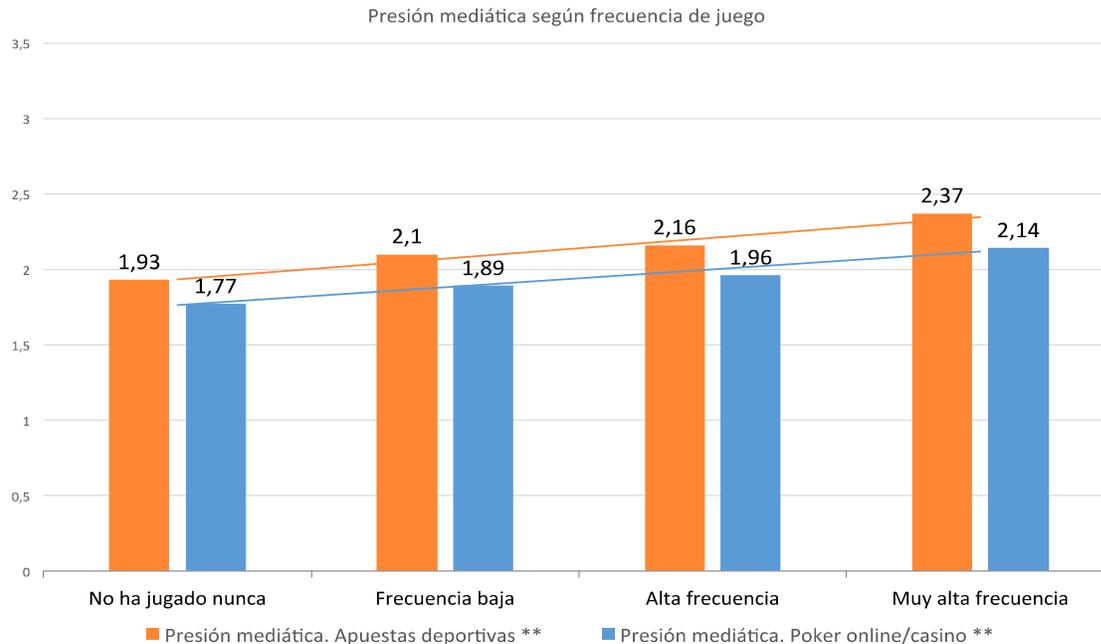
Por **comarcas**, la Metropolitana de Huelva, muestra significativamente un mayor grado de exposición a la publicidad, tanto para apuestas deportivas como para póker y casino online (Figura 42). Esta diferencia se debe sobre todo a la publicidad vista en la calle (Ej. salones de juego). El resto de soportes publicitarios (TV, internet, radio) no muestran diferencias significativas por comarca.

Figura 42. Presión mediática (por comarcas)



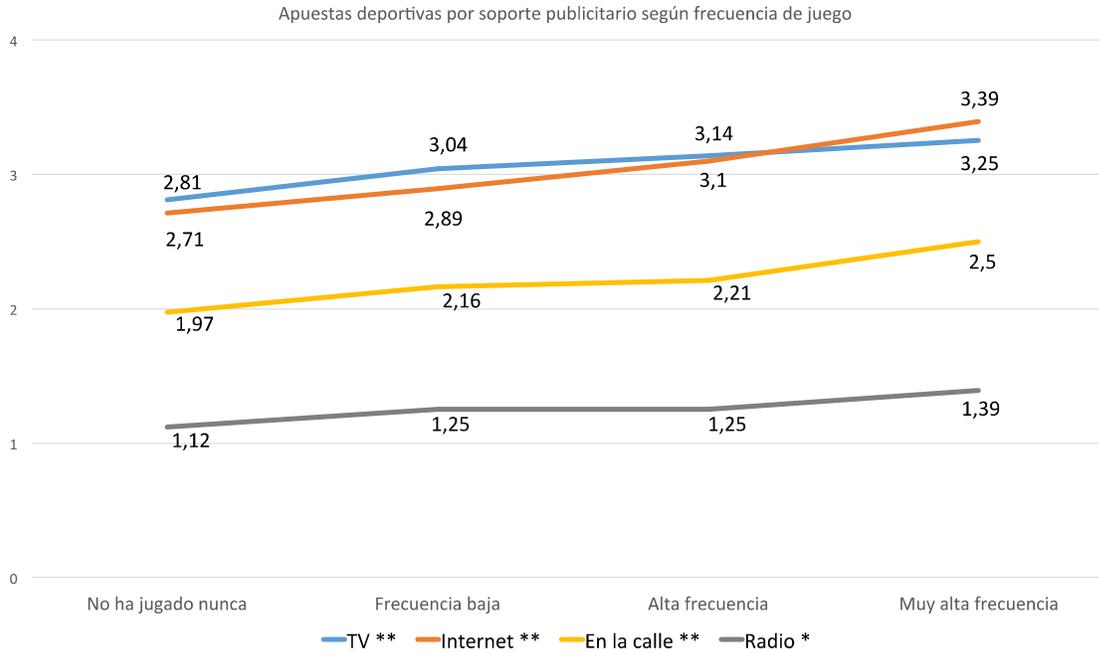
Atendiendo a la frecuencia de juego los jóvenes con mayor frecuencia refieren mayor exposición a la publicidad (presión mediática), tanto de apuestas deportivas, como de juegos de casino/póker online (Figura 43).

Figura 43. Presión mediática (por frecuencia de juego)



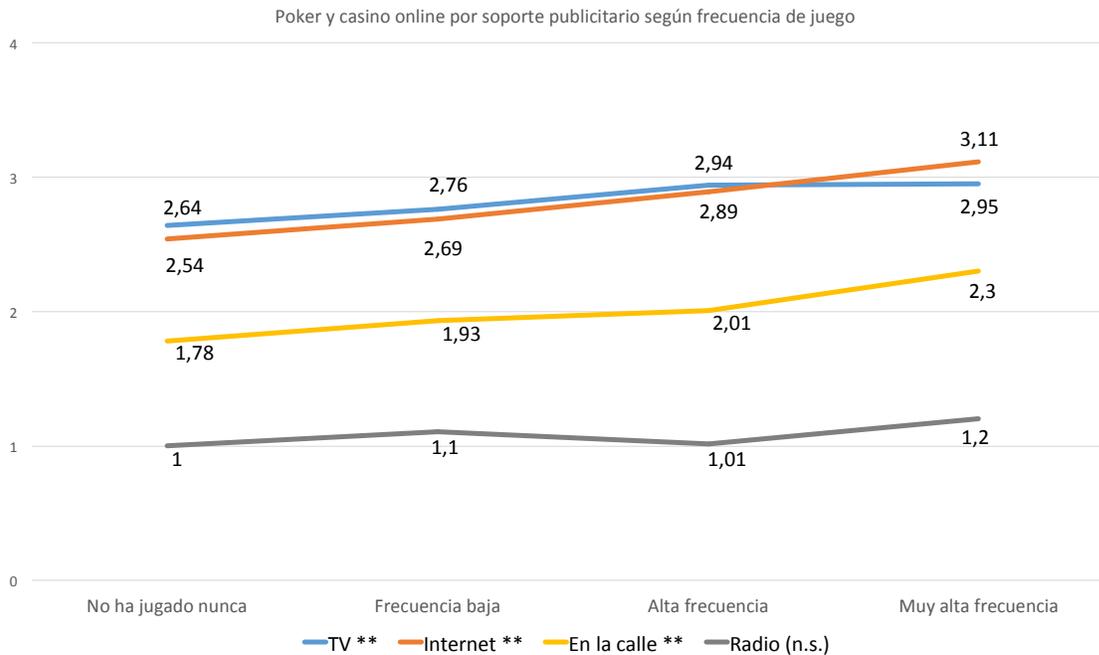
Con más detalle, los resultados indican que a mayor presencia mediática de las apuestas deportivas (Figura 44), la frecuencia de juego aumenta. Los adolescentes que más juegan a apuestas deportivas son los que informan estar más expuestos a publicidad en cada soporte analizado (TV, internet, radio y en la calle).

Figura 44. Presión mediática apuestas deportivas por soporte publicitario y frecuencia de juego



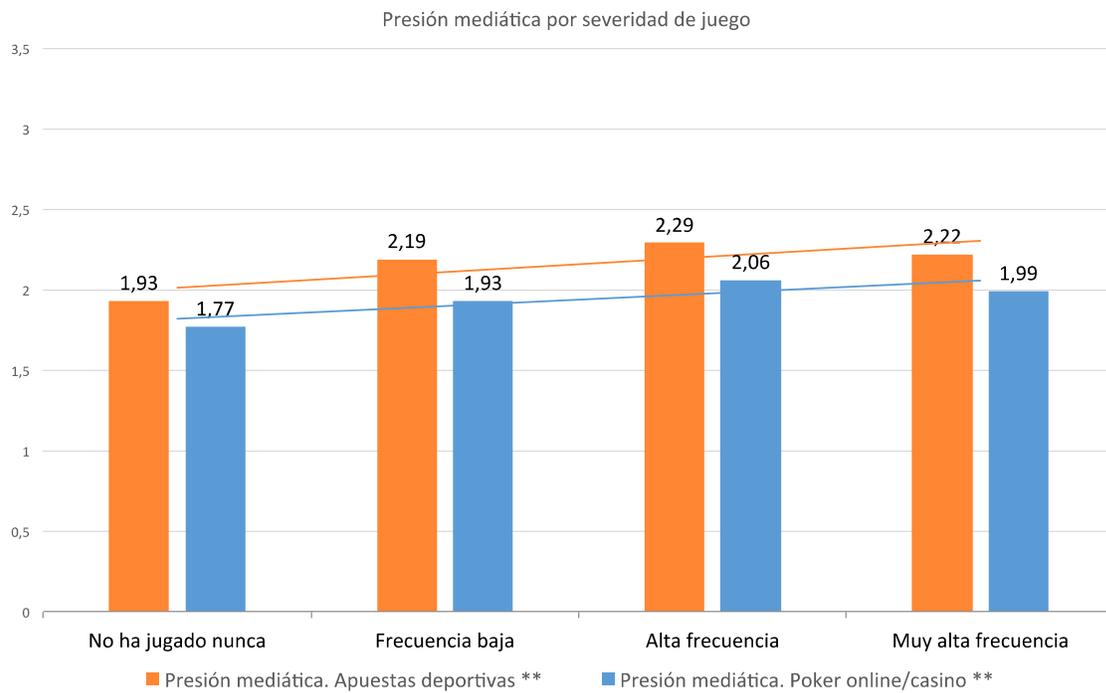
De igual manera ocurre con el póker y casinos online (Figura 45). Es decir, los adolescentes que juegan con más frecuencia informan de una mayor presencia de anuncios de póker o casino online en televisión, internet, y en la calle. En el caso de la radio, no existen diferencias entre grupos de no jugadores y jugadores.

Figura 45. Presión mediática póker y casino online por soporte publicitario y frecuencia de juego



En cuanto a la severidad de juego, se mantiene la misma pauta tanto para apuestas deportivas, como para juegos de casino/póker online (Figura 46), observándose una tendencia al alza en exposición a publicidad conforme aumenta la severidad de juego.

Figura 46. Presión mediática (por severidad de juego)



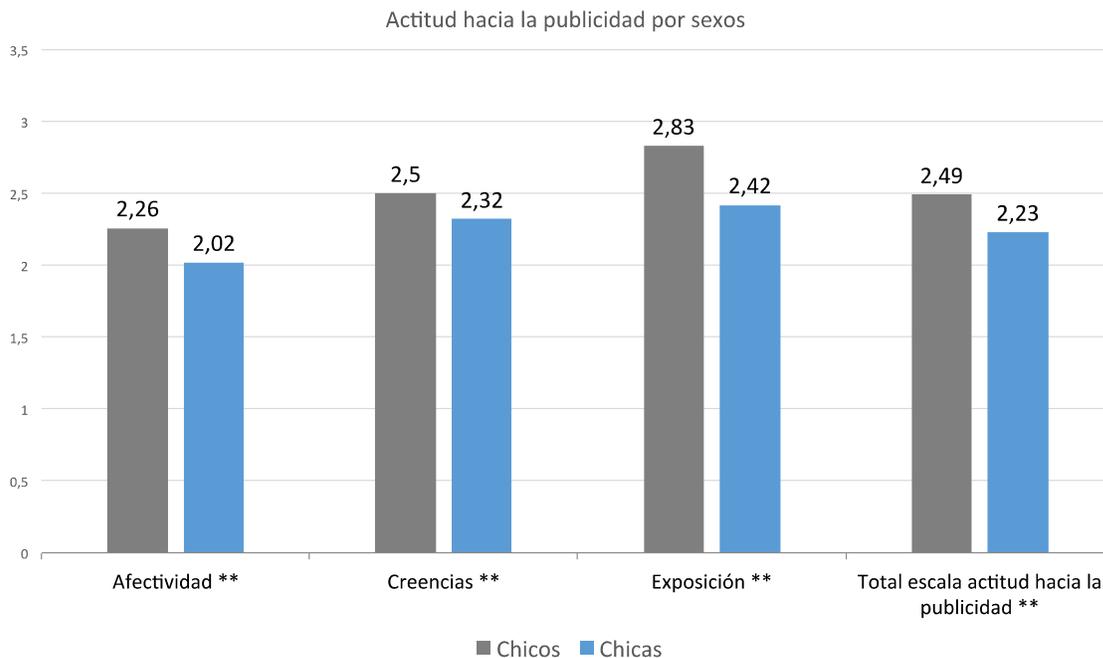
4.5.2. La actitud hacia la publicidad de juego

Por otra parte, la **actitud hacia la publicidad**, respecto al juego de apuestas se ha investigado en menor grado. Como en el ámbito general de la publicidad, la investigación sugiere que los anuncios de apuestas provocan a largo plazo una actitud favorable hacia el juego, que puede estimular la intención de apostar (Lee et al., 2008; Lloret, Cabrera et al., 2017), si bien no se ha investigado en profundidad la percepción que los adolescentes pueden tener de esta publicidad.

