

Resumen ejecutivo

1. Como ocurre con todos los gastos prescindibles, el juego fue uno de los últimos en despegar después de la crisis. En 2017 alcanzó su nivel de estabilización en términos de participación de sus clientes, tanto de compra de participaciones de las loterías, como de asistencia a salas de juego y de apuestas. Esta estabilización se ha producido bajo unos patrones distintos a los anteriores, y no puede hablarse de un retorno al pasado:

- El porcentaje de la población que ha participado algún juego se elevó al 85,5% entre 18 y 75 años, con un ligero aumento respecto a 2016. Este porcentaje viene a situarse en los niveles anteriores a la crisis.
- La percepción subjetiva de los clientes de juego es que juegan más infrecuentemente que hace unos años. Tomando la perspectiva de una década, ha descendido el número de quienes declaran jugar todos los días o varias veces a la semana y han crecido los que dicen hacerlo con menos frecuencia: una vez al mes o en ese entorno.
- Los juegos también han cambiado. Se ha producido un sensible crecimiento de la asistencia a salones de juego, en las apuestas deportivas y en las loterías primitivas. Se mantiene el alza registrada el año pasado en las visitas a casinos y se ha ralentizado el descenso de los que van al bingo. La Quiniela, sin embargo, sigue descendiendo. Se ha producido un incremento en el porcentaje de entrevistados que recuerda haber comprado algún producto de la ONCE, aunque no está claro si se trata de la inversión de su tendencia o de un fenómeno ocasional. En todo caso, esta evolución divergente muestra que el juego no es un mercado homogéneo, sino que se trata de varios mercados sólo relativamente competitivos entre ellos.
- Una vertiente clave en el juego en España, las máquinas en hostelería, mantienen estable su capacidad de atracción de clientes.
- El juego online también ha crecido, sobre todo por la vía de las apuestas deportivas. Según la DGOJ, en 2016 se registró una media de 620.000 jugadores activos en noviembre y diciembre, en 2017 se elevó a 672.000.
- Se confirma el relevo generacional en varios juegos. La generación mayor de 45/55 años fue apartada bruscamente por la crisis. El crecimiento de la asistencia a salones, casinos, apuestas, etc., se está produciendo por un nuevo público más joven.

- Al contrario de lo que se suele decir, los jóvenes juegan sensiblemente menos que la media de la población residente en España.

2. España se mantiene como uno de los países con menor incidencia del juego problemático. Los datos de esta oleada de nuestro estudio muestran una ligera elevación hasta el 0,5% de la población entre 18 y 75 años. Es relevante que en este pequeño fragmento de la población hayan aparecido inmigrantes jóvenes, que pueden representar entre el 25% y el 33% de este segmento. Es la primera vez que en nuestro estudio aparece este dato, lo que sugiere que podría estar surgiendo un problema entre esta población.

Conviene insistir en la idea de “alto riesgo” porque los datos aportados por las encuestas (la nuestra y cualquier otra sobre el tema) no suponen que el 0,5% de la población esté en una fase clínica de juego problemático, sólo supone que está en un umbral anterior, que puede ser episódico. De hecho, los escasos datos publicados por las consejerías de Salud de las comunidades autónomas y las asociaciones de afectados indican que la población en fase clínica se puede cuantificar, como máximo, en alrededor de 20.000 individuos, es decir, un 0,06% de la población adulta.

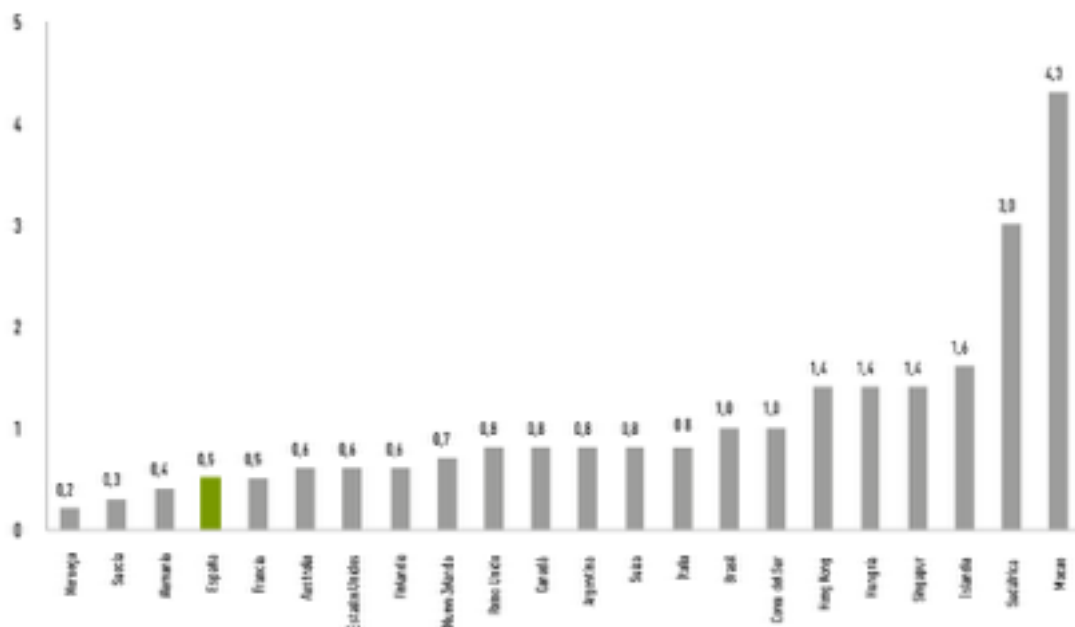
Estos niveles tan reducidos impiden hablar de sectores sociales en los que este problema sea prioritario o esté extendido. Se puede hablar de perfiles de riesgo a partir de algunas variables, pero no de sectores sociales afectados por este problema, por fortuna. El perfil de los afectados gravita sobre los hombres, menores de 25 años o de 35 años, de status sociales medios en sentido muy amplio. La incidencia del juego problemático entre los clientes de webs online lleva a la conclusión de que quienes se sitúan en este umbral juegan por Internet. Hay una elevada correlación entre los niveles de riesgo de juego problemático y la duración de las sesiones de juego online. Si se toma la duración de las sesiones como un síntoma de eventual pérdida de control sobre una conducta, en este caso, la relación es clara.