En este estudio, incluimos una medida de actitud hacia la publicidad de juego de apuestas, definiendo ésta como una tendencia psicológica que incluiría creencias acerca de la publicidad de juego de apuestas, así como una evaluación afectiva hacia la misma, además del grado de exposición y recuerdo a la publicidad de juego. Evaluamos esta variable mediante una escala de 13 ítems, con escala de respuesta “Muy en desacuerdo” (1) a “Muy de acuerdo” (5).

La puntuación media de la muestra analizada para la escala total de **actitud hacia la publicidad** fue $M=2.35$ ($DT=.51$). Esta puntuación indica en principio una actitud ni favorable ni desfavorable. Por **sexos**, los chicos ($M=2.48$, $DT=.52$) presentan, de forma significativa estadísticamente, una actitud algo más favorable que las chicas ($M=2.23$, $DT=.47$). Esta diferencia es todavía más visible en la subescala que evalúa la exposición a la publicidad de apuestas (Figura 47). Por **edades**, y sobre el total de la muestra, no se encontraron diferencias significativas. Tampoco se encuentran diferencias por comarcas.

Figura 47. Actitud hacia la publicidad por sexos



Al comparar las frecuencias de juego, los jóvenes con mayor frecuencia de juego muestran una actitud más favorable hacia la publicidad de juego de apuestas (Ej. me gusta ver u oír este tipo de anuncios, me parecen divertidos e interesantes). También muestran significativamente mayor grado de creencia favorable sobre ellos (Ej. los anuncios de apuestas dicen la verdad) y refieren mayor exposición a anuncios en cualquier soporte (Figura 48). Este resultado se confirma cuando se analiza la severidad de juego (Figura 49).

Figura 48. Actitud hacia la publicidad (por frecuencia de juego).

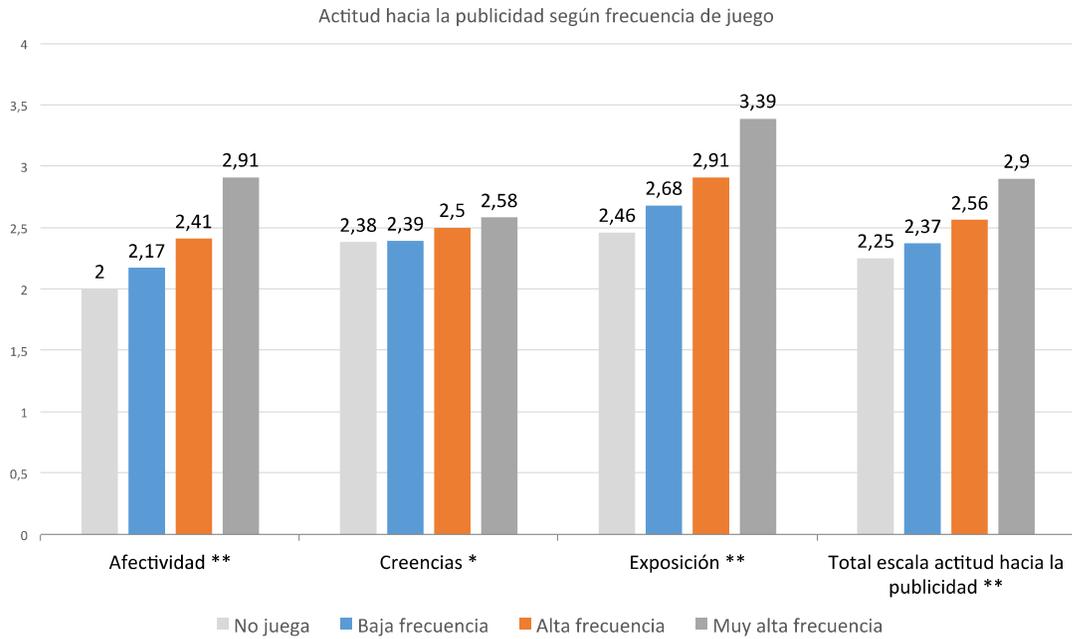
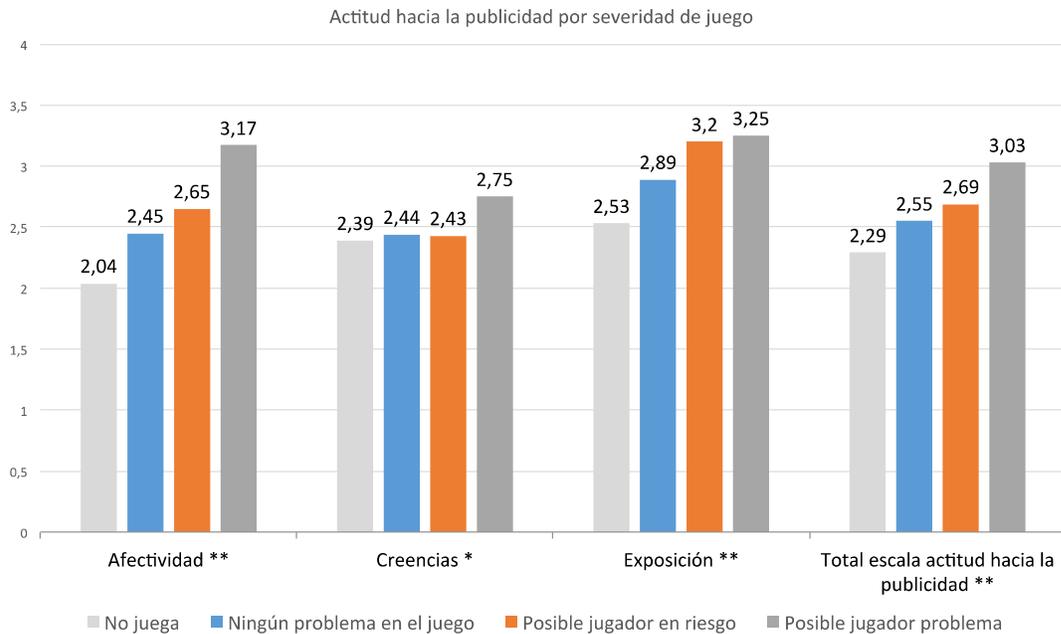


Figura 49. Actitud hacia la publicidad (por severidad de juego).



4.5.3. Accesibilidad al juego de apuestas

La hipótesis de que la **accesibilidad** aumenta la prevalencia de juego ha sido confirmada por los resultados del meta-análisis realizado por Shaffer, Hall y Vander Bilt (1999). Los autores concluyeron que el incremento de oportunidades se asocia a un aumento en la prevalencia de juego. En este sentido, la mayor oferta de apuestas online a través de dispositivos móviles u ordenadores se ha relacionado con un aumento de la frecuencia de juego y predisposición al juego problemático (Clarke, 2006; Drakeford y Hudson, 2015; Engel, Bechtold, Kim y Mulvaney, 2013; Gainsbury et al., 2015; Lund, 2009; Orford, 2005; Rush, Veldhuizen y Adlaf, 2007; Storer, Abbott y Stubbs, 2009; Welte, Wierczorek, Barnes y Tidwell, 2006), aumentando especialmente los problemas de juego entre la población adolescente (King, et al., 2010; McBride y Derevensky, 2009), ya que en internet, la disponibilidad total de juego de apuestas aumenta la accesibilidad al mismo tiempo que disminuye la posibilidad de control y monitorización por parte de adultos (Khazaal et al., 2016). En cuanto al juego presencial, otros estudios también concluyen que existe una asociación entre la proximidad de casinos y salones de juego y la prevalencia de juego problemático (Shaffer, LaBrie y LaPlante, 2004). LaBrie et al. (2007) realizaron un estudio en el que se consideró la auto-exclusión, o inscripción en el registro general de interdicción de acceso al juego, como indicador de juego problemático. Encontraron que, en las regiones con mayor cantidad de casinos, el número de autoexclusiones aumentaba. Recientemente, nuestro grupo de investigación ha comprobado como la accesibilidad es un factor de riesgo de primera magnitud, que explica en gran parte el incremento constante en el número de menores que apuestan (Caselles, Cabrera y Lloret, 2018).

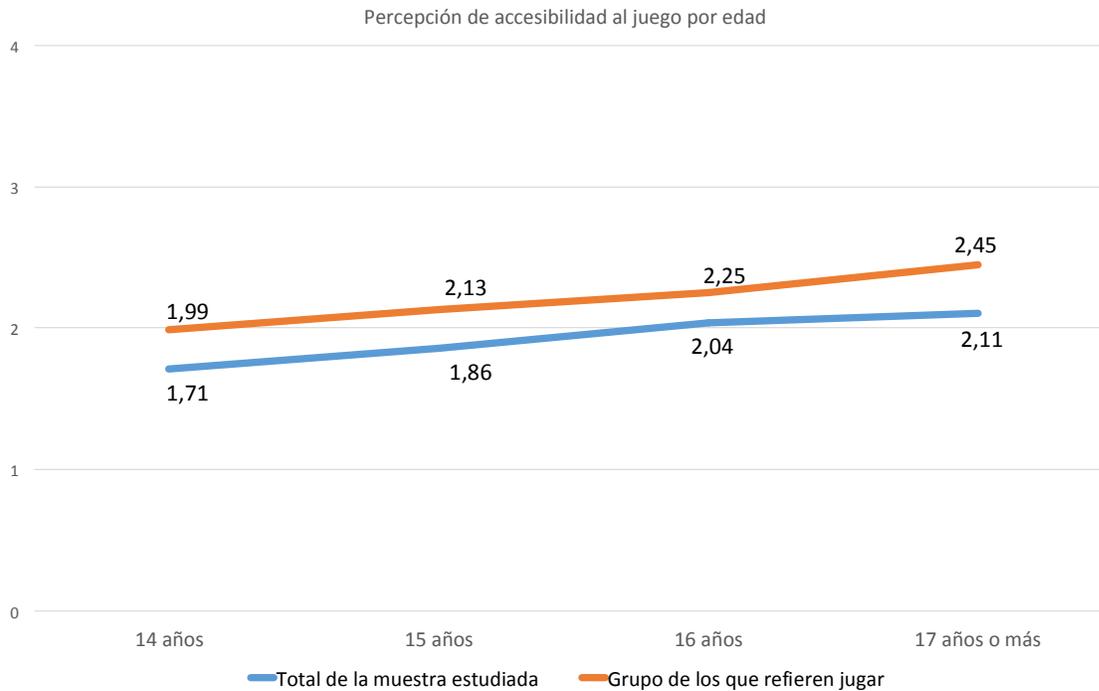
Para evaluar la **accesibilidad** hacia el juego de apuestas se utilizó la subescala del Cuestionario EDGAR compuesta por siete ítems. Las respuestas se escalan en 5 niveles desde “Muy en desacuerdo” (0) a “Muy de acuerdo” (4).

La muestra total evaluada presenta un nivel medio de percepción de accesibilidad al juego ($M=1.95$, $DT=.81$). En el grupo de menores que apuesta ($M=2.23$, $DT=.81$), esta accesibilidad se percibe en mayor grado que en los que refieren no haber jugado ($M=1.89$, $DT=.79$).

Por **sexos**, los chicos perciben, de forma significativa, una mayor oportunidad de apostar. Esta percepción también aumenta significativamente con la **edad** (tanto en el grupo de jugadores como en la muestra total) (Figura 50).

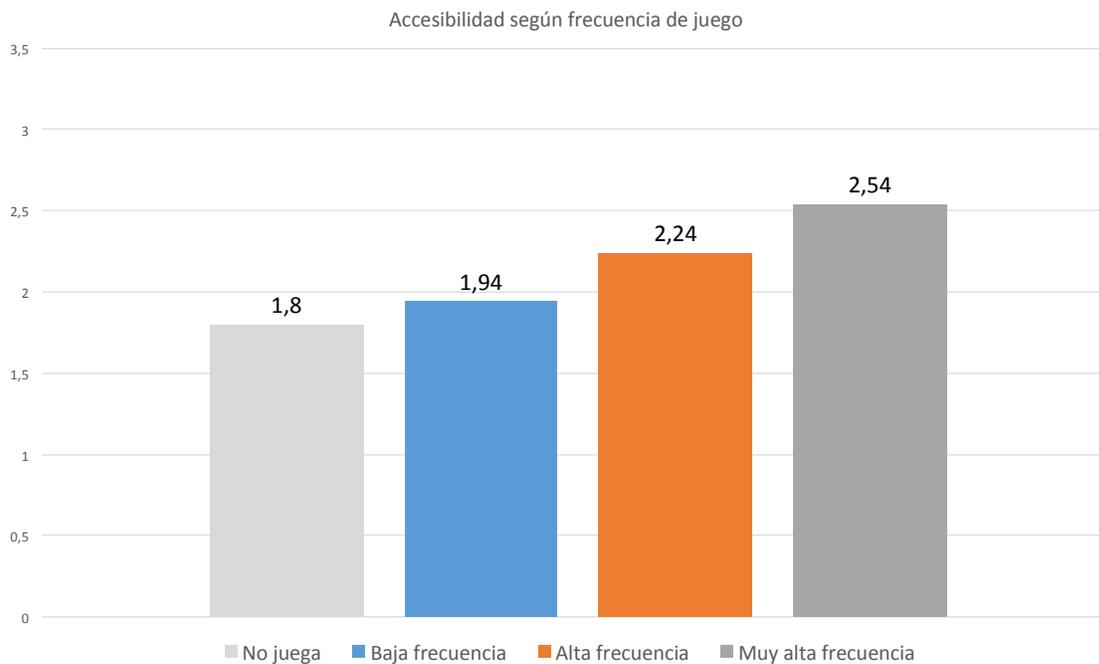
En cuanto a las **comarcas**, las diferencias de accesibilidad no son reseñables, mostrando niveles similares todas ellas. Cabe comentar aquí que las puntuaciones por comarcas halladas en la variable **presión mediática** difieren de las de **accesibilidad** en que en la primera el peso de la publicidad exterior es mayor, principalmente locales de apuestas. Mientras que la accesibilidad se relaciona más con la facilidad de acceso a las apuestas online.

Figura 50. Percepción de accesibilidad al juego de apuestas por edad.



Respecto al grupo de **menores que juegan**, nuestros resultados apoyan que una mayor percepción de la accesibilidad para poder apostar se relaciona significativamente con una mayor frecuencia de juego (Figura 51).

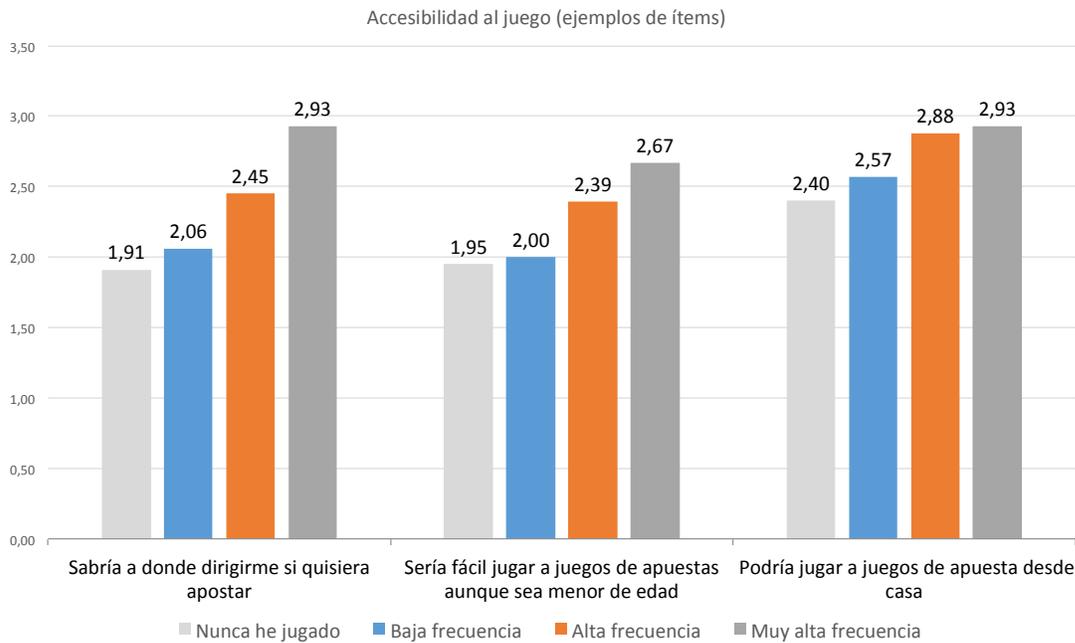
Figura 51. Percepción de accesibilidad al juego de apuestas (por frecuencia de juego).



Juego de apuestas y predictores psicosociales en adolescentes de la provincia de Huelva

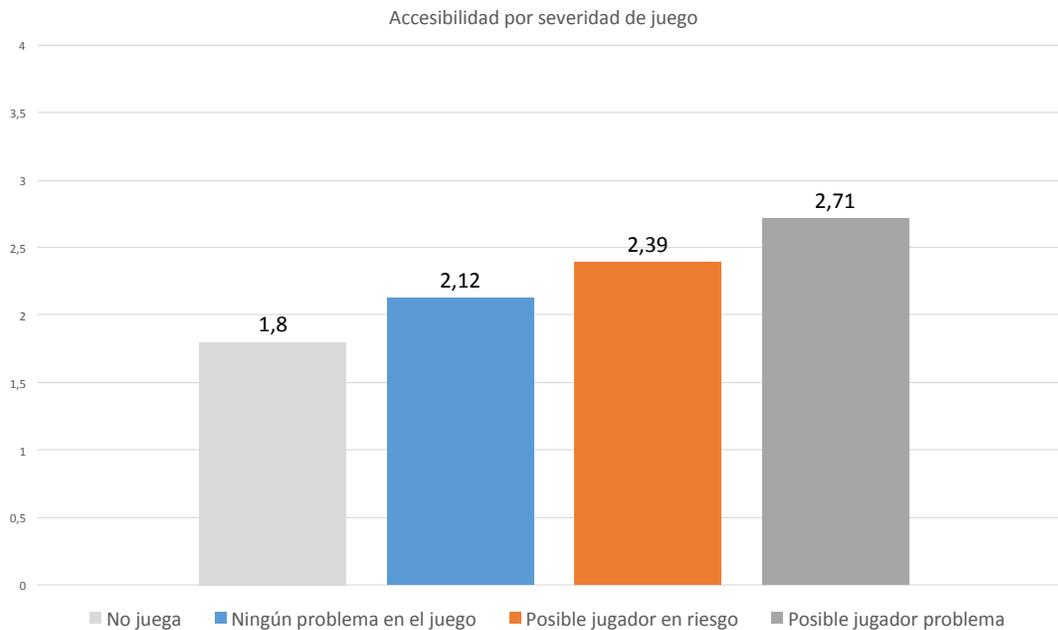
En el siguiente gráfico (Figura 52) se muestran las puntuaciones por ítems y se observa la relación directa entre accesibilidad y frecuencia de juego.

Figura 52. Percepción de accesibilidad al juego de apuestas (ejemplos de ítems).



Al igual que con las frecuencias de juego, cuando estudiamos la percepción de accesibilidad en función de la clasificación de la escala SOGS en sus tres categorías (juego sin problema, juego de riesgo y juego problemático), se observa como mayor severidad se relaciona con mayores oportunidades de juego-accesible (Figura 53).

Figura 53. Percepción de accesibilidad al juego de apuestas (por severidad de juego).



4.5.4. Percepción normativa

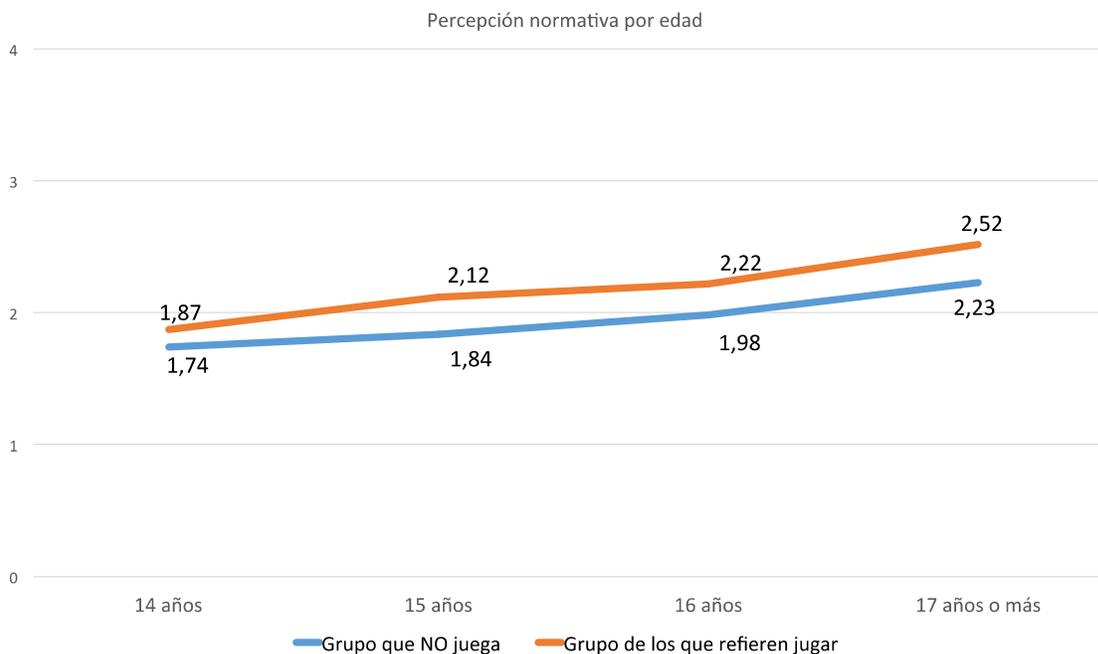
La **Percepción Normativa** se define como la creencia acerca de cuán frecuente es el juego de apuestas entre los jóvenes de la misma edad. La percepción de que una actitud o conducta es compartida por la mayoría de los miembros del grupo de referencia constituye un buen predictor, no solo del juego de apuestas, sino también de otras conductas de riesgo (Donati, Chiesi y Primi, 2013; Johnson, 2012; Lewis et al., 2011; Page et al., 2008). Los menores perciben el juego como una actividad normalizada, debido en parte a su legalización en adultos, (Blinn-Pike, Worthy y Jonkman, 2010; Derevensky y Gainsbury, 2016). Esta normalización se ha relacionado con una menor percepción de riesgo en adolescentes y una mayor frecuencia de apuestas (Gupta y Derevensky, 1997; Shead, Derevensky y Gupta, 2010).

Para evaluar la **percepción normativa** hacia el juego de apuestas se utilizó la subescala del Cuestionario EDGAR compuesta por cuatro ítems. Las respuestas se escalan en 5 niveles desde “Muy en desacuerdo” (0) a “Muy de acuerdo” (4).

La muestra total evaluada presenta un nivel medio de percepción normativa (M=1.96, DT=.74). En el grupo de menores que apuesta (M=2.22, DT=.78), esta accesibilidad se percibe en mayor grado que en los que refieren no haber jugado (M=1.89, DT=.71)

No se encuentran diferencias entre **sexos**. Sin embargo, coherentemente con la incidencia de juego, la percepción normativa aumenta significativamente con la **edad** (tanto en el grupo de jugadores como en la muestra total) (Figura 54).

Figura 54. Percepción normativa por edad.



Juego de apuestas y predictores psicosociales en adolescentes de la provincia de Huelva

Por **comarcas** (Figura 55), existen diferencias significativas. Así, Costa Occidental muestra una mayor percepción normativa (tanto en el grupo general, como en el subgrupo de menores que refieren apostar). Otras comarcas como El Andévalo, Condado de Niebla y Comarca Metropolitana describen diferencias similares entre el grupo total y el subgrupo que juega. En Cuenca Minera y Sierra de Aracena, estas diferencias son menores.

Figura 55. Percepción normativa (comparativa por comarcas).

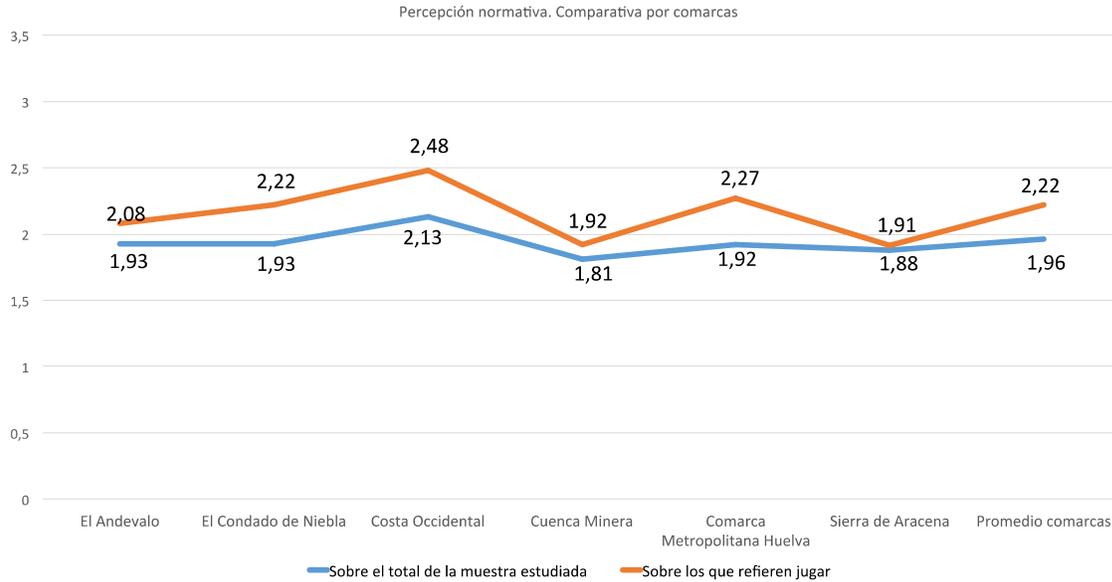
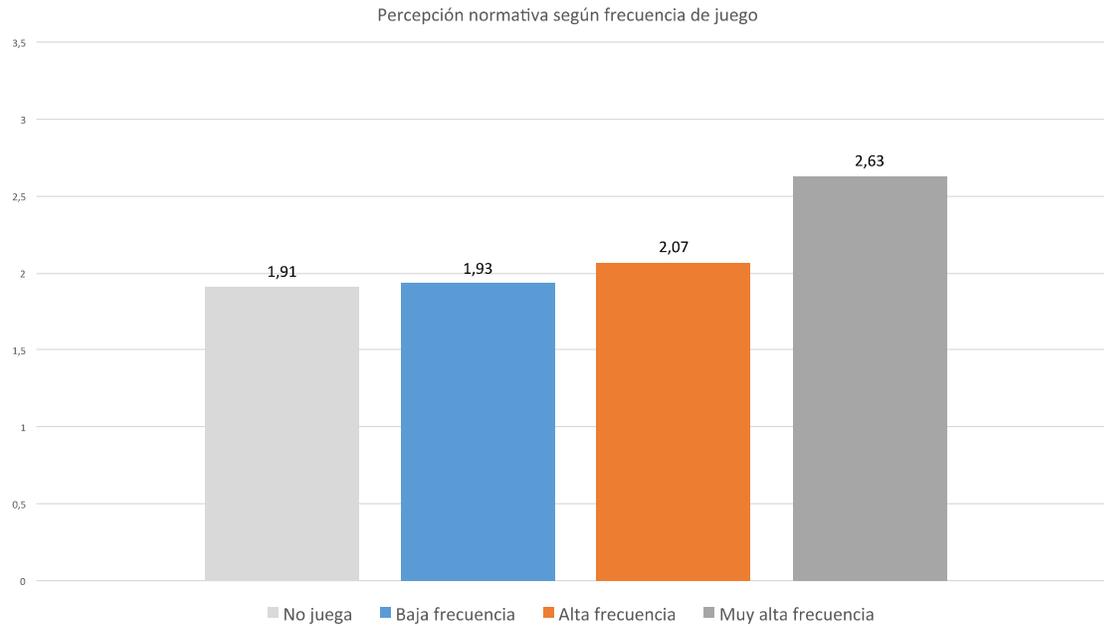
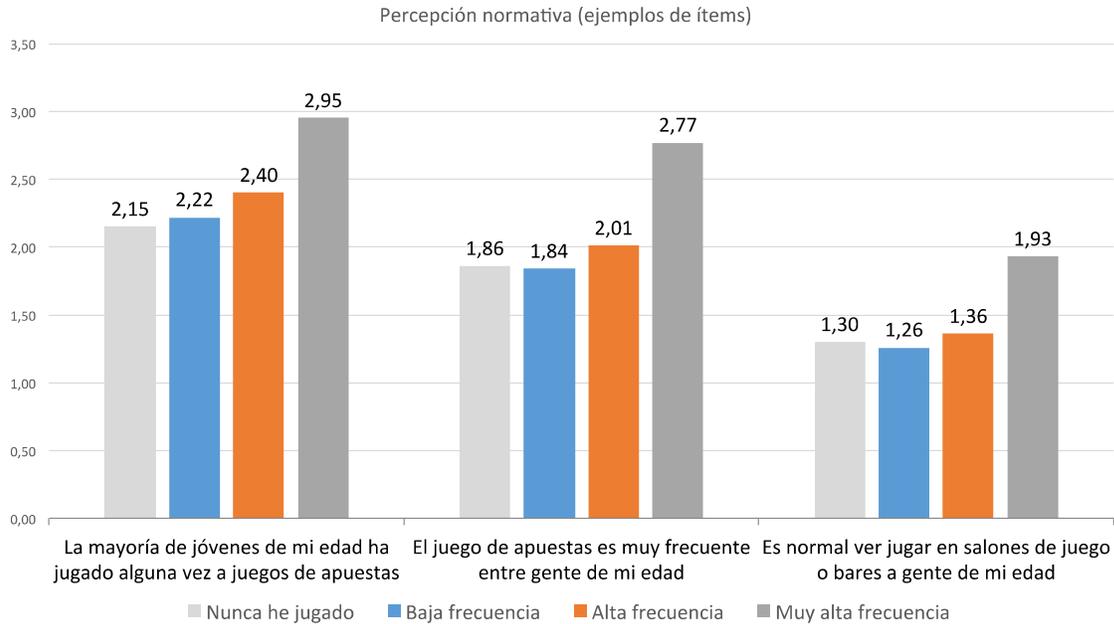