Desde el punto de vista operativo la conclusión es similar a la del año pasado, el enfoque de las políticas públicas para prevenir el juego problemático debe orientarse a políticas de precisión más que a acciones extensivas hacia toda la población o a amplios sectores (jóvenes, mujeres, etc.). Paradójicamente, son esos sectores a los que con frecuencia se califica de vulnerables los que menos juegan. Por tanto, el problema de la vulnerabilidad ante el juego problemático está en otra parte, alejada de los tópicos al uso.

3. Un aspecto relacionado con el anterior, es que se tiende a magnificar dichas cifras. En España hay un extendido discurso en el que dominan las visiones negativas sobre

el juego que, paradójicamente, comparten buena parte de quienes juegan a loterías u otros juegos de suerte, aunque estén organizados por el sector público. Una vertiente de ese discurso es una imagen maniquea de los clientes de juego a los que endosa ideas sobre apasionamiento, falta de autocontrol o desconfianza. Probablemente es una imagen con resonancias del pasado. En todo caso, contrasta con la racionalidad de quienes juegan. Para ellos, por ejemplo, se asume el hecho de perder como el coste que pudiera tener un espectáculo o una experiencia que, en su caso, proporciona la ilusión de desafiar a la fortuna, retar a su habilidad o a su conocimiento sobre deportes en el caso de las apuestas. Saben que este tipo de experiencias tiene un coste, pero también que pueden ganar.

Tasas de juego problemático entre la población adulta en diversos países (%)



Fuente: IX Informe *Percepción social sobre el juego de azar en España 2018*.

4. Un hallazgo de esta edición es la relación entre el juego y las compras compulsivas o impulsivas. Aparece bastante clara la correlación entre estos niveles de sensibilidad y la participación en juegos de azar de todo tipo. A mayor nivel de impulsividad en las compras mayor probabilidad de compra o de participación en juegos. No obstante, esta relación se rompe en lo que se refiere a la intensidad. Aunque hay algunos casos en que coincide una alta impulsividad en las compras y una elevada sensibilidad al juego problemático, tal relación es débil, ya que sólo se presenta en contados casos. Es decir, cuando se avanza en niveles de implicación en ambas actividades se produce una bifurcación de los individuos. Se podría decir de otra manera, atendiendo

a las variables sociológicas que han aparecido en el estudio: mientras que las compras compulsivas afectan preferentemente a una fracción de las mujeres, el juego problemático atrae a una fracción de los hombres. En ambos casos, en porcentajes muy reducidos, son más susceptibles los menores de 35 años, aunque en el caso de las compras compulsivas se extiende algo más. En un caso, la emoción que suscita el comportamiento se concreta en un objeto, tal vez inútil, suntuario u ostentoso; en el otro caso, en una experiencia que puede reportar pérdidas o ganancias.

5. A pesar de los estereotipos, la relación de los españoles con el juego es muy racional. Esto se manifiesta de diversas maneras que contradicen su imagen arquetípica. Por ejemplo, los hogares con problemas económicos sólo juegan a Lotería de Navidad, loterías primitivas y sorteos de la ONCE, es decir, aquellos grandes sorteos en los que a muy bajo coste se pueden obtener premios que resuelvan el problema o, al menos, una ayuda significativa. O sea, la realidad es la inversa de la idea tan extendida que afirma que en los hogares con problemas se juega más.

Otra manifestación de esta racionalidad es que, para quienes juegan en salas, las eventuales pérdidas son tomadas como el coste a pagar por un rato de distracción o de ilusión. En el caso del juego online, se observa que el paso del tiempo reduce el efecto novedad, lo que implica una reducción del tiempo de juego. También en el juego online, se observa que alrededor del 15% de los activos son cazadores de ofertas, jugando con los bonos ofrecidos por las webs, pero no arriesgando su dinero.