Figura 56. Percepción normativa (por frecuencia de juego).



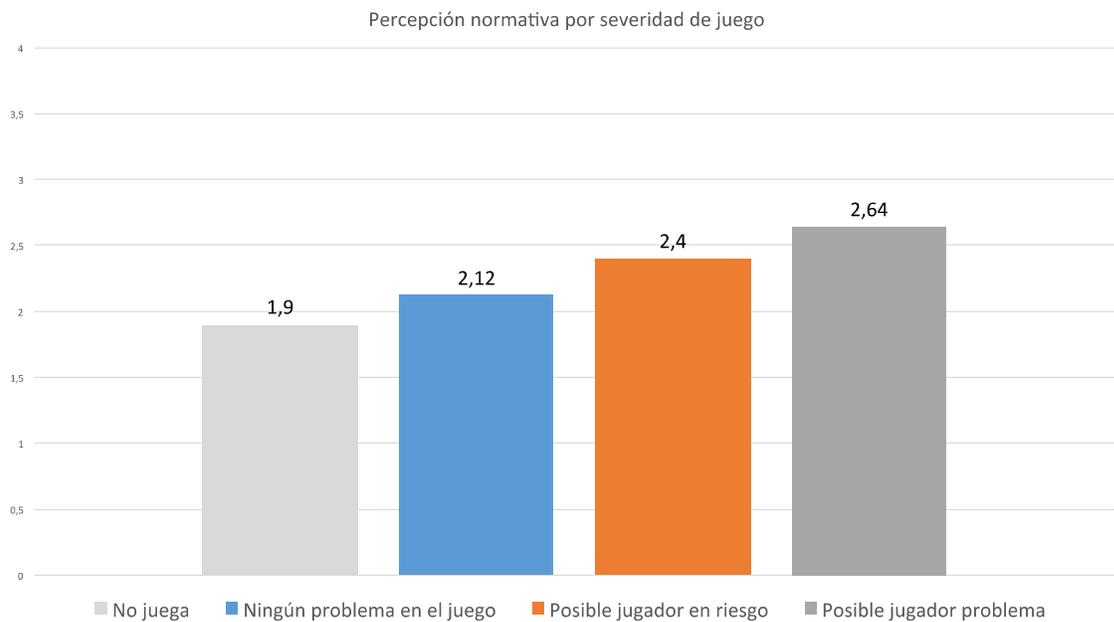
Respecto al grupo de **menores que juegan**, los resultados sostienen que una mayor frecuencia de juego se relaciona con mayor percepción de que lo habitual ente jóvenes es apostar. Esta percepción se acrecienta respecto al resto de grupos en el conjunto que apuesta con muy alta frecuencia (Figura 56). El siguiente gráfico (Figura 57) presenta este mismo patrón para distintos ítems que conforman la escala de percepción normativa.

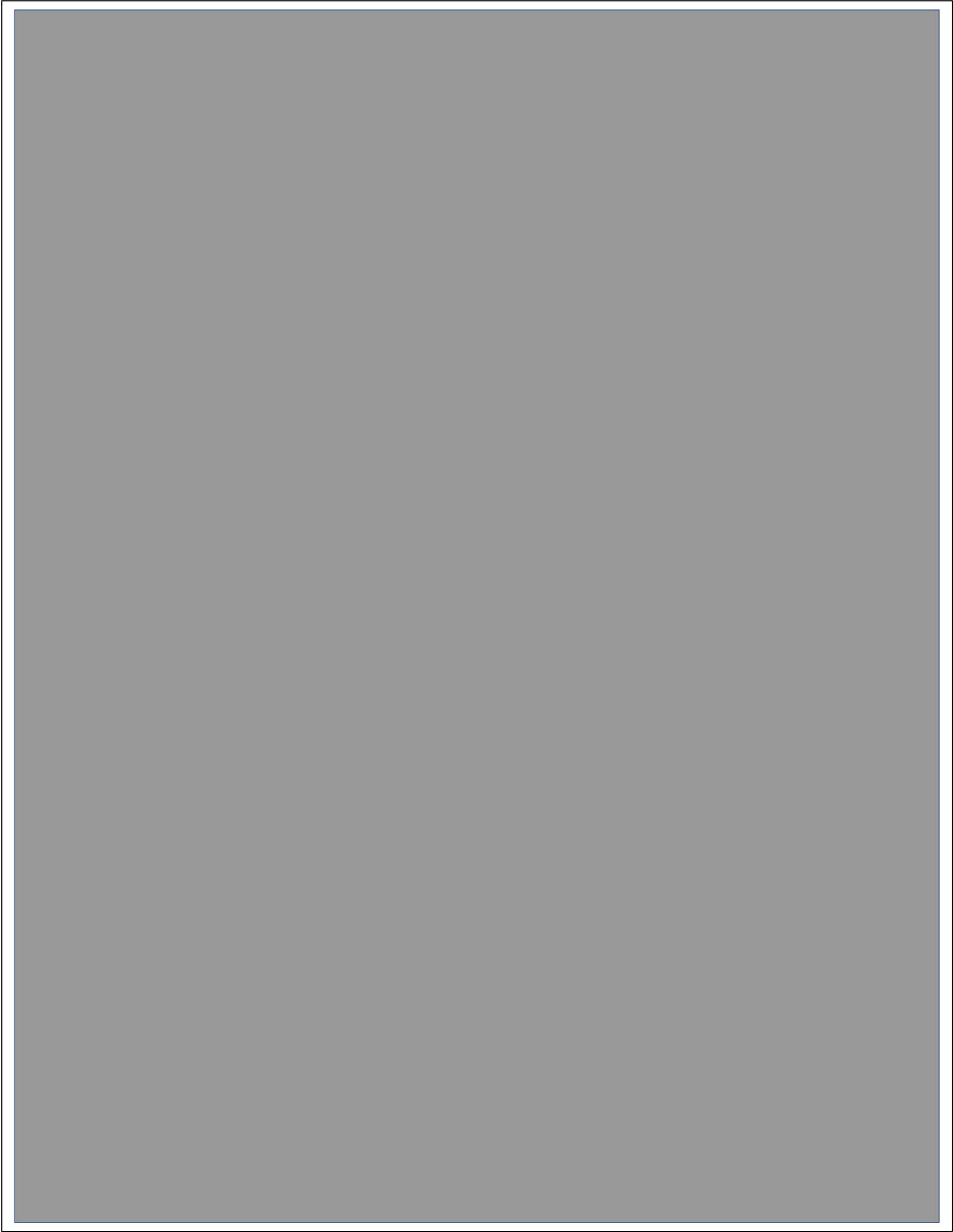
Figura 57. Percepción normativa (ejemplos de ítems).



Respecto a la severidad de juego, se abunda en estos resultados. También se presenta una mayor percepción normativa de forma significativa estadísticamente (Figura 58).

Figura 58. Percepción normativa (por severidad de juego).





5.CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

5.1. Conclusiones

Sobre la frecuencia e intensidad de juego de apuestas

- Cuatro de cada diez adolescentes de la provincia de Huelva (**39.1%**) han jugado alguna vez en su vida a juegos de apuestas. Por sexos, 52.8% chicos frente al 31.1% de chicas.
- El **15.1%** de los jóvenes ha apostado en los últimos 30 días. Siete de cada diez son chicos.
- Por **sexos**, los chicos superan a las chicas. Se observa que, en alta frecuencia de juego, el porcentaje de chicos triplica al de chicas. Al aumentar la **edad**, existe un incremento de frecuencia de juego.
- La **intención** de apostar en el futuro aumenta significativamente con una mayor frecuencia de juego y apuestas más recientes.
- Juego en riesgo. El porcentaje de jóvenes que presentan juego en riesgo es similar en todas las comarcas. Entre el 3% y el 3.8% de los jóvenes tienen una conducta de juego que les está produciendo algunos problemas o puede causárselos en el futuro. El 78.8% son chicos.
- El 1.8% de los jóvenes evaluados informa tener importantes problemas con el juego y que éste puede estar repercutiendo negativamente en su funcionamiento cotidiano, en sus estudios o en sus relaciones con amigos, padres, etc.). El 95.2% son chicos.
- Juego problemático. Por comarcas, El Andévalo destaca por la presencia de un porcentaje notablemente mayor de juego en riesgo y problemático.
- Las proporciones de juego en riesgo y juego problemático son coherentes con las halladas en otros estudios en población española de edades similares.

Sobre las características individuales y psicosociales de los adolescentes

- La impulsividad, en contra de lo esperado, no se relacionó con frecuencia o severidad de juego, ni discriminó a jugadores de no jugadores.
- Búsqueda de sensaciones, este rasgo de personalidad sí aparece relacionado con una mayor frecuencia y severidad de juego. Aquellos menores que refieren mayor frecuencia de juego y aquellos que se clasifican dentro de las categorías posible jugador en riesgo o posible jugador problema, declaran buscar experiencias y emociones en mayor grado.
- En cuanto a las motivaciones para jugar, la intensidad de éstas es significativamente mayor en aquellos que refieren mayor frecuencia de juego, destacando las financieras (ganar dinero, recuperar pérdidas) y de obtención de placer (sentirse bien, porque es excitante o divertido). Respecto a la severidad de juego, sobresalen las motivaciones financieras, pero descienden las de obtención de placer.
- Percepción de riesgo. Los adolescentes con mayor frecuencia y severidad de juego no son tan conscientes de las consecuencias peligrosas del juego de apuestas.
- Autoeficacia para no apostar. Creer que se mantiene un control sobre la conducta de juego de apuestas es una percepción muy difundida entre los adolescentes. Sin embargo, esta autoeficacia para no apostar en situaciones proclives desciende conforme aumenta la frecuencia y severidad de juego. Especialmente cuando la

frecuencia es muy alta y la severidad ya manifiesta otros problemas en el adolescente.

- Ilusión de control. Los jóvenes con mayor frecuencia y severidad de juego presentan significativamente una mayor ilusión de control sobre la probabilidad de ganancia y un nivel mejorable en cuanto a conocimiento de leyes de probabilidad, si bien este grado de desconocimiento de probabilidad afecta al total de la muestra.

Sobre el adolescente y su entorno familiar

- Actitud parental. Los adolescentes que perciben que sus madres y padres tienen una actitud más favorable y permisiva hacia las apuestas presentan una mayor frecuencia de juego de apuestas.
- La conducta de juego de madres y padres. Similar relación se encuentra con la conducta percibida de juego de padres/madres. Así, mayor grado de juego de padres/madres se observa en los grupos con mayor frecuencia de juego y mayor severidad.

Sobre el adolescente y su entorno social (Amigos e iguales)

- Presión de grupo, se observa que a mayor proporción de amigos/as que apuestan, la frecuencia de juego aumenta. Sobre todo, cuando la proporción alcanza a la mayoría de amigos.
- El efecto de la presión de grupo es consistente en cualquier modalidad de juego.
- La percepción que el adolescente tiene de su entorno social más inmediato, es decir lo que hacen o dicen los amigos, respecto al juego (presión de grupo), se relaciona con el nivel de juego.

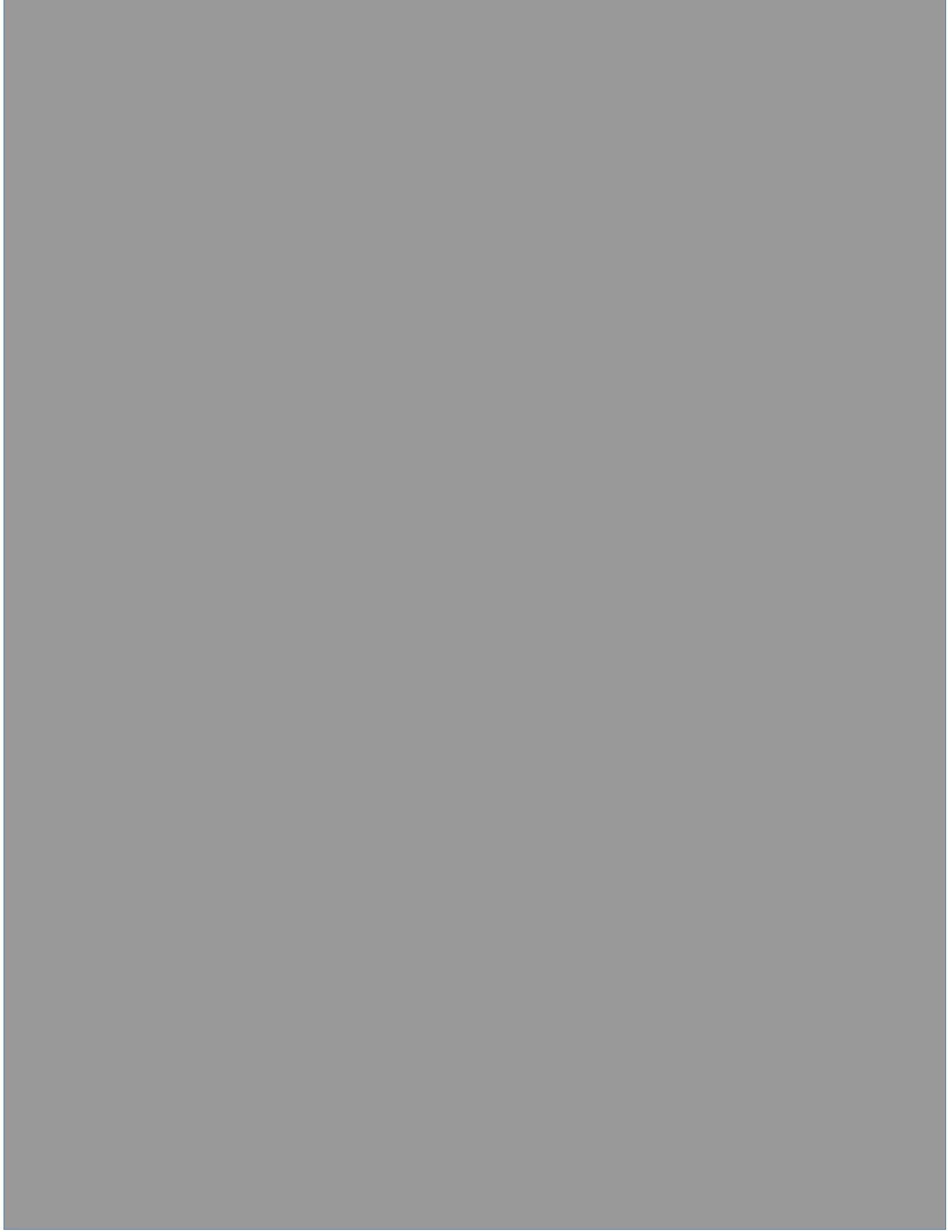
Sobre el adolescente y su entorno social extenso

- Presión mediática. Aquellos menores que refieren mayor exposición a la publicidad de apuestas juegan significativamente más.
- Actitud hacia la publicidad, los menores que refieren jugar con más frecuencia aceptan más los mensajes publicitarios de los operadores de juego. Este resultado se confirma también en los grupos con mayor severidad de juego, clasificados como jugadores en riesgo o jugadores problema.
- Percepción Normativa. Con el aumento de frecuencia de juego, los menores perciben el juego en mayor medida como una conducta normalizada y refieren mayor accesibilidad para poder apostar. Nuestros resultados apoyan que una mayor percepción de oportunidades para apostar y una sensación de que es lo habitual en menores de su edad, se relaciona con una mayor frecuencia de juego y con mayor severidad.

5.2. Recomendaciones.

En respuesta al cuarto objetivo del presente estudio, a continuación, se sugieren indicaciones, derivadas de los resultados.

- En cuanto a la ampliación de resultados, desarrollar una segunda medida en el seguimiento de la cohorte permitiría confirmar los resultados de la primera medición y comprobar la evolución de juego en los menores.
- Respecto al establecimiento de posibles perfiles de mayor riesgo, en medidas repetidas, realizar análisis por sexo y otras variables relevantes, contribuiría a identificar estos perfiles y posibles diferencias a considerar en intervenciones preventivas.
- Teniendo en cuenta que el 39% de los adolescentes onubenses ha apostado alguna vez y que los estudios longitudinales en adolescentes-jóvenes han hallado tasas de continuidad superiores al 70%, se recomienda implementar medidas preventivas en desde diferentes ámbitos.
- Prevención escolar. Se aconseja la puesta en marcha de una intervención escolar de carácter universal en enseñanza secundaria, cuyo objetivo sea retrasar la edad de inicio de juego de apuestas y evitar un aumento en la frecuencia e intensidad en aquellos menores que ya se han iniciado en las apuestas. Teniendo en cuenta las prevalencias de juego, y dado que la edad de inicio de juego de apuestas se sitúa en los 14 años, se recomienda realizar intervenciones preventivas desde esta edad.
- Sobre los resultados hallados por este estudio, aspectos valorables en el programa preventivo escolar serían a) el aumento de la percepción de riesgo sobre las consecuencias negativas del juego de apuestas, b) entrenamiento y refuerzo de la capacidad del menor para resistir la presión de grupo, identificación, c) reducción de sesgos cognitivos relacionados con la ilusión de control de los resultados del juego y con la probabilidad de ganancia y d) fomento de una postura crítica ante las tácticas manipulativas de los mensajes publicitarios.
- Prevención selectiva. Implementar protocolos de detección precoz e intervención para grupos de riesgo. El 3.8% y el 1.8% ha sido identificado como jugador en riesgo y jugador problemático respectivamente.
- Prevención familiar. Asimismo, los resultados evidencian la importancia de las actitudes familiares hacia el juego y de los modelos parentales. Por lo que se recomienda, que la prevención llegue a los padres y madres. Estas intervenciones debieran enfocarse a modificar actitudes positivas hacia el juego de apuestas, mediante la sensibilización hacia las prevalencias de juego y prevalencia y las consecuencias del juego en menores, así como entrenar las habilidades de comunicación para transmitir la posición familiar ante el juego. Además, sería interesante identificar normas y límites que reduzcan la accesibilidad del menor al juego y entrenar su aplicación.



Comienza indicando tu CLAVE ANÓNIMA, que se compone de 4 LETRAS Y 2 NÚMEROS.

A continuación encontrarás una serie de preguntas, léelas con atención y contéstalas con sinceridad.

El cuestionario es TOTALMENTE ANÓNIMO. No escribas tu nombre, tan solo indicarás una clave.
 Es imprescindible que respondas a cada pregunta con TOTAL SINCERIDAD.

Primera letra del nombre de MI PADRE _____ Primera letra del nombre de MI MADRE _____ ,

Las 2 primeras letras de MI NOMBRE: _____ El día de MI CUMPLEAÑOS _____ .

1.- Sexo: Hombre. Mujer.

2.- Edad: _____ (Años cumplidos)

3.- ¿En qué curso estás actualmente?:

4º ESO 1º BAT 2º BAT

4.- ¿Cuál fue tu nota media en el curso anterior?:

Sobresaliente Notable Bien
 Aprobado Suspendido

5.- ¿Cuál es el estado civil de tus padres?

Casados Solteros Separado/Divorciado
 Viudo/a No lo sé

6.- ¿De cuánto dinero dispones semanalmente (De media)? _____ euros

7.- ¿Cuánto dinero gastas TÚ a la semana de media?

_____ euros

8 ¿CON QUÉ FRECUENCIA HAS JUGADO? MARCA CON UNA CRUZ EL NÚMERO DE VECES	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Más de 10 veces (escribe cuantas)
Apuestas deportivas on line												
a) durante tu vida?	<input type="checkbox"/>											
b) durante los últimos 12 meses?	<input type="checkbox"/>											
c) durante los últimos 30 días?	<input type="checkbox"/>											
Apuestas deportivas en salones y/o bares												
a) durante tu vida?	<input type="checkbox"/>											
b) durante los últimos 12 meses?	<input type="checkbox"/>											

Juego de apuestas y predictores psicosociales en adolescentes de la provincia de Huelva

c) durante los últimos 30 días?	<input type="checkbox"/>										
Máquinas tragaperras en salones y/o bares											
a) durante tu vida?	<input type="checkbox"/>										
b) durante los últimos 12 meses?	<input type="checkbox"/>										
c) durante los últimos 30 días?	<input type="checkbox"/>										
Póker on-line											
a) durante tu vida?	<input type="checkbox"/>										
b) durante los últimos 12 meses?	<input type="checkbox"/>										
c) durante los últimos 30 días?	<input type="checkbox"/>										
Póker con amigos en persona											
a) durante tu vida?	<input type="checkbox"/>										
b) durante los últimos 12 meses?	<input type="checkbox"/>										
c) durante los últimos 30 días?	<input type="checkbox"/>										
Juegos de casino on-line											
a) durante tu vida?	<input type="checkbox"/>										
b) durante los últimos 12 meses?	<input type="checkbox"/>										
c) durante los últimos 30 días?	<input type="checkbox"/>										
Ruletas en salones											
a) durante tu vida?	<input type="checkbox"/>										
b) durante los últimos 12 meses?	<input type="checkbox"/>										
c) durante los últimos 30 días?	<input type="checkbox"/>										
Otras apuestas con tus compañeros. ¿Cuál? _____											
b) durante los últimos 12 meses?	<input type="checkbox"/>										
c) durante los últimos 30 días?	<input type="checkbox"/>										

En los últimos 30 días,

¿Cuántas veces has apostado TÚ SÓLO
a cualquier juego de apuestas?

9	Totalmente NO						Totalmente SI					
1. ¿Tienes intención de jugar a juegos de apuestas?	<input type="checkbox"/>											

Juego de apuestas y predictores psicosociales en adolescentes de la provincia de Huelva

2. ¿Tienes planeado apostar on-line próximamente?	<input type="checkbox"/>						
3. Si tuvieras la oportunidad ¿Querrías entrar en un salón de juego?	<input type="checkbox"/>						

10 ¿Cuántos euros calculas que has gastado en los últimos 30 días en	0	1-3	4-6	7-15	16-30	31-70	+70
1. Apuestas deportivas on-line	<input type="checkbox"/>						
2. Apuestas deportivas en salones y/o bares	<input type="checkbox"/>						
3. Máquinas tragaperras en salones y/o bares	<input type="checkbox"/>						
4. Póker on-line	<input type="checkbox"/>						
5. Póker con amigos en persona	<input type="checkbox"/>						
6. Juegos de casino on-line	<input type="checkbox"/>						
7. Ruletas en salones	<input type="checkbox"/>						
8. Otras apuestas con tus compañeros	<input type="checkbox"/>						
9. En general ¿Cuál es la mayor cantidad de dinero que has apostado en los últimos 12 meses?	<input type="checkbox"/>						

11. ¿CUÁNTOS AMIGOS TUYOS CALCULAS QUE JUEGAN A...	Ninguno	Unos pocos	Algunos	La mayoría	Todos
1. Apuestas deportivas on-line	<input type="checkbox"/>				
2. Apuestas deportivas en salones y/o bares	<input type="checkbox"/>				
3. Máquinas tragaperras en salones y/o bares	<input type="checkbox"/>				
4. Póker on-line	<input type="checkbox"/>				
5. Póker con amigos en persona	<input type="checkbox"/>				
6. Juegos de casino on-line	<input type="checkbox"/>				
7. Ruletas en salones	<input type="checkbox"/>				
8. Otras apuestas con tus compañeros	<input type="checkbox"/>				

12. ¿Cuántas veces has visto u oído anuncios de apuestas deportivas en el último año?	Nunca	Pocas veces	A	Muy a menudo
			menudo	

Juego de apuestas y predictores psicosociales en adolescentes de la provincia de Huelva

En televisión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No veo la tele
En Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No uso Internet
Por la radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No oigo la radio
En revistas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No leo revistas
Por la calle en carteles y salones de juego	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
13 ¿Cuántas veces has visto anuncios de <i>casinos y póker on-line</i>						
En televisión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No veo la tele
En Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No uso Internet
Por la radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No oigo la radio
En revistas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No leo revistas
Por la calle en carteles y salones de juego	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
14 ¿Has visto algún famoso/a anunciando juegos de apuestas?						
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
15 ¿Has visto casinos o apuestas en películas?						
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
16 En relación a la publicidad sobre juego de apuestas en general, indica tu grado de acuerdo con las siguientes frases						
	<i>Muy en desacuerdo</i>	<i>En Desacuerdo</i>	<i>No sé</i>	<i>De acuerdo</i>	<i>Muy de acuerdo</i>	
1. Los anuncios de apuestas me parecen divertidos o interesantes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2. Me gusta ver u oír este tipo de anuncios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3. Me molestan los anuncios de apuestas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4. Cuando veo estos anuncios me apetece jugar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5. Me parece bien la publicidad de juego de apuestas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6. Estos anuncios convencen a los jóvenes para que apuesten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7. La publicidad sobre juego utiliza técnicas de manipulación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8. En general, creo que estos anuncios son engañosos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
9. Los anuncios de juego de apuestas dicen la verdad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
10. Prefiero ignorar este tipo de anuncios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
11. Recuerdo los anuncios de apuestas que he visto u oído	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
12. Recuerdo las marcas o casas de apuestas que se anuncian	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
13. La frecuencia con que veo u oigo publicidad de apuestas es excesiva	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

SI NUNCA HAS JUGADO A JUEGOS DE APUESTAS,

MARCA ESTA CASILLA

17. CUANDO HAS JUGADO A JUEGOS DE APUESTAS, LO HAS HECHO POR...

	<i>Nunca</i>	<i>Casi nunca</i>	<i>A veces</i>	<i>Casi siempre</i>	<i>Siempre</i>
1. Porque es lo que la mayoría de mis amigos hacen cuando se reúnen	<input type="checkbox"/>				
2. Para socializar	<input type="checkbox"/>				
3. Porque es algo que hago en ocasiones especiales	<input type="checkbox"/>				
4. Porque hace que una reunión social sea más entretenida	<input type="checkbox"/>				
5. Porque me gusta cómo me hace sentir	<input type="checkbox"/>				
6. Porque es excitante	<input type="checkbox"/>				
7. Porque es divertido	<input type="checkbox"/>				
8. Porque me hace sentir bien	<input type="checkbox"/>				
9. Porque me siento con más confianza o más seguro de mí mismo	<input type="checkbox"/>				
10. Porque me ayuda cuando me siento nervioso o deprimido	<input type="checkbox"/>				
11. Para olvidar mis preocupaciones	<input type="checkbox"/>				
12. Para sentirme mejor cuando estoy de mal humor	<input type="checkbox"/>				
13. Para ganar dinero	<input type="checkbox"/>				
14. Porque disfruto pensando qué cosas podría hacer con lo que gane	<input type="checkbox"/>				
15. Porque si gano podría cambiar mi estilo de vida	<input type="checkbox"/>				
16. Para generar dinero	<input type="checkbox"/>				

18.

1. ¿Con qué frecuencia has vuelto a jugar para recuperar el dinero que perdiste apostando?

Cada vez que pierdo La mayoría de las veces Alguna vez Nunca

	<i>SI</i>	<i>NO</i>
2. Cuando has perdido en las apuestas, ¿Les has dicho a los demás que has ganado?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. ¿Has tenido alguna vez problemas para apostar? (Ej.discusiones con tus padres o familiares, o en la escuela)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. ¿Has jugado alguna vez más de lo habías previsto?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. ¿Alguna vez, te han llamado la atención por apostar o te han dicho que tienes un problema con las apuestas, aunque no sea cierto?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. ¿Alguna vez te has sentido mal por la cantidad de dinero apostada, o por lo que podría ocurrir cuando apuestas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. ¿Alguna vez has querido dejar de apostar, pero no has podido?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. ¿Alguna vez has ocultado a tu familia o amigos los tickets o boletos de apuestas, el dinero ganado u otros signos de haber apostado?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. ¿Has tenido discusiones con tu familia o amigos sobre el juego de apuestas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. ¿Has pedido dinero prestado para apostar o para pagar deudas relacionadas con el juego?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. ¿Te has fugado alguna vez las clases para jugar con apuestas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. ¿Has pedido dinero para apostar o para pagar deudas de juego, y luego no lo has devuelto?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. ¿Has robado dinero para apostar o para pagar deudas de juego?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Juego de apuestas y predictores psicosociales en adolescentes de la provincia de Huelva

19. ¿EN QUÉ MEDIDA ESTÁS DE ACUERDO CON ESTAS FRASES?	<i>Muy en desacuerd o</i>	<i>En Desacuerd o</i>	<i>No sé</i>	<i>De acuerdo</i>	<i>Muy de acuerdo</i>
1. Sabría a dónde dirigirme si quisiera apostar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Sería fácil jugar a juegos de apuestas aunque sea menor de edad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Conozco webs dónde podría jugar a juegos de apuestas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Podría jugar a juegos de apuestas desde casa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. La mayoría de la gente está a favor de los juegos de apuestas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Se acepta que los jóvenes de mi edad jueguen a juegos de apuestas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. El juego es más divertido cuando se apuesta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. La legislación actual penaliza el juego de apuestas en menores de 18	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Los menores de edad NO pueden entrar en un salón de apuestas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. La ley debería ser más dura con los menores que apuestan dinero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. El juego de apuestas es perjudicial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Considero que el juego de apuesta es inofensivo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Creo que el juego de apuestas es peligroso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. La mayoría de los jóvenes que apuestan acaban endeudados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Algunos jóvenes acaban perdiendo el control sobre sus apuestas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. La mayoría de los jóvenes de mi edad ha jugado alguna vez a juegos de apuestas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. El juego de apuestas es muy frecuente entre la gente de mi edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. La mayoría de los jóvenes de mi edad NUNCA ha apostado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Es normal ver jugar en salones de juego o bares a gente de mi edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. Mis padres me previenen sobre los riesgos de jugar con apuestas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. Mis padres se enfadarían si se enterasen que juego a juegos de apuestas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. Mis padres aceptan que yo haga apuestas deportivas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. Si mi padre me pillase apostando, se enfadaría bastante	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. Si mi madre me pillase apostando, se enfadaría bastante	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. Mis padres consideran que el juego de apuestas es perjudicial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26. Mis padres prefieren mantenerse alejados del juego de apuestas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

20. RESPECTO A LOS JUEGOS DE APUESTAS, CREO QUE...					
	<i>Nunca</i>	<i>Pocas veces</i>	<i>Algunas veces</i>	<i>A menudo</i>	<i>Siempre</i>
1. Cuando apuesto en APPS, webs o casas de apuestas, hay cosas que YO puedo hacer para incrementar la probabilidad de ganar	<input type="checkbox"/>				
2. En los juegos de apuestas las probabilidades de que un resultado ocurra son las que son, y no se puede hacer nada para cambiarlas	<input type="checkbox"/>				
3. Las APPS, webs o casas de apuestas manipulan las probabilidades del juego a su favor	<input type="checkbox"/>				
4. A la larga, apostar un mayor número de veces siempre favorece a la APP, web o casa de apuestas	<input type="checkbox"/>				
5. Existen unas leyes de probabilidad, que generalmente los apostadores desconocen u olvidan	<input type="checkbox"/>				
6. Algunas cosas extrañísimas que crees que nunca ocurrirán en tu vida son más probables que ganar en algunos juegos de apuestas	<input type="checkbox"/>				
7. Existen maneras o trucos para ganar en el juego de apuestas	<input type="checkbox"/>				
8. Ganar depende más de la buena suerte que de las leyes de probabilidad	<input type="checkbox"/>				
9. En el juego, es más probable que un resultado que lleva tiempo sin suceder ocurra	<input type="checkbox"/>				
10. En el juego, es más probable que un resultado que lleva tiempo ocurriendo, siga sucediendo	<input type="checkbox"/>				

21. ¿EN QUÉ GRADO CREES QUE SERÍAS CAPAZ DE REALIZAR CADA UNA DE LAS SIGUIENTES CONDUCTAS?					
	<i>Nada capaz</i>	<i>Algo capaz</i>	<i>Moderadamente capaz</i>	<i>Bastante capaz</i>	<i>Totalmente capaz</i>
1. Estar con amigos que apuestan sin tú hacerlo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. No acceder a las invitaciones de apuesta on-line.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Rechazar el regalo de unos euros para apostar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Decir "no" si tus amigos te invitaran a apostar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Estar a gusto sin apostar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Evitar situaciones en las que se apuesta.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Divertirme sin necesidad de apostar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

22. POR FAVOR, AHORA PIENSA EN LAS PERSONAS MÁS CERCANAS A TI.

¿EN QUÉ GRADO SE MOSTRARÍAN DE ACUERDO SI JUGARAS A JUEGOS DE APUESTAS?

	<i>Muy en desacuerdo</i>	<i>En desacuerdo</i>	<i>No sé</i>	<i>De acuerdo</i>	<i>Muy de acuerdo</i>
1.a.- Mis padres	<input type="checkbox"/>				
1.b.- Mis amigos íntimos	<input type="checkbox"/>				
1.c.- Mis compañeros	<input type="checkbox"/>				
1.d.- Mis profesores	<input type="checkbox"/>				
1.e.- Mi novia/o o persona que me gusta	<input type="checkbox"/>				

Y ¿CÓMO VALORAS LA OPINIÓN DE ESTAS PERSONAS EN REFERENCIA A LOS JUEGOS DE APUESTAS?

	<i>Nada importante</i>	<i>Poco importante</i>	<i>Más o menos importante</i>	<i>Bastante importante</i>	<i>Muy importante</i>
2.a.- La opinión de mis padres	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.b.- La opinión de mis amigos íntimos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.c.- La opinión de mis compañeros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.d.- La opinión de mis profesores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.e.- Mi novia/o o persona que me gusta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

23. ¿TUS PADRES JUEGAN A ALGUNO DE LOS SIGUIENTES JUEGOS?

	<i>Ninguno</i>	<i>Sólo mi madre</i>	<i>Sólo mi padre</i>	<i>Ambos</i>	<i>No lo sé</i>
Apuestas deportivas on-line	<input type="checkbox"/>				
Apuestas deportivas en salones y/o bares	<input type="checkbox"/>				
Máquinas tragaperras (en bares)	<input type="checkbox"/>				
Póker o juego de casino on-line	<input type="checkbox"/>				
Van al casino	<input type="checkbox"/>				
Bingo	<input type="checkbox"/>				

24. ¿EN QUÉ MEDIDA ESTÁS DE ACUERDO CON ESTAS FRASES?	<i>Muy en desacuerdo</i>	<i>En Desacuerdo</i>	<i>No sé</i>	<i>De acuerdo</i>	<i>Muy de acuerdo</i>
1. Me gustaría explorar lugares desconocidos	<input type="checkbox"/>				
2. Me siento inquieto/a cuando estoy demasiado tiempo en casa	<input type="checkbox"/>				
3. Me gusta hacer cosas peligrosas	<input type="checkbox"/>				
4. Me gustan las fiestas desenfundadas y desinhibidas	<input type="checkbox"/>				
5. Me gustaría hacer un viaje sin planificar antes la ruta ni los horarios	<input type="checkbox"/>				
6. Prefiero los amigos y las amigas que son impredecibles	<input type="checkbox"/>				
7. Me gustaría lanzarme en paracaídas	<input type="checkbox"/>				
8. Me gustaría tener experiencias y sensaciones nuevas y excitantes, aunque sean pocos comunes o incluso ilegales	<input type="checkbox"/>				

25. Por favor, lee cada afirmación cuidadosamente e indica con qué frecuencia te ocurren las siguientes situaciones.	<i>Raramente o Nunca</i>	<i>A veces</i>	<i>A menudo</i>	<i>Siempre o Casi siempre</i>
1. Planifico mis tareas con cuidado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Hago las cosas sin pensarlas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Casi nunca me tomo las cosas a pecho (no me perturbo con facilidad)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Mis pensamientos pueden tener gran velocidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Planifico mis actividades con antelación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Soy una persona con autocontrol	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Me concentro con facilidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Ahorro con regularidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Se me hace difícil estar quieto/a por largos períodos de tiempo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Pienso las cosas cuidadosamente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Planifico mis estudios para asegurarme rendir bien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Digo las cosas sin pensarlas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Me gusta pensar sobre problemas complejos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Cambio de colegio con frecuencia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

15. Actúo impulsivamente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Me aburre pensar en algo por demasiado tiempo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Visito al médico y al dentista con regularidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Hago las cosas en el momento en que se me ocurren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Soy una persona que piensa sin distraerse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. No me gusta que mis padres vivan en el mismo sitio por mucho tiempo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. Compró cosas impulsivamente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. Yo termino lo que empiezo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. Camino y me muevo con rapidez	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. Resuelvo los problemas buscando una solución y viendo si funciona	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. Gasto más dinero de lo que tengo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26. Hablo rápido	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27. Tengo pensamientos extraños (irrelevantes) cuando estoy pensando	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28. Me interesa más el presente que el futuro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29. Me siento inquieto/a en clase	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30. Me interesa más el futuro que el presente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

HAS TERMINADO. MUCHAS GRACIAS POR TU COLABORACIÓN.

8. ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

TABLAS

Tabla 1. Distribución de participantes por centro y comarca.	21
Tabla 2. Descripción de instrumentos y variables.	25
Tabla 3. Procedimiento de categorización de frecuencia de juego.	28
Tabla 4. Prueba anova. Intención de juego por frecuencia categorizada.	35
Tabla 5. Prueba anova. Percepción del riesgo (por frecuencia categorizada)	45

FIGURAS

Figura 1. Flujo de procedimiento del estudio.	20
Figura 2. Distribución porcentual de participantes por comarca	21
Figura 3. Frecuencia de juego. Alguna vez en la vida.	27
Figura 4. Frecuencia de juego. Categorías por frecuencia	30
Figura 5. Frecuencia de juego por sexos.	29
Figura 6. Frecuencia de juego por edad.	30
Figura 7. Frecuencia de juego. Modalidad de juego	31
Figura 8. Frecuencia de juego (alguna vez y últimos 30 días) por comarcas.	31
Figura 9. Frecuencia de juego (categorizada) por comarcas.	32
Figura 10. Severidad de juego. Juego problemático.	33
Figura 11. Severidad de juego. Juego problemático por comarcas.	34
Figura 12. Intención de juego por frecuencia categorizada.	35
Figura 13. Intención de juego por apuesta reciente.	36
Figura 14. Gasto en apuestas en los últimos 30 días.	36
Figura 15. Cuantía máxima de apuesta en los últimos 12 meses.	37
Figura 16. Gasto en juego (por frecuencia de juego).	38
Figura 17. Gasto en juego (por severidad de juego).	39
Figura 18. Impulsividad (por frecuencia de juego)	40
Figura 19. Impulsividad (por severidad de juego)	41
Figura 20. Búsqueda de sensaciones (por frecuencia de juego)	42
Figura 21. Búsqueda de sensaciones (por severidad de juego)	42
Figura 22. Motivaciones de juego (por frecuencia de juego)	43
Figura 23. Motivaciones de juego por severidad (juego de riesgo y juego problemático).	44
Figura 24. Percepción de riesgo (por frecuencia de juego)	46
Figura 25. Percepción de riesgo (por severidad de juego)	46
Figura 26. Desconocimiento de leyes de probabilidad (por edad)	48
Figura 27. Ilusión de control sobre la probabilidad de ganancia (por edad)	48
Figura 28. Puntuaciones totales escala sesgos cognitivos e ilusión de control sobre la probabilidad de ganancia (por edad)	49
Figura 29. Sesgos cognitivos e ilusión de control sobre la probabilidad de ganancia (por frecuencia de juego)	50
Figura 30. Sesgos cognitivos e ilusión de control sobre la probabilidad de ganancia (por severidad de juego)	50
Figura 31. Autoeficacia para no apostar (por frecuencia de juego)	51
Figura 32. Autoeficacia para no apostar (por severidad de juego)	52
Figura 33. Actitud parental hacia el juego de apuestas (por comarcas)	53
Figura 34. Actitud parental hacia el juego de apuestas (por frecuencia de	54

juego)	
Figura 35. Actitud parental hacia el juego de apuestas por severidad (juego de riesgo y juego problemático).	54
Figura 36. Conducta de juego de apuestas de los padres (por comarcas)	55
Figura 37. Conducta de juego de apuestas de los padres (por frecuencia de juego)	56
Figura 38. Conducta de juego de apuestas de los padres (por severidad de juego)	56
Figura 39. Proporción de amigos que juegan (por frecuencia de juego)	58
Figura 40. Episodios de juego en los últimos 30 días según la proporción de amigos que juegan.	58
Figura 41. Proporción de amigos que juegan (por severidad de juego)	59
Figura 42. Presión mediática (por comarcas)	61
Figura 43. Presión mediática (por frecuencia de juego)	61
Figura 44. Presión mediática apuestas deportivas por soporte publicitario y frecuencia de juego	62
Figura 45. Presión mediática póker y casino online por soporte publicitario y frecuencia de juego	62
Figura 46. Presión mediática (por severidad de juego)	63
Figura 47. Actitud hacia la publicidad por sexos	64
Figura 48. Actitud hacia la publicidad (por frecuencia de juego).	65
Figura 49. Actitud hacia la publicidad (por severidad de juego).	65
Figura 50. Percepción de accesibilidad al juego de apuestas por edad.	67
Figura 51. Percepción de accesibilidad al juego de apuestas (por frecuencia de juego).	67
Figura 52. Percepción de accesibilidad al juego de apuestas (ejemplos de ítems).	68
Figura 53. Percepción de accesibilidad al juego de apuestas (por severidad de juego).	68
Figura 54. Percepción normativa por edad.	69
Figura 55. Percepción normativa (por comarcas).	70
Figura 56. Percepción normativa (por frecuencia de juego).	70
Figura 57. Percepción normativa (ejemplos de ítems).	71
Figura 58. Percepción normativa (por severidad de juego).	71

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amey, B. (2001). *People's participation in and attitudes to gaming, 1985-2000: Final results of the 2000 Survey*. Wellington, New Zealand: Department of Internal Affairs
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Alonso Sanz, C., Salvador Llivina, T., Suelves Joanxich, J.M., Jiménez García-Pascual, R. y Martínez Higuera, I. (2004). *Prevención de la A a la Z*. Centro de Estudios sobre Promoción de la Salud. Madrid
- APA (1980), *Diagnostic and statistical manual of mental disorders (3ªed.)*(DSM-III), Washington, D.C., American Psychiatric Association (trad. Cast. En Barcelona, Masson, 1984)
- APA (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders (5ª Ed.) (DSM-V)*. Washington, DC: American Psychiatric Association
- Arnett, J. (1992). Reckless behavior in adolescence: A developmental perspective. *Developmental Review*, 12, 339-373.
- Becoña, E. (1997). Pathological gambling in Spanish children and adolescents: An emerging problem. *Psychological Reports*. 81, 275-287.
- Becoña, E., y Gestal, C. (1996). El juego patológico en niños del 2º ciclo de EGB. *Psicothema*, 8, 13-23.
- Becoña, E., Míguez, M.C., y Vázquez, F.L. (2001). *El juego problema en los niños de Galicia*. Madrid: Sociedad Española de Psicopatología Clínica, Legal y Forense
- Binde, P. (2009). Exploring the impact of gambling advertising: An interview study of problem gamblers. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 7, 541–554. <http://dx.doi.org/10.1007/s11469-008-9186-9>
- Binde, P (2014). *Gambling advertising: A critical research review*. London:The Responsible Gambling Trust.
- Blaszczynski, A. y Nower, L. (2002). A pathways model of problem and pathological gambling. *Addiction* 97(5), 487-499
- Blinn-Pike, L., Worthy, S. L., y Jonkman, J. N. (2010). Adolescent Gambling: A Review of an Emerging Field of Research. *Journal of Adolescent Health*, 47, 223-236. doi: 10.1016/j.jadohealth.2010.05.003
- Carbonell, E J. y Montiel, I (2013). *El juego de azar online en los nativos digitales*. Valencia: Tirant Humanidades
- Calado, F., Alexandre, J. y Griffiths, M.D. (2017). Prevalence of Adolescent Problem Gambling: A Systematic Review of Recent Research. *Springer*. 22(2), 397-424.
- Canale, N., Griffiths, M. D., Vieno, A., Siciliano, V., y Molinaro, S. (2016). Impact of internet gambling on problem gambling among adolescents in Italy: Findings from a large-scale nationally representative survey. *Computers in Human Behavior*, 57, 99-106. doi:10.1016/j.chb.2015.12.020

- Caselles, P., Cabrera-Perona, V., Lloret Irles, D. (2018). Prevalencia del juego de apuestas en adolescentes. Un análisis de los factores asociados. *Health & Addictions*, 18(2), 165-173.
- Chalmers, H., & Willoughby, T. (2006). Do predictors of gambling involvement differ across male and female adolescents? *Journal of Gambling Studies*, 22, 373–392.10.1007/s10899-006-9024-6
- Chóliz, M. y Mazón, M. (2012). La importancia de la legislación en la prevención. *Revista Española de Drogodependencias*, 37, 121-122.
- Chóliz, M. (2016). The challenge of online gambling: The effect of legalization on the increase in online gambling addiction. *Journal of Gambling Studies*, 32, 749-756.
- Clarke, D. (2006). Impulsivity as a mediator in the relationship between depression and problem gambling. *Personality and Individual Differences*, 40 (1), 5-15.
- Clemens, F., Hanewinkel, R. y Morgenstern, M. (2016). Exposure to Gambling Advertisements and Gambling Behavior in Young People. *Journal of Gambling Studies*, 33, 1–13. DOI 10.1007/s10899-016-9606-x
- Comision Europea (2011). *LIBRO VERDE. Sobre el juego en línea en el mercado interior*. Bruselas .
- Comision Europea (2012) Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo , al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. Hacia un marco europeo global para los juegos de azar en línea. Bruselas.
- Cosenza, M., y Nigro, G. (2015). Wagering the future: Cognitive distortions, impulsivity, delay discounting, and time perspective in adolescent gambling. *Journal of Adolescence*, 45, 56-66. doi: 10.1016/j.adolescence.2015.08.015
- Cox, B.J., Enns, M. W. y Michaud, V. (2004). Comparisons between the south oaks gambling screen and a DSM-IV-based interview in a community survey of problem gambling. *Canadian Journal of Psychiatry*, 49(4), 258-64.
- Dechant, K. (2014). Show Me the Money: Incorporating Financial Motives into the Gambling Motives Questionnaire. *Journal of Gambling Studies*, 30, 949-965.
- Dechant, K., y Ellery, M. (2011). The effect of including a monetary motive item on the gambling motives questionnaire in a sample of moderate gamblers. *Journal of Gambling Studies*, 27, 331-344.
- Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas (2017). Estrategia Nacional sobre Adicciones 2017-2024. Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.
- Derevensky, J.L., Gainsbury, S.M. (2016). Social casino gaming and adolescents: Should we be concerned and is regulation in sight? *International Journal of Law and Psychiatry*, 44, 1–6. DOI: 10.1016/j.ijlp.2015.08.025.
- Derevensky, J. L., Sklar, A., Gupta, R., Messerlian, C., Laroche, M., y Mansour, S. (2007). *The effects of gambling advertisements on child and adolescent gambling attitudes and behaviors*. Montreal, Canada: International Centre for Youth Gambling Problems and High-Risk Behaviors.

- Dirección General de ordenación del Juego (2015), Estudio sobre la prevalencia, comportamiento y características de los usuarios *de juegos de azar en España*. Ministerio de Hacienda y Función Pública. España.
- Dirección General de ordenación del Juego (2016). *Memoria anual 2016*. Ministerio de Hacienda y Función Pública. España.
- Dirección General de ordenación del Juego (2017). *Memoria anual 2018*. Ministerio de Hacienda y Función Pública. España.
- Dixon, R.W., Youssef, G.J., Hasking, P., Yucel, M., Jackson, A.C., y Dowling, N. A. (2016). The relationship between gambling attitudes, involvement, and problems in adolescence: examining the moderating role of coping strategies and parenting styles. *Addictive Behaviors*, 58, 42–46. doi: 10.1016/j.addbeh.2016.02.011
- Domínguez, A. (2009). Epidemiología y factores implicados en el juego patológico. *Apuntes de Psicología*, 27(1), 3-20.
- Donati, M. A., Primi, C., y Chiesi, F. (2014). Prevention of problematic gambling behavior among adolescents: Testing the efficacy of an integrative intervention. *Journal of Gambling Studies*, 30(4), 803–818. doi:10.1007/s10899-013-9398-1.
- Dowling, N.A., Merkouris, S.S., Greenwood, C.J., Oldenhof, E., Toumbourou, J.W., Youssef, G.J (2017). Early risk and protective factors for problem gambling: a systematic review and meta-analysis of longitudinal studies. *Clinical Psychology Review*, 51, 109-124. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.cpr.2016.10.008>
- Drakeford, B.P. y Hudson, M. (2015). Mobile Gambling: Implications of Accessibility. *Journal of Research Studies in Business & Management*, 1(1), 3-28.
- Dussault, F., Brendgen, M., Vitaro, F., Wanner, B. & Tremblay, R. E. (2011). Longitudinal links between impulsivity, gambling problems and depressive symptoms: a transactional model from adolescence to early adulthood. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 52, 130–138
- Echeburúa, E. y Fernández-Montalvo, J. (1997). *Manual práctico de juego patológico*. Madrid: Pirámide.
- Edgren, R., Sari Castrén, S., Mäkelä, M., Pörfors, P., Alho, H. & Salonen, H. (2016) Reliability of Instruments Measuring At-Risk and Problem Gambling Among Young Individuals: A Systematic Review Covering Years 2009–2015. *Journal of adolescent health*, 58 (6), 600–615. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2016.03.007>
- Engel, R., Bechtold, J., Kim, Y. & Mulvaney, E. (2013). Beating the Odds: Preparing Graduates to Address Gambling-Related Problems. *Journal of Social Work Education*, 48 (2), 321-335.
- ESPAD Group (2016). ESPAD Report 2015: Results from the European School Survey Project on Alcohol and Other Drugs. Luxemburgo: Publications Office of the European Union. doi: 10.2810/289970
- Felsher, J. R., Derevensky, J. L., y Gupta, R. (2003). Parental influences and social modelling of youth lottery participation. *Journal of Community and Applied Social Psychology*, 13, 361-377. doi:10.1002/casp.738

- Fernández-Montalvo, J., y Castillo, A. (2004). Repercusiones familiares del juego patológico: Una revisión crítica. *Salud y drogas*, 4, 149-166.
- Fisher, S. (2000) Developing the DSM-IV-TR Criteria to Identify Adolescent Problem Gambling in Non-Clinical Populations. *Journal of Gambling Studies* 16, (2/3), 53-273
- Floyd, K., Whelan, J.P., y Meyers, A.W. (2006). Use of warning messages to modify gambling beliefs and behavior in a laboratory investigation. *Psychology of Addictive Behaviors*, 20(1), 69-74.
- Forbes España (2017) El Juego en España: Una apuesta de 35.000 millones de euros. Recuperado de <http://forbes.es/business/10630/el-juego-en-espana-una-apuesta-de-35000-millones-de-euros/>
- Fortune, E. y Goodie, A. (2012). Cognitive distortions as a component and treatment focus of pathological gambling: A review. *Psychology of Addictive Behaviors*, 26(2), 298-310. doi: 10.3758/BF03206327
- Gainsbury, S.M (2015). Online gambling addiction: The relationship between internet gambling and disordered gambling. *Current Addiction Reports*, 2(2), 185–193. DOI: 10.1007/s40429-015-0057-8.
- Gainsbury, S.M., Russell, A., Hing, N., Wood, R., Lubman, D. & Blaszczynski, A. (2015). How the Internet is Changing Gambling: Findings from an Australian Prevalence Survey. *Journal of Gambling Studies*, 31 (1), 1-15.
- González-Roz, A., Fernández-Hermida, J. R., Weidberg, S., Martínez-Loredo, V., & Secades-Villa, R. (2016). Prevalence of Problem gambling among adolescents: a comparison across modes of access, gambling activities, and levels of severity. *Journal of Gambling Studies*, 33 (2), 371–382 DOI: 10.1007/s10899-016-9652-4
- Gupta, R., Derevensky, J., y Ellenbogen, S. (2006). Personality characteristics and risk-taking tendencies among adolescent gamblers. *Canadian Journal of Behavioural Science*, 38, 201-213. doi: 10.1037/cjbs2006008
- Gupta, R., y Derevensky, J. L. (1998). Adolescent Gambling Behavior: A Prevalence Study and Examination of the Correlates Associated with Problem Gambling. *Journal of Gambling Studies*, 14, 319-345. doi: 10.1023/A:1023068925328
- Hing, N., Cherney, L., Blaszczynski, A., Gainsbury, S.M. y Lubman, D.I. (2014) Do advertising and promotions for online gambling increase gambling consumption? An exploratory study. *International Gambling Studies*, 14 (3) 394-409, DOI:10.1080/14459795.2014.903989
- Horvath, P., y Zuckerman, M. (1996). Búsqueda de sensaciones, valoración y conducta de riesgo. *Revista de Toxicomanías*, 9, 26-38.
- Jacobs, D. F. (2000). Juvenile gambling in North America: An analysis of long term trends and future prospects. *Journal of Gambling Studies*, 16(2–3), 119–152.
- Jacobsen, L., Knudsen, A., Krogh, A., Pallesen, S., y Molde, H. (2007). An overview of cognitive mechanisms in pathological gambling. *Nordic Psychology*, 59(4), 347-361. doi: 10.1027/1901-2276.59.4.347

- Johnson, MB. (2012) Experimental test of social norms theory in a real-world drinking environment. *Journal Studies Alcohol Drugs*, 73(5):851-9.
- Kessler, R.C. Hwang, I., LaBrie, R., Petukhova, M., Sampson, N.A., Winters, K.C. & Shaffer, H.J. (2008). DSM-IV pathological gambling in the National Comorbidity Survey Replication. *Psychological Medicine*. 38(9), 1351-1360.
- Khazaal, Y., Chatton, A., Achab, S. Monney, G., Thorens, G., Dufour, M., Zullino, D., Rothen, S. (2016). Internet gamblers differ on social variables: a latent class analysis. *Journal of Gambling Studies*. DOI: 10.1007/s10899-016-9664-0
- King D, Delfabbro P, Griffiths M. (2010) The convergence of gambling and digital media: Implications for gambling in young people *Journal Gambling Studies*, 26(2):175–87.
- Kumpfer, K.L., y Alvarado, R. (2003). Family-strengthening approaches for the prevention of youth problem behaviors. *American Psychologist*, 58(6/7), 457-465.
- Labrador, F. (coord.). (2015). *Estudio sobre prevalencia, comportamiento y características de los usuarios de juegos de azar en España 2015*. Ministerio de Hacienda y Administraciones públicas.
- Labrie, R. LaPlante, D., Nelson, S.E., Schumann. A & Shaffer, H.J. (2007). Assessing the Playing Field: A Prospective Longitudinal Study of Internet Sports Gambling Behavior. *Journal Gambling Studies*, 23. 347-362 DOI 10.1007/s10899-007-9067-3
- Ladouceur, R., Boudreault, N., Jacques, C., y Vitaro, F. (1999). Pathological gambling and related problems among adolescents. *Journal of Child & Adolescent Substance Abuse*, 8(4). 55–68.
- Ladouceur, R., y Walker, M. (1996). A cognitive perspective on gambling. In: Salkovskis, P.M. (ed.), *Trends in cognitive-behavioural therapies* (pp. 89-120). New York: John Wiley & Sons.
- Lee, H. S., Lee Lemanski, J. L., y Jun, J. W. (2008). Role of gambling media exposure in influencing trajectories among college students. *Journal of Gambling Studies*, 24,25–37
- Lee, G. P., Stuart, E. A., Ialongo, N. S., & Martins, S. S. (2014). Parental monitoring trajectories and gambling among a longitudinal cohort of urban youth. *Addiction*, 109, 977–985. DOI:10.1111/add.12399
- Lewis, M.A., Litt, D.M., Blayney, J.A., Lostutter, T.W., Granato, H., Kilmer, J.R. y Lee, C.M. (2011) They drink how much and where? Normative perceptions by drinking contexts and their association to college students' alcohol consumption. *Journal of Studies in Alcohol and Drugs*, 72 (5), 844-53.
- Li, S., Zhou, K., Sun, Y., Rao, L. L., Zheng, R., y Liang, Z. Y. (2010). Anticipated regret, risk perception, or both: Wich is most likely responsible for our intention to gamble? *Journal of Gambling Studies*, 26(1), 105-116.
- Lund, I. (2009).Gambling Behaviour and the Prevalence of Gambling Problems in Adult EGM Gamblers when EGMs are Banned. A Natural Experiment. *Journal of Gambling Studies*, 25(2), 215-225.

- Lloret, D., Cabrera, V., Castaños, A. et al. (2016). estudio Juego de apuestas en adolescentes de la provincia de Alicante. Diputación de Alicante. Recuperado de <http://www.pnsd.msssi.gob.es/profesionales/publicaciones/catalogo/bibliotecaDigital/publicaciones/BDMenoresyDrogas.htm>
- Lloret, D., Cabrera, V., Castaños, A., Segura, J.V., Antón, M.A. y Caselles, P. (2018). *El juego de apuestas en adolescentes de la provincia de Alicante II. Estudio longitudinal de los hábitos de juegos de apuestas y los predictores psicosociales*. Informe técnico. Diputación de Alicante.
- Lloret, D., Cabrera, V. & Núñez, R. (2018). Diseño y validación de la escala EDGAR-A (Early Detection of Gambling Abuse Risk - Adolescents). *IV International Congress of Clinical and Health Psychology on Children and Adolescents*. Palma, España.
- MacLaren, V. V., Fugelsang, J. A., Harrigan, K. A., y Dixon, M. J. (2012). Effects of impulsivity, reinforcement sensitivity, and cognitive style on pathological gambling symptoms among frequent slot machine players. *Personality and Individual Differences*, 52(3), 390-394.
- Molinaro, S., Canale, N., Vieno, A., Lenzi, M., Siciliano, V., Gori, M. & Santinello, M. (2014). Country and individual-level determinants of probable problematic gambling in adolescence: a multi-level cross-national comparison. *Addiction*, 109, 2089–2097 DOI:10.1111/add.12719
- MacKillop, J., Anderson, E. J., Castelda, B. A., Mattson, R. E., y Donovan, P. J. (2006). Divergent validity of measures of cognitive distortions, impulsivity, and time perspective in pathological gambling. *Journal of Gambling Studies*, 22, 339-354. doi: 10.1007/s10899-006-9021-9
- Maccoby, E. E. (1992). The role of parents in the socialization of children: An historic overview. *Developmental Psychology*, 28, 1006-1017.
- Maccoby, E. E. & Martin, J. A. (1983). Socializations in the contexts of the family: Parent child interactions. En P. H. Mussen (Ed.), *Handbook of child Winters, K.C., Stinchfield, R., & Fulkerson, J. (1993). Towards the development of an adolescent gambling problem severity scale. Journal of Gambling Studies*, 9, 63-84.
- McBride, J. & Derevensky, J. (2009). Internet Gambling Behavior in a Sample of Online Gamblers. *International Journal of Mental Health & Addiction*, 7 (1), 149-167. 19. DOI: 10.1007/s11469-008-9169-x.
- McAllister, I. (2014). Public opinion towards gambling and gambling regulation in Australia. *International Gambling Studies*, 14(1), 146–160.
- McMullan, J.L., D.E. Miller & D.C. Perrier. 2012. “I’ve seen them so much they are just there”: Exploring young people’s perceptions of gambling in advertising. *International Journal of Mental Health and Addiction* 10(6), 829-848
- Observatorio de la Juventud en España (2016) *La juventud en cifras. Datos actualizados a Marzo 2016*. Injuve. Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. Recuperado de <http://www.injuve.es/sites/default/files/2016/18/publicaciones/jcifras2015-poblacion.pdf>
- Oliva, A. (2004). La adolescencia como riesgo y oportunidad. *Infancia y aprendizaje*, 27 (1), 115-122.

- Orford, J. (2005). "Complicity on the river bank: The search for truth about problem gambling: Reply to the commentaries". *Addiction*, 100 (9), 1235-1239. <https://doi.org/10.1111/j.1360-0443.2005.01219.x>
- Orford, J., Griffiths, M., Wardle, H., Sproston, K., y Erens, B. (2009). Negative public attitudes towards gambling: findings from the 2007 British gambling prevalence survey using a new attitude scale. *International Gambling Studies*, 9(1), 39–54.
- Palacios, J. R. (2015). Propiedades psicométricas del inventario de búsqueda de sensaciones para adolescentes en México (IBS-Mx). *INT. J. Psychol. Res.*, 8 (1), 46-60.
- Page, R.M., Ihasz, F., Hantiu, I., Simonek, J., Klarova, R. (2008) Social normative perceptions of alcohol use and episodic heavy drinking among Central and Eastern European adolescents. *Substance Use and Misuse*, 43 (3-4), 361-373
- Parhami, I., Davtian, M., Hanna, K., Calix, I., y Fong, T. W. (2012). The implementation of a telephone-delivered intervention for Asian American disordered gamblers: A pilot study. *Asian American Journal of Psychology*, 3(3), 145-159. doi: 10.1037/a0029799
- Park, HS.& Jung, SY (2012). Development of a Gambling Addictive Behavior Scale for adolescents in Korea. *Journal of Korean Academic Nursing*, 42. 957-964.
- Patton J, Stanford M, Barrat E. (1995). Factor structure of the Barratt impulsiveness scale. *Journal of Clinical Psychology*, 51, 768-774.
- Pitt H, Thomas SL, Bestman A, Stoneham M, Daube M. (2016). "It's just everywhere!" Children and parents discuss the marketing of sports wagering in Australia. *Aust N Z J Public Health*, 40(5), 480–486.
- Potenza, M.N., Wareham, J.D., Steinberg, M.A., Rugle, L., Vavallo, D.A., Krishnan-Sarin, S. & Desai, R.A. (2011). Correlates of at-risk/problem internet gambling in adolescents. *Journal of the American Academy of Child and Adolescent Psychiatry*. 50 (2), 150-159.
- Quinlan, C.K, Goldstein, A.L., y Stewart, S.H. (2014) An investigation of the link between gambling motives and social context of gambling in young adults, *International Gambling Studies*, 14, 1, 115-131, DOI: [10.1080/14459795.2013.855252](https://doi.org/10.1080/14459795.2013.855252)
- Ricijas, N. Hundric, D.D. & Huic, A. (2016). Predictors of adverse gambling related consequences among adolescent boys. *Children and Youth Services Review*, 67, 168-176. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2016.06.008>
- Ruiz-Pérez, J. I. y López-Pina, J. A. (2016). Evaluación psicométrica de una escala de distorsiones cognitivas sobre los juegos de azar en una muestra nacional de estudiantes colombianos. *Revista Colombiana de Psicología*, 25(2), xx-xx. doi: 10.15446/rcp.v25n2.45375
- Rush, B., Veldhuizen, S. y Adlaf, E. (2007). Mapping the prevalence of problem gambling and its association with treatment accessibility and proximity to gambling venues. *Journal of Gambling Issues, Health and Addictions*, Vol. 18, No.2, 20, 193-213. DOI: <http://dx.doi.org/10.4309/jgi.2007.20.6>

- Sarabia Gonzalvo, I., Herrero Fernández, D., y Estévez Gutiérrez, A. (2014). Situación actual del juego con dinero en jóvenes y adolescentes. *Revista Española de Drogodependencias*, 39(3), 57
- Shaffer, H. y Labrie, R. (1994) Pathological Gambling Among Adolescents: Massachusetts Gambling Screen (MAGS). *Journal of Gambling Studies*, 10 (4). 339-362
- Shaffer, H. J., y Hall, M. N. (2002). The natural history of gambling and drinking problems among casino employees. *The Journal of Social Psychology*, 142(4), 405–424.
- Shaffer, H. J., Hall, M. N., y Vander Bilt, J. (1997). *Estimating the prevalence of disordered gambling behavior in the United States and Canada: a meta-analysis*. MA: Harvard Medical School: Division on Addictions.
- Shead, N.W., Derevensky, J.L. y Gupta, R. (2010). Risk and protective factors associated with youth problem gambling. *International journal of adolescent medicine and health*, 22(1) 39.
- Spurrier, M., y Blaszczynski, A. (2014). Risk perception in gambling: A systematic review. *Journal of Gambling Studies*, 30(2), 253-276.
- Spurrier M., Blaszczynski. A. & Rhodes. P. (2015) Gambler Risk Perception: A Mental Model and Grounded Theory Analysis. *Journal of Gambling Studies*. 31:887–906. DOI 10.1007/s10899-013-9439-9
- Stewart, S. H., & Zack, M. (2008). Development and psychometric evaluation of a three-dimensional gambling motives questionnaire. *Addiction* 103, 1110–1117. DOI: 10.1111/j.1360-0443.2008.02235.x
- Storer, J., Abbott, M. y Stubbs, J. (2009). Access or adaptation? A meta-analysis of survey of problem gambling prevalence in Australia and New Zealand with respect to concentration of electronic gaming machines. *International Gambling Studies*, 9 (3), 225-244.
- Vachon, J., Vitaro, F., Wanner, B., & Tremblay, R. E. (2004). Adolescent gambling: Relationship with parent gambling and parenting practices. *Psychology of Addictive Behaviors*, 18, 398–401. DOI:10.1037/0893-164X.18.4.398
- Vitaro, F., Arseneault, L., y Tremblay, R. E. (1997). Dispositional predictors of problem gambling in male adolescents. *American Journal of Psychiatry*, 154, 1769-1770. doi: 10.1176/ajp.154.12.1769
- Wanner, B., Vitaro, F., Ladouceur, R., Brendgen, M., & Tremblay, R. E. (2006). Joint trajectories of gambling, alcohol and marijuana use in adolescence: A person and variable-centered developmental approach. *Addictive Behaviors*, 31, 566–580. DOI:10.1016/j.addbeh.2005.05.037
- Williams, R.J., y Connolly, D. (2006). Does learning about the mathematics of gambling change gambling behavior? *Psychology of Addictive Behaviors*, 2(1), 62–68.
- Williams, R.J., West, B. L., & Simpson, R. I. (2012). Prevention of problem gambling: A comprehensive review of the evidence, and identified best practices. Guelph, Canada: Ontario Problem Gambling Research Centre and the Ontario Ministry of

Health and Long Term Care. Recuperado de:
<https://www.uleth.ca/dspace/handle/10133/3121>

Winters, K., Stinchfield, R. & Fulkerson, J. (1993) Patterns and Characteristics of Adolescent Gambling. *Journal of Gambling Studies*, 9 (4), 371-386.

Woicik, P.A., Stewart, S.H., Pihl, R.O., & Conrod, P.J. (2009). The substance use risk profile scale: A scale measuring traits linked to reinforcement-specific substance use profiles. *Addictive Behaviors*, 34. 1042–1055.

Zuckerman, M. (1971). Dimensions of sensation seeking. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 36, 45-52.

Zuckerman, M. (1979). *Sensation seeking: Beyond the optimal level of arousal*. Hillsdale, New Jersey: LEA.